

МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



НАУКОВИЙ ВІСНИК
МІЖНАРОДНОГО
ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія:
ФІЛОЛОГІЯ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 59

Том 3



Видавничий дім
«Гельветика»
2023

Збірник включено до категорії «Б» Переліку наукових фахових видань України зі спеціальності 035 «Філологія» на підставі Наказу Міністерства освіти і науки України № 1471 від 26.11.2020 р. (додаток 3).

Видання включено до міжнародної наукометричної бази
Index Copernicus International (Республіка Польща)

Серію засновано у 2010 р.

Засновник – Міжнародний гуманітарний університет

Друкується за рішенням Вченої ради Міжнародного гуманітарного університету
протокол 5 від 07.02.2023 р.

Видавнича рада:

С.В. Ківалов, акад. АПН і НАПрН України, д-р юрид. наук, проф. – голова ради; **А.Ф. Крижановський**, член-кореспондент НАПрН України, д-р юрид. наук, проф. – заступник голови ради; **М.П. Коваленко**, д-р фіз.-мат. наук, проф.; **С.А. Андронаті**, акад. НАН України; **О.М. Головченко**, д-р екон. наук, проф.; **М.З. Згуровський**, акад. НАН України, д-р техн. наук, проф.; **В.А. Кухаренко**, д-р філол. наук, проф.; **Г.П. Пекліна**, д. мед. наук, проф.; **О.В. Токарев**, Засл. діяч мистецтв України.

Головні редактори серії: доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри іноземних мов професійного спілкування **В.Я. Мізецька**, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри прикладної лінгвістики **М.В. Мамич**.

Редакційна колегія серії «Філологія»:

С.В. Голик, кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри англійської філології, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»; **І.І. Дмитрів**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри української літератури та теорії літератури, Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка; **М.І. Зубов**, доктор філологічних наук, професор кафедри германських та східних мов, Міжнародний гуманітарний університет; **А.А. Кісельова**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри прикладної лінгвістики, Національний університет «Одеська юридична академія»; **А.П. Ладиненко**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов № 2, Національний університет «Одеська юридична академія»; **Г.В. Савчук**, кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладу та мовознавства, Міжнародний гуманітарний університет; **Ю.О. Томчаковська**, кандидат філологічних наук, доцент, в.о. зав. кафедри іноземних мов № 2, Національний університет «Одеська юридична академія»; **О.В. Шевченко-Бітенська**, кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов № 1, Національний університет «Одеська юридична академія»; **О.К. Гадамський**, доктор філологічних наук, доктор габлітований гуманітарних наук в області мовознавства (Варшавський університет), професор, завідувач кафедри білоруських та українських досліджень, Інститут славістики, Опольський університет (Ополе, Польща).

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

Повне або часткове передрукування матеріалів, виданих у збірнику
«Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету»,
допускається лише з письмового дозволу редакції.

При передрукуванні матеріалів посилання на
«Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету» обов'язкове.

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 16819-5491Р від 10.06.2010

Адреса редакції:

Міжнародний гуманітарний університет, офіс 502,
вул. Фонтанська дорога, 33, м. Одеса, 65009, Україна,
тел. (+38) 099-547-85-90, www.vestnik-philology.mgu.od.ua

© Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.

Серія: «Філологія», 2023

© Міжнародний гуманітарний університет, 2023

МОВОЗНАЧСТВО

Осипенко В. Ю.,
викладач кафедри германської філології
Горлівського інституту іноземних мов
ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»;
аспірант кафедри германської та слов'янської філології
ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

ДИСКУРС І ЛІНГВІСТИКА ТЕКСТУ В МОВОЗНАВСТВІ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТ.

Анотація. Статтю присвячено дослідженню дискурсу і лінгвістики тексту в мовознавстві ХХ ст. у лінгвістично-історіографічному аспекті. У роботі зазначено, що даний період вважається етапом становлення напрямку лінгвістики тексту як самостійної мовознавчої дисципліни, а дослідження поняття дискурсу відбувалось поряд з розвитком цього напрямку та розширенням предмету його дослідження. Окреслено, що соціальною передумовою, підґрунтям виникнення лінгвістики тексту як самостійної наукової мовознавчої дисципліни став комунікативно-діяльнісний підхід до вивчення мовлення і мови, тобто комунікативна лінгвістика, що виникла у 70-ті роки минулого століття. Науковий напрямок під назвою лінгвістика тексту об'єднав лінгвістичні досягнення з успіхами інших дисциплін, а отже є об'єктом міждисциплінарного вивчення, дослідження таких наук, як психологія, політологія, лінгвокультурологія, соціологія, філософія. Зокрема, у статті розкривається поняття археології знання, що допомагає усвідомити світогляд, ціннісний світ, правила соціальної комунікації людини. До того ж, дискурси формують історичну реальність, з історією дискурсів нерозривно пов'язана історія понять, яка розглядає семантику і еволюцію базових понять, які можна інтерпретувати як окремі дискурси або їх смислові компоненти.

Результати дослідження розширюють уявлення про: дискурс, який є передусім мовним потоком, мовою в її постійному русі, що вбирає в себе всю унікальність історичної епохи, індивідуальні й соціальні особливості комунікантів тієї комунікативної ситуації, в якій відбувається спілкування; лінгвістику тексту, яка вивчає правила побудови зв'язного тексту як комунікативної системи та його змістові категорії. Увесь калейдоскоп лінгвістичної парадигматики об'єднує постійне нарощування кількості орієнтованих на дискурс дисциплін та теорій, які відкривають нові горизонти в галузі мовознавства, відповідно, потребують розробки нового інструментарію, нових методів дослідження та опису.

Ключові слова: лінгвістика тексту, дискурс, аналіз дискурсу, дискурсознавство, лінгвістика, комунікативна подія, комунікативна лінгвістика, лінгвопрагматичний підхід.

Постановка проблеми. Становлення лінгвістики тексту як окремого мовознавчого напрямку відбувається у 70-ті роки ХХ століття. Актуальність розробки теорії тексту із суто лінгвістичних позицій диктується також причинами, пов'язаними з загальним розвитком лінгвістики, історією її становлення. Отже пріоритетним і актуальним напрямком сучасних наукових

досліджень є вивчення становлення дискурсу і лінгвістики тексту в мовознавстві в лінгвістично-історіографічному аспекті. Також актуальним є дослідження концепцій тлумачення фундаментальних гуманітарних понять, що пов'язано зі збільшенням зацікавленості проблемами функціонування мови через текст і дискурс у міжкультурних, культурних, комунікативних контекстах. На сьогодні дослідження лінгвістики тексту як самостійної мовознавчої дисципліни продовжується і в наші дні і не може вважатися завершеним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Про зацікавленість науковців з проблемами дискурсу та лінгвістики тексту зазначеного періоду свідчить велика кількість праць вітчизняних та зарубіжних дослідників, зокрема Н. Д. Арутюнової, Е. Бенвеніста, В. Г. Борботька, Ю. Габермаса, І. Р. Гальперіна, М. О. Зайцевої, М. П. Кочергана, О. О. Селіванової, К. С. Серажим, Ю. С. Степанова, М. Фуко та інших. Про надзвичайну популярність дефініцій «дискурс», «лінгвістика тексту» свідчить дуже широкий діапазон їх досліджень. Зокрема, науковці займались дослідженням теоретичних проблем лінгвістики тексту та структури, текст визначали саме предметом лінгвістики тексту, досліджували закономірності його організації, референційні механізми, семантику тексту, та ін.

Формування мети статті. Метою статті є дослідження різноманітних наукових підходів щодо визначення поняття лінгвістики тексту як джерела вивчення дискурсу, а також окреслення поняття тексту за допомогою опису його як «зліпка» чи «знімка» дискурсу. Мета цієї наукової роботи конкретизується в таких завданнях: розкрити поняття дискурсу з позиції аналізу лінгвістики тексту; визначити сфери вживання дискурсу; охарактеризувати етапи розвитку та проаналізувати основні компоненти лінгвістики тексту; розкрити та систематизувати погляди мовознавців щодо підходів до дослідження дискурсу та виявити джерела цих поглядів; виділити основні напрямки дискурс-аналізу тексту. Предметом дослідження є основні характеристики дискурсу та лінгвістики тексту з зазначеного періоду.

Виклад основного матеріалу дослідження. Спілкування – складний і загадковий вид діяльності людини. Зацікавлення науковців глибинними процесами комунікації виникло давно і є цілком природним. Як впливають на зміст мовлення соціальні, культурні, етнографічні, історичні, політичні та багато інших чинників – ці питання мають не тільки важливе теоретичне, а також прикладне значення. Для сучасного гуманітарного мислення характерне спрямування

уваги на роль мови у формуванні культурно-семіотичного компонента суспільної свідомості. Впродовж останніх років збільшується кількість лінгвістичних досліджень у цій сфері, зацікавленість у яких змістилися зі структурного опису мови на дослідження історичного контексту, в якому мова розвивається та функціонує.

Дослідження дискурсу тривали, і на початку 70-х років, сформувався науковий напрямок під назвою лінгвістика тексту [1], який об'єднав лінгвістичні досягнення з успіхами інших наук: інформатики, літературознавства, теорії комунікації та інші. Текст, дискурс опинилися в колі уваги лінгвістів, де відбувалося розмежування цих понять. Тексту відводилося першочергове значення, оскільки він виявився більш широким за сферою свого застосування. Як зазначає професор В. Г. Борботько, поняття текст застосовується не тільки для зв'язного мовного твору, але й для будь-якого письмового документа, в тому числі й з елементами графіки, який, на відміну від дискурсу, будується не тільки за законами мови, але й за іншими схемами, згідно з практичними потребами людини (анкета, список, реклама, перелік інструкцій тощо) [2]. Н. Д. Арутюнова також визначає пріоритет тексту. Дискурс – це мова, «занурена в життя», що унеможливає застосування цього терміна, наприклад, до давніх текстів, оскільки їх зв'язки з живим життям не відновлюються безпосередньо [2], [3].

Лінгвістика тексту, що об'єднала суто лінгвістичні та суміжні з ними підходи, як теоретичні (літературознавство, функціональна стилістика), так і прикладні (теорія комунікації, статистична обробка текстів, психологія, викладання мов, автоматизований переклад, інформатика тощо), – виникла потреба чіткого окреслення предмета дослідження лінгвістики тексту, а отже, чіткого визначення сутності двох ключових понять – тексту і дискурсу. Основну відмінність між ними сформулював Е. Бенвеніст: дискурс ним було визначено як процес застосування мовної системи, а текст – як результат цього процесу.

Лінгвістика тексту як наукова дисципліна пройшла такі етапи: перший етап називають структурно-граматичним, але вже в 70-і рр. ХХ ст. закладаються передумови для відходу від текстової граматики до текстової семантики; на цьому ж етапі зароджуються й комунікативні орієнтири лінгвістики тексту; на другому етапі в межах лінгвістики тексту виокремилось кілька напрямів, зокрема:

- комунікативно-прагматичний напрям (текст розглядається як засіб соціально-психологічного, емоційного, естетичного впливу);

- семіотичний напрям (дослідження знакових моделей тексту, в основі яких взаємодія комунікантів за посередництвом тексту);

- когнітивний напрям (дослідження смислу на основі моделювання ментальних конструктів, які стоять за текстом).

Багатоаспектність змісту та форм дискурсу зумовила, зокрема, розмаїття його теоретичних дефініцій і досить швидку еволюцію його концепцій. Сьогодні сфера вживання терміна *дискурс* є настільки широкою (філософія, соціологія, логіка, семіотика, теорія комунікації, лінгвістика тощо; їхні окремі напрями – прагмалінгвістика, прагматилінгвістика, лінгвістична семантика, граматична стилістика, лінгвістика тексту, граматики тексту, а також міждисциплінарні науки – психолінгвістика, соціолінгвістика та ін.), що доводиться говорити про полісемію цієї термінологічної одиниці. Також, ми можемо

простежити її поширення і в горизонтальному напрямі, тобто в різних науках, і у вертикальному – тобто на різних рівнях власне лінгвістики.

Лінгвопрагматичний підхід до дослідження дискурсів ґрунтується на тому положенні, що дискурси функціонують: у широкому розумінні – у певних історичних, ідеологічних, культурологічних, етнографічних ситуаціях, у вузькому – в конкретних комунікативних обставинах, тому вони можуть бути досліджені в категоріях лінгвістики з позицій загальної теорії комунікації. Лінгвопрагматичні методи дозволяють вивчити характеристики ролей комунікантів, комунікативного ланцюжка, комунікативно-прагматичні наміри адресанта, міжособистісні стосунки учасників комунікації, час і місце ситуації.

Відправна точка історії дискурсів – роботи М. Фуко, який розробив систему *археології знання*. Основним пунктом системи науковця було встановлення зв'язку між «словами» та «речами». Згідно з його концепцією, в історії західноєвропейської культури нового часу було три епістемі (культурно-історичних освіти): ренесансна, класичний раціоналізм і сучасна. Характеристика епістемі залежить від зв'язку «слів» і «речей», в різних епістемах одне і те ж «слово» має різний зміст. Археологія знання відкриває, таким чином, не тільки істинне значення тих чи інших понять, а й допомагає усвідомити світогляд, ціннісний світ, правила соціальної комунікації людей певної епохи [4]. Установки археології знання знайшли відображення в розробленій М. Фуко теорії дискурсу. Згідно його ідей, формуючи дискурс, людина відтворює певну реальність, в якій живе. Безумовно, по-різному оцінюються, трактуються події і явища світу, тому відбувається постійна боротьба, зіткнення різних дискурсів [5].

М. Фуко спробував показати на різних прикладах як дискурси формують історичну реальність. З історією дискурсів нерозривно пов'язана історія понять, які можна інтерпретувати як окремі дискурси або їх смислові компоненти. *Історія понять* – напрямок історичної науки, яка розглядає семантику і еволюцію базових понять, що використовувалися в різні історичні періоди, а також досліджує проблему їх мовного перекладу. Як напрямок науки історія понять сформувалася порівняно недавно – в 80–90-ті роки на стику культурної, інтелектуальної історії та історії ідей, проте в даний час вона має вже власну, досить велику історіографію.

Плідними для вивчення дискурсу стали методи стилістики мови. Виходячи з уже аналізованих позицій відомих дослідників дискурсу Ю. Габермаса і М. Фуко, які стверджують, що між поняттями «дискурс» і «стиль», «дискурс» і «текст» є багато спільного, необхідно зазначити, що під стилем (відповідно, дискурсом) мається на увазі сукупність письмових і усних текстів у певній комунікативній сфері діяльності, хоча, звичайно, поняття дискурсу значно ширше. Не заглиблюючись у філософське висвітлення проблеми, зазначимо, що епістема значною мірою визначає тезаурусне наповнення окремих інституційних дискурсів – критичного, політичного, ідеологічного, мистецтвознавчого та інших видів [6].

Т. ван Дейк висловив думку, що витoki теорії дискурсу беруть свій початок з часів античності й досліджувати його варто з античних трактатів етики та риторики, де поняття «дискурс» вживалося у значенні «міркування», «діалог». Проте як термін мовознавчої науки широко він почав використовуватися лише в 50-і рр. ХХ ст., за часів філософії структуралізму

та постструктуралізму [7]. На думку К. С. Серажим, чи не найконструктивнішу програму дослідження дискурсу запропонував Т. ван Дейк, який розглядає дискурс як складне когнітивне утворення, аналіз якого потребує структур для репрезентації знань, закладених у дискурс. Головним типом репрезентації знань Т. ван Дейк обирає «модель ситуації», яка вибудовується на основі особистих знань учасників комунікації (попередній індивідуальний досвід, наміри та настанови, почуття та емоції). Адаже зрозуміти текст, за словами вченого, означає ідентифікувати ситуацію, про яку йдеться, у власному, суб'єктивному внутрішньому світі, на базі власного, суб'єктивного досвіду, за допомогою власних, суб'єктивних моделей явищ та ситуацій [6].

Протягом усієї історії формування термін дискурс вживали для позначення багатьох лінгвістичних понять. Ним називали мову та мовлення взагалі (французька лінгвістична традиція, 60-ті роки XX ст.), об'єкт дослідження «лінгвістики тексту», під яким розуміли вивчення закономірностей формування та функціонування текстів. Дискурс є передусім мовним потоком, мовою в її постійному русі, що вбирає в себе всю унікальність історичної епохи, індивідуальні й соціальні особливості комунікантів та тієї комунікативної ситуації, в якій відбувається спілкування. Він стає відображенням національного менталітету і культури в усіх її виявах (національному, загальному, індивідуальному) [8].

Т. ван Дейк застосовує метод декомпанування дискурсу на кілька змістових рівнів, першим із яких є рівень релевантності та риторичних операцій. Наступним рівнем репрезентації дискурсу Т. ван Дейк виділяє стиль. До структур третього рівня дослідник відносить локальні, або мікроструктури (морфологічні, синтаксичні та лексичні механізми формування фраз та засоби породження зв'язних текстів). Четвертим змістовим рівнем, на думку вченого, є структури глобальні, або макроструктури (семантичні макроструктури), а п'ятим – формальні суперструктури (взаємодія текстів у дискурсі) [6].

Необхідно зазначити, що на думку Ю. С. Степанова, структурно-орієнтована парадигма побудови дискурсу наприкінці XX століття доповнюється новою парадигмою, яка трактує дискурс як «мову в мові». Ілюструючи цю концепцію дискурсу, Ю. С. Степанов аналізує погляди П. Серіо. Нову «форму» існування мови П. Серіо визначає як дискурс, тобто, як конкретизує Ю. С. Степанов, спеціальне використання мови для вираження особливої ментальності, особливої ідеології, що вимагає відповідної граматики та відповідної лексики [6], [9].

Існує ряд досліджень, присвячених методам дискурс-аналізу. Виділено три основні напрямки дискурс-аналізу тексту: 1) теорія дискурсу Лакло-Муфф; 2) критичний дискурс-аналіз; 3) дискурсивна психологія.

Теорія дискурсу Лакло-Муфф – постструктуралістська теорія (1980-ті – 90-ті р.р.), розроблена політологами Е. Лакло та Ш. Муфф. Теорія полягає в тому, що соціальний світ формується дискурсом з допомогою значень. Автори пропонують використати методи ідентифікації дискурсу. За їх твердженням, в одному акті артикуляції можуть бути кілька дискурсів. Якщо ми візьмемо текст, то в цьому тексті в одному реченні можна побачити кілька дискурсів. Е. Лакло та Ш. Муфф виділяють дві техніки теорії дискурсу. Перша техніка – це вузлові точки. Вузлові точки – це ключові слова у мові. У тексті необхідно побачити або почути, якщо це усне мовлення, вузлове слово,

пов'язане з іншими вузловими словами, які формують дискурс. Всі інші слова ми починаємо розуміти, виходячи з цього конкретного дискурсу завдяки цій ключовій точці. Друга техніка теорії дискурсу виходить з припущення, що у основі дискурсу лежать міфи.

Критичний дискурс-аналіз – різновид дискурс-аналізу, розроблений Н. Феркло, у якій стверджується, що дискурс – лише один із безлічі аспектів будь-якої соціальної практики. Для критичного дискурс-аналізу основною сферою інтересу є дослідження змін дискурсу, що відбуваються завдяки інтертекстуальності. Комбінація елементів різних дискурсів веде до зміни певного дискурсу, а отже, до зміни соціокультурного світу [6].

Дискурсивна психологія як вид дискурс-аналізу визначає і пізнає психічні феномени у процесі соціальної взаємодії через мову. На протигагу підходу інших течій психології до дискурсу як відображення думок, інтенцій та мотивів людей, дискурсивна психологія вважає, що дискурс не відображає реальність, а опосередковано створює її за допомогою мовних засобів. Дискурсивна психологія спирається не так на вивчення особистості безпосередньо, але в опосередковані свідчення тих чи інших установок і переконань, які виявляються у письмовій та усній промові. Британський філософ і психолог Р. Харре, один із перших теоретиків дискурсивної психології, зазначає, що звичайна мова – найважливіше джерело пізнання людської психіки, оскільки вивчення людини має відбуватися з урахуванням включення особистості в культурний та соціальний контекст, не обмежуючись описом нейронних процесів [10].

Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків у даному науковому напрямку. Проведене дослідження розширює уявлення про дискурс та лінгвістику тексту. Дискурс – складне мовленнєве утворення, текст у якому є компонентом дискурсу та потрібен щоб фіксувати можливість відтворення процесу дискурсивної діяльності. Головна особливість теорії тексту в 70-ті роки минулого століття полягає в тому, що саме в цей період її предметом поступово стає не поєднання речень, а цілий текст. Текст визначаємо як носій певної інформації, що є складним ієрархічно побудованим утворенням, необхідним для збереження й передачі певного смислу, виступає у якості з'єднувальної ланки в акті вербальної й невербальної комунікації, тоді як дискурс – це комунікативна подія, процес текстотворення, що виник завдяки тексту і навколо нього й обумовлений певними мовними й позамовними чинниками. Найважливішим напрямком лінгвістики тексту було дослідження семантики тексту, яке до сьогодні залишається актуальним, важливим завданням стає виявлення зв'язку між мовленнєвою діяльністю та іншими невербальними видами діяльності. Отже глобальна зацікавленість текстом і умовами його функціонування обумовлює актуальність подальших досліджень, перспективою є вивчення характеристик дискурсу та лінгвістики тексту, актуальною залишається необхідність поглиблення та уточнення даних питань.

Література:

1. Борботько В. Г. Общая теория дискурса (принципы формирования и смыслопорождения): автореф. дис. докт. филол. наук. Краснодар, 1998. 32 с.
2. Зайцева М. О., Артеменко Т. М., Липко І. П., Міщенко В. Я. Нариси з лінгвістичного аналізу дискурсу: до проблеми типології та характеристики: монографія. Харків: Бурун і К, 2014. 204 с.

3. Арутюнова Н. Д. Дискурс. *Лингвистический энциклопедический словарь*. Москва: Советская энциклопедия, 1990. 709 с.
4. Фуко М. Слова і речі : археологія гуманітарних наук: пер. з фр. Москва: Прогрес, 1977. 406 с.
5. Фуко М. Археологія знання: пер. з фр. Київ: Ніка-центр, 1996. 208 с.
6. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність. На матеріалах сучасної газетної публіцистики: Монографія / За ред. В. Різуна. Київ: Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2002. 392 с.
7. Schiffrin D. *Approaches to Discourse*. Oxford. Cambridge, Mass.: Basil Blackwell, 1994. 195 p.
8. Серажим К. С. Текстознавство: підручник. / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ: Київський ун-т, 2008. 528 с.
9. Степанов Ю. С. Методы и принципы современной лингвистики. Москва: Наука, 1975. 308 с.
10. Кочерган М. П. Загальне мовознавство : підручник. Київ : Видавничий центр Академія, 1999. 288 с.

Osyenko V. Discourse and linguistics of the text in linguistics of the second half of the 20th century

Summary: The article is devoted to the study of the discourse and linguistics of the text in linguistics of the 20th century in the linguistic-historiographical aspect. The study states that this period is considered a stage in the formation of text linguistics as an independent linguistic discipline, and the concept of discourse arose with the development of text linguistics and the expansion of the subject of its research. It is outlined that the social prerequisite, the basis for the emergence of text linguistics as an independent scientific linguistic discipline was the communicative-activity approach to the study of speech

and language, that is, communicative linguistics, which arose in the 70s of the last century. It is noted that the discourse and linguistics of the text are the object of interdisciplinary study, research of such sciences as linguistics, psychology, political science, linguistic and cultural studies, sociology and philosophy. In particular, the article reveals the concept of archeology of knowledge, which helps to understand the worldview, the world of values, the rules of social communication of people. In addition, discourses form historical reality, the history of concepts is inextricably linked with the history of discourses, which examines the semantics and evolution of basic concepts that can be interpreted as separate discourses or their semantic components.

Also, in the specified period, a scientific direction called text linguistics was formed, which combined linguistic achievements with the successes of other sciences.

The results of the study expand the idea of discourse, which is primarily a linguistic stream, a language in its constant movement, which absorbs all the uniqueness of the historical era, individual and social characteristics of communicators and the communicative situation in which communication takes place; text linguistics, which studies the rules of building a coherent text as a communicative system and its content categories. The entire kaleidoscope of linguistic paradigmatics unites the constant increase in the number of discourse-oriented disciplines and theories that open new horizons in the field of linguistics, respectively, requiring the development of new tools, new methods of research and description.

Key words: text linguistics, discourse, discourse analysis, discourse studies, linguistics, communicative event, communicative linguistics, linguopragmatic approach.

Останчук Я. В.,

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри іноземних мов

Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

СЕМАНТИКА ПРОПОЗИТИВНИХ ПРЕДИКАТІВ

Анотація. Стаття присвячена аналізу семантики предикатів пропозитивної настанови. Визначено, що пропозитивна настанова передає суб'єктивне відношення ставлення до змісту пропозиції, виражає настанову суб'єкта щодо факту об'єктивної дійсності і є складником модусу, об'єм якого ширший і включає й інші параметри. Пропозитивні настанови потрактовують як такі, що належать до недескриптивного або модального компонента висловлювання, що дає змогу мовцеві виразити своє ставлення щодо змісту висловленого. Проаналізовано здатність предикатів сенсорного і волітивного модусів вводити пропозицію і виражати пропозитивну настанову.

Пропозиція, репрезентована різними пропозитивними предикатами, набуває різного семантичного наповнення: статусу достовірної інформації, факту об'єктивної дійсності; думки чи точки зору, причини виникнення емоційного стану, віри чи припущення, отже простежується зв'язок між семантикою пропозитивного предиката і залежною пропозицією; вибір пропозитивного предиката залежить від стану свідомості мовця (емоційного чи інтелектуального Анотацістану), а також від його відношення до висловленої інформації. Аналіз мовного матеріалу свідчить, що пропозитивне відношення суб'єкта до пропозиції може реалізуватись взаємодією предикатів різних пропозитивних настанов.

Під пропозитивною настановою (відношенням) розуміють психологічний стан суб'єкта, виражений пропозитивним предикатом, який виникає щодо певного фрагмента об'єктивної дійсності за критерієм істинності. Змістом пропозитивної настанови є пропозиція (або її еквівалент), яка вводиться у поліпропозитивне речення пропозитивними предикатами. Пропозитивні предикати, позначаючи процеси, що відбуваються в інтелектуальній, емоційній і вольовій сферах людської діяльності, потребують за реалізації в мові пропозитивних додатків, тобто їх типовим контекстом є поєднання із з'ясувальними підрядними частинами, що конкретизують зміст об'єктної теми, включеної в структуру значення таких дієслів.

Ключові слова: пропозиція, предикт пропозитивної настанови, модус, семантика предикатів пропозитивної настанови.

Постановка проблеми. Визначаючи речення як “найбільш просту можливу форму репрезентації думки”, Ш. Баллі вважав, що людське мислення передбачає реакцію на факти об'єктивної дійсності, іншими словами, пізнаючи об'єктивну реальність, людина “віносить судження є річ чи ні, визначає бажана вона чи ні, або виражає побажання, щоб вона була чи ні” [1, с. 43]. Розглядаючи речення *Я думаю/сумніваюсь, що сьогодні сонячний день; Я радію/шкодую, що сьогодні сонячний день; Я хотів би, щоб сьогодні був сонячний день*, вчений стверджував, що у першому реченні виражається судження про факт, у дру-

гому – судження про цінність факту, у третьому – виявлення волі мовця. Згідно з його концепцією, думку не можна звести до простого уявлення людини про об'єктивну дійсність, що виключає будь-яку активну участь з боку мислячого суб'єкта. Думка репрезентується у логічній формі, що встановлює чітку різницю між уявленням про факт, сприйнятий почуттями, відтворений пам'яттю чи створений уявою, і психічною операцією, що проводиться над цим фактом мислячим суб'єктом.

Експліцитне речення складається з двох частин: одна з них буде корелятивна процесу, що утворює уявлення про об'єктивну дійсність (наприклад: *іде дощ*) – диктум, друга – містить головну частину речення, що є корелятивною психічної операції, що проводиться мислячим суб'єктом і виражає його ставлення до факту об'єктивної дійсності, – модус [1, с. 43–44]. У сучасній лінгвістичній практиці для позначення об'єктивного змісту речення термін *диктум* використовують нарівні з терміном *пропозиція*, прийнятим у логіко-лінгвістичних дослідженнях. Для опису суб'єктивної складової складника речення послуговуються терміном *модус* або *пропозитивна настанова*. Також використовують поняття *предикатного актанта* (предикативного чи пропозитивного). Термін використовується для позначення конструкцій з вираженим модусом, оскільки диктумна (пропозитивна) частина виступає в ролі актанта при модусному предикаті. Поняття пропозитивного актанта орієнтовано не на змістову інтерпретацію компонентів висловлення, а на їх синтаксичні відношення – залежність диктумного компонента.

Метою статті є семантичний аналіз предикатів пропозитивної настанови, завданнями є розмежувати поняття модус і пропозитивна настанова, розглянути різноманітні потрактування пропозитивних предикатів у вітчизняній та зарубіжній лінгвістиці, окреслити межі пропозитивних предикатів та запропонувати критерії їх виділення.

Вклад основного матеріалу. Комплекс суб'єктивних значень, згідно з теорією Е. Бенвеніста, ґрунтується на ставленні мовця до віддзеркаленого у в реченні явища дійсності: кожен мовець, використовуючи мову, ніби “привласнює” її собі, співвідносячи з собою, з моментом своїх мовленнєвих дій, зі своїм ставленням та оцінками. Суб'єктивність, таким чином, визнається основною якістю мови, що забезпечує її комунікативну функцію [2, с. 296–298]. Модус тлумачать як вербалізовану суб'єктивну інтерпретацію диктумної події, яка може подаватись в аспекті модальності, тобто можливості, вірогідності події і ступеня достовірності повідомлення про неї, чи в аспекті характеру психічного оброблення інформації про диктумну подію. У модусі виражено факт усвідомлення об'єктивного ставлення до події, про яку йдеться [3, с. 19]. В іншій інтерпретації модус потрактовують як ядро пропозитивної

настанови [4]. У науковій літературі модус і пропозитивної настанова нерідко отожднюються, хоча існують спроби розмежувати ці поняття: так, Н. Арутюнова зазначає, що пропозитивне відношення вирізняється перш за все своєю здатністю встановлення зв'язку між адресантом та пропозицією (що співвідноситься з суб'єктивно-модальним відношенням), а модус переносить центр ваги на ставлення змісту висловлювання до дійсності, що постулюється адресантом (об'єктивне модальне значення висловлювання) [5, с. 207]. Пропозитивна настанова, на нашу думку, передає суб'єктивне відношення до змісту пропозиції, виражає настанову суб'єкта щодо факту об'єктивної дійсності і є складовою модусу, об'єм якого ширший і включає й інші параметри. Приміром, у реченні ... вона не могла цьому опиратись, оскільки *вважала*, що разом з тим здобуває більше влади над його душею (В. Підмогильний) предикат *вважати* належить до ментального модусу і виражає пропозитивну настанову суб'єкта (суб'єктів) щодо істинності інформації підрядної частини (у нашому випадку припущення). У реченні *Він вірив*, що його прагненню мусить бути негайна відповідь, бо для нього ця жага була надто велика, надто руйнівна, щоб звичайна справедливість могла допустити їй лишитись зойком у порожнечі (В. Підмогильний) пропозитивна настанова суб'єкта – віра.

Термін “пропозитивна настанова” запозичений лінгвістикою із логіки, що вивчала відношення між суб'єктом і його судженнями. Б. Рассел використовував термін “пропозитивна настанова” щодо певних дієслів (які у лінгвістичній практиці називають пропозитивними), акцентуючи увагу на тому, що вони за формою є двомісними предикатами, що встановлюють відношення між суб'єктом і пропозицією [6, с. 224], тобто можуть бути представлені семантичною моделлю X Р, що Y, де X – суб'єкт пропозитивної настанови, що переживає певний психічний (емоційний чи інтелектуальний) стан щодо Y – пропозиції, яка являє собою фрагмент об'єктивної дійсності, виражений пропозитивним предикатом Р. Так, у реченні *Та разом з тим, вона майже одверто раділа, що тепер, по тому переломі, її сина, напевне, не візьмуть до армії* (В. Козаченко) предикат *радіти* відображає відношення суб'єкта до пропозиції, що є фактом об'єктивної дійсності. Якщо у цьому реченні предикат *радіти* передає емоційний стан суб'єкта (радість), то у реченні *Знаю тільки, що він раптом узяв на гадку написати довгу низку романів, у яких би відбилась ціла епоха* (В. Дрозд) предикат *знати* передає інтелектуальний (знання) суб'єкта щодо залежної пропозиції.

Виділення пропозитивних предикатів ґрунтується на їх логічному поділі на ті, що певною мірою стосуються механічної дії (приміром: *Андрійко безталанний все малював хату з ясеними* (С. Васильченко) і ті, що позначають ментальні процеси (*Він думав, що все те сватання перетреться, переметься та й так минеться* (І. Нечуй-Левицький), тобто відображають “внутрішню і зовнішню діяльність людини” [5, с. 61]. Результатом дії предикатів першої групи є видима зміна, процес чи перетворення, в той час як результат дії предикатів другої групи – специфічний, оскільки його неможливо визначити, виміряти чи побачити: дія відбувається у свідомості людини. Інакше кажучи, одні предикати охоплюють матеріальну площину буття, інші – духовну, що відбувається у психіці людини. Функціонуючи разом у системі мови, вони взаємодіють, і семантика кожної з груп визначається чіткіше: одні позначають зміни

оточуючого середовища, інші – відношення до цих змін. Пропозитивні настанови розглядаються як такі, що належать до недескриптивного або модального компонента висловлювання, що дає змогу мовцеві виразити своє ставлення щодо змісту висловленого. Для опису семантики пропозитивних настанов або особистих модальностей використовується поняття “можливих світів” (семантична теорія “можливих світів” передбачає, що істинність чи хибність пропозиції може реалізуватись не тільки в реальному світі, але і у всіх можливих, співвіднесених із дійсністю, тобто в модальних контекстах), а самі вони інколи характеризуються як світопороджувальні оператори. Можливі світи відображають можливий стан справ або напрямок розвитку подій, що є сумісними з настановою певної особи [7]. Приміром, у реченні: *Як була я малою, то мені було не раз снитися, що моя мати чеше мені коси, влітає червоні кісники, вбирає мене в квітки та в стрічки, голубить та жалує* (І. Нечуй-Левицький), *Снилося, що ми з Гнатом вийшли на Проводи на могилки. Весна, цвітуть рясно дерева, людей скрізь повно, відзвонюють дзвони по всіх церквах* (У. Самчук) пропозиції (*моя мати чеше мені коси, влітає червоні кісники, вбирає мене в квітки та в стрічки, голубить та жалує, ми вийшли на Проводи; весна; цвітуть дерева* тощо) не відображають реального стану справ об'єктивної дійсності, але є реальними і істинними в уявному світі мрій, фантазій і снів суб'єкта: *Довго думав, уявляючи собі все, що сталося під білою стіною. Він уявив так чітко, ніби сам там був* (В. Козаченко); *І сниться Чіпці – немов сон, і ввижається – наче бувальщина. Сниться йому й ввижається недавня гульня. Увесь шинок залитий світлом – сяє, аж горить; музика тне, рубає; підбори землю рвуть; крики, співи... стоголосе ляцання... безпуття скажене... А збоку насуває темна ніч, немов чорна хмара. А в тій хмарі, у тій непроглядній темряві, ледве видко, чорніють панські комори, двір...* (П. Мирний). “Можливі світи” створюють пропозитивні предикати віри, уяви, бажання: *Я вірю, Марто, в краще майбутнє. В те, що люди будуть кращі* (В. Підмогильний); *Йому весь час здавалось, що він не там, де мусить бути. Тому, не дійшовши кінця якоїсь вулиці, він раптом повертав назад, забивався зовсім у протилежний край, з якого відхилився несподівано в інший бік, ще в інший і так без краю, перестаючи добре розуміти, шукає він чи сам тікає від когось* (В. Підмогильний); *Я вже уявляв, вимріявав, куди подіну, як розпоряджуся скарбом. Стану грошовитим і щедрим* (Ю. Яновський).

Межі пропозитивних предикатів не до кінця визначені. Наприклад, В. Гак, потрактуючи пропозитивні предикати як такі, що виражають відношення до дії з боку суб'єкта і формують модальність модуса, утворюючи модальну і комунікативну рамку висловлювання, виділяє п'ять груп предикатів: сприйняття (*бачити, чути, відчувати*); почуття в широкому розумінні (*радіти, обурюватись, шкодувати*); епістемічної модальності (*знати, сумніватись, бути впевненим*); мовлення (*говорити*); волітивні (*хотіти, сподіватись*) [8, с. 39]. С. Крилов до числа пропозитивних предикатів відносить предикати мисленнєвого відношення (*думати, вважати, вірити*) і емотивні предикати. Проміжне становище займають сенсорні (перцептивні) (*чути, бачити, відчувати*) і комунікативні предикати (*говорити, питати, вітати*), які інколи зараховують до пропозитивних, а інколи виносять за межі цього типу [9, с. 71–72]. Епістемічні предикати (предикати мисленнєвого відношення): – когнітивні та ментальні – виражають раціональну оцінку адресата,

емотивні предикати – емоційну. До пропозитивних предикатів К. Айджмер зараховує: предикати, що виражають епістемічні відношення (включаючи віру і знання): *вірити, знати, думати, усвідомлювати, очікувати, уявляти, передбачати; предикати*, які виражають бажання суб'єкта: хотіти, воліти, бажати, прагнути; предикати, які виражають невпевненість суб'єкта в істинності пропозиції: *сумніватись, дивуватись* [10].

Деякі вчені під пропозитивним відношенням розуміють думки, що відображають різноманітні внутрішні стани суб'єкта. Репрезентативний характер думки відмічений у психології і когнітології. Пропозитивні настанови часто розглядають крізь призму предикатних актантів, що дає змогу чіткіше окреслити семантику пропозитивних предикатів та умови їхнього функціонування, при цьому зазначається, що об'єктом предикатів пропозитивного відношення є думка суб'єкта – ментальна репрезентація як реально існуючої, так і уявної дійсності у свідомості суб'єкта. І. Нінілуото до пропозитивних настанов зараховує знання, припущення, пам'ять, уяву [11]. М. Річард – віру, бажання, знання, повідомлення інформації [12]. Проблему набуття предикатами емоційної сфери функцій пропозитивної настанови розглядає Анна А. Залізник [13, с. 92].

У науковій літературі, однак, висловлюється думка, що не всі модусні предикати є пропозитивними, тобто не всі виражають пропозитивну настанову. О. Доценко зазначає, що функцію предикатів модусу можуть виконувати слова зі значенням відчуття, сприймання, мовлення, мислення, знання, пам'яті, емоційного стану, переживання та ставлення, раціональної оцінки, волевиявлення, бажання [4]. Однак модусні предикати відчуття належать до сенсорного або перцептивного модусу і не виражають пропозитивної настанови, оскільки орієнтовані на актуальний стан справ у його предметному, процесуальному і подієвому аспектах (слухати, дивитись) [14, с. 110]. Вони не можуть вводити пропозицію: **Я слухав, що; *Я дивився, що*. Однак варто зазначити, що невіддільність сприйняття від ментальних операцій передбачає розвиток епістемічних смислів предикатів сенсорного модусу [14, с. 111], а отже, – і можливість увести пропозицію і виражати пропозитивну настанову: *Повернулось у старого серце, як почув, що козацька кров ілється понад Дніпром через Виговського і через навіженого Юруся Хмельниченка* (П. Куліш); *Чував, що вона переїхала вчителювати на Поділля* (М. Стельмах). У цих випадках предикат перцептивного модусу чути набуває значення 'дизнатись', 'довідатись', 'знати': *Повернулось у старого серце, як дізнався, що козацька кров ілється понад Дніпром через Виговського і через навіженого Юруся Хмельниченка; Знав/довідався, що вона переїхала вчителювати на Поділля*, а відтак – можливість вводити пропозицію і виражати пропозитивну настанову – впевненість щодо достовірності пропозиції. В іншому прикладі: *Однак швидко після того Карпо побачив, що Мотря говорила таке, що держалось купи* (І. Нечуй-Левицький) предикат *бачити* набуває значення 'розуміти (усвідомлювати)': *Карпо зрозумів, що Мотря говорила таке, що держалось купи*, а тому стає пропозитивним.

Суперечливою є думка вчених, які стверджують, що предикати волітивного модусу (бажати, хотіти, прагнути) не виражають пропозитивної настанови [15, с. 15]. Як зазначає П. Тагард, "об'єктом бажання є річ, або щось на зразок речі, але не стан справ в цілому" [16, с. 152]. Тобто об'єктом бажання може бути конкретний предмет чи суб'єкт (*Я хочу нову сукню*), абстрактне

поняття (*Хочеться радості хоч крапельку* (О. Довженко), але не факт об'єктивної дійсності. Справді, аналіз фактичного матеріалу засвідчує відсутність конструкцій *С хотіти/бажати, що Р*, натомість функціонують конструкції на кшталт *С хотіти/бажати, щоб Р*: *Я хочу, щоб ми позбулися почуття тривоги, яке лягло на нас. Звільнилися від страху катастрофи, який поглинув нас, знебарвлюючи перед нами світ* (В. Домонтович). Однак речення типу *С хотіти/бажати Р можна трансформувати у С хотіти/бажати, щоб Р*. Наприклад, *Я хочу миру на землі. → Я хочу, щоб на землі був мир*, хоч у низці контекстів трансформовані речення мають дещо штучний характер: *Я хочу молока. → Я хочу, щоб я випила молока*. Г. Бен-Ямі наводить послідовні аргументи проти можливої трансформації речень, що містять предикати ментального стану (зокрема хотіти), і відкидає їх належність до предикатів пропозитивної настанови [див. 11].

З таким твердженням важко погодитись. Припускаємо, що у реченнях типу *Я хочу/бажаю, щоб Р* предикати волітивного модусу зближуються з предикатами віри: *Я хочу, щоб на землі був мир → Я вірю, що на землі буде мир* або *Бажав би я, мій рідний краю, Щоб ти на волю здобувався, Давно сподіваного раю Від себе власно сподівався. Щоб велич простого народу Запанувала на Русі, Щоб чарівна селянська врода Росла в коханні та красі* (П. Грабовський) → *Я вірю, що мій край...*, а відтак виражають пропозитивні настанови. Та сама пропозиція, репрезентована різними пропозитивними предикатами, набуває різного семантичного наповнення, причому ці форми характеризують певний стан свідомості мовця [6, с. 224]. Так, наприклад, пропозиція, представлена предикатом *знати*, у реченні *О. Артемій знав, що дякон буває в гостях в писаршинного батька Панасенка, і замотав собі це на вус* (І. Нечуй-Левицький) набуває статусу достовірної; предикатом *вважати* у реченні *Ватя вважала, що вона багато краща за тих панночок, і не боялась виставлять їх перед паничами поруч з своєю особою* (І. Нечуй-Левицький) – статусу думки чи точки зору, предикатом *радіти* – статусу причини виникнення емоційного стану: *А Нельговский и Ноздроватий раділи, що Джур сидить наче на голках* (О. Кониський), предикатом *вірити* – статусу віри чи припущення: *Він вірив, що має тонкий слух і чує кроки прийдешнього. Аджеж у кроках майбутнього він пізнавав відгомін власних своїх кроків: знайомий і любий звучний стук* (В. Домонтович). Таким чином, простежується зв'язок між семантикою пропозитивного предиката і залежною пропозицією, вибір пропозитивного предиката залежить від стану свідомості мовця (емоційного чи інтелектуального стану), а також від його відношення до висловленої інформації.

Аналіз мовного матеріалу свідчить, що пропозитивне відношення суб'єкта до пропозиції може реалізуватись взаємодією предикатів різних пропозитивних настанов, приміром: *Тоді, вперше за всі літа, Малуша зрозуміла й відчула, що не може далі ховатися в тиші монастиря* (С. Складенко); *Надійка ще подумала, пошкодувала, що зараз вона не в школі* (В. Козаченко). У першому реченні пропозиція є об'єктом відчуття і інтелектуального стану суб'єкта, у другому – інтелектуального й емоційного стану суб'єкта.

Висновки. Зазначені класифікації засвідчують різні підходи до визначення пропозитивних предикатів, відсутність єдиних чітких критеріїв і як наслідок – відсутність єдиної, загально визначеної класифікації. На нашу думку, під пропози-

тивною настановою (відношенням) можна розуміти психологічний стан суб'єкта, виражений пропозитивним предикатом, який виникає щодо певного фрагмента об'єктивної дійсності за критерієм істинності. Змістом пропозитивної настанови є пропозиція (або її еквівалент), яка вводиться у поліпропозитивне речення пропозитивними предикатами. Відтак, під пропозитивними ми розуміємо предикати, що виражають суб'єктивне відношення людини до об'єктивної реальності, відображене у його свідомості у вигляді певного ідеального образу (пропозиції). Тому семантичним об'єктом предикатів цієї групи виступає не окреме предметне поняття, а цілісна семантична ситуація, первинним вираженням якої виступає залежна суб'єктно-об'єктна структура. Такий підхід передбачає, що пропозитивні предикати вживаються у поліпропозитивних реченнях, а тоді синтаксична реалізація пропозитивних предикатів здійснюється через головну частину поліпредикативного речення, залежна частина якого фіксує факт реальності і дістає синтаксичного оформлення за допомогою сполучника що, наприклад: *Грицько задував, що то все мара, що він у своїй хаті, далеко від тих місць* (М. Грушевський); *Вони знають, що він віддає їм їхні гроші за проценти* (В. Винниченко). Інакше кажучи, пропозитивні предикати, позначаючи процеси, що відбуваються в інтелектуальній, емоційній і вольовій сферах людської діяльності, потребують за реалізації в мові пропозитивних додатків, тобто їх типовим контекстом є поєднання із з'ясувальними підрядними частинами, що конкретизують зміст об'єктної семи, включеної в структуру значення таких дієслів.

Література:

- Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка. Москва: Изд-во иностранной литературы, 1955. 416 с.
- Бенвенист Э. Общая лингвистика. Москва: Прогресс, 1974. 446 с.
- Шинкарук, В.Д. Модус і диктум у структурі речення : Автореф. дис. на ... д-ра філол. наук : 10.02.01. Київ, 2003. 36 с.
- Доценко О. Модальність у вираженні об'єктно-з'ясувальних відношень: автореф. дис.... кандидат філологічних наук 10.02.01. Київ, 2001. 20 с.
- Арутюнова Н.Д. Предложение и его смысл: логико-семантические проблемы. Москва: Наука, 1976. 383 с.
- Russell B. Logic and Knowledge. London: George Allen and Unwin. 1956.
- Hintikka Ya. Logiko-epistemologicheskie issledovaniya. Moskva: Progress. 1980. 440 p.
- Гак В.Г. О логическом исчислении семантических типов пропозициональных глаголов. Логический анализ языка. Пропозициональные предикаты в логическом и лингвистическом аспекте. Москва: Наука, 1987. С. 37–45.
- Крылов С.А. О содержании термина “предикаты пропозициональной установки”. Пропозициональные предикаты в логическом и лингвистическом аспекте. Москва: Наука, 1987. С. 71–73.
- Aijmer K. Evidence and the Declarative Sentences. Stockholm: Almqvist and Wiksell inter. 1980. 150 p.
- Niiniluoto I. Remarks on the logic of perception. In Intensional Logic and Natural Language, edited by I. Niiniluoto and E. Saarinen, 116–129. Helsinki: Acta Philologica Feninca. 1982. 324 p.
- Richard M. R. Propositional attitudes: An essay on thoughts and how we describe them. Cambridge: Cambridge University Press. 1981. 288 p.
- Зализняк А. Исследования по семантике предикатов внутреннего состояния. Slavistische Beiträge, B. 298. München: Otto Sagner Verlag, 1992. 204 с.
- Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, событие, факт. Москва: Наука, 1988. 340 с.
- Ben-Yami H. “Against characterizing mental states as propositional attitudes”. Philosophical Quarterly 47, 1997. P. 84–89.
- Thagard P. “Desires are not propositional attitudes”. Dialogue: Canadian Philosophical Review 45, 2006. P. 151–156.

Ostapchuk Ya. Semantics of propositional predicates

Summary. The article is dedicated to the analysis of the semantics of the predicates of propositional attitude. It is determined that propositional attitude conveys a subjective attitude to the content of the proposition, expresses the subject's attitude towards the fact of objective reality and is a component of modus, the scope of which is wider and includes other parameters. Propositional attitudes are considered to belong to the non-descriptive or modal component of the sentence, which allows the speaker to express his attitude to the content of the sentence. The ability of predicates of sensory and volitional moduses to add a proposition and express propositional attitude is analyzed.

A proposition represented by various propositive predicates acquires a different semantic content: the status of reliable information, a fact of objective reality; thoughts or points of view; the causes of an emotional state, belief or assumption; so the connection between the semantics of the propositive predicate and the dependent proposition is traced; the choice of a positive predicate depends on the state of consciousness of the speaker (emotional or intellectual state), as well as on his attitude to the expressed information. The analysis of the language material shows that the propositional attitude of the subject to the proposition can be realized by the interaction of predicates of different propositional attitudes.

Propositional attitude can be understood as the psychological state of the subject, expressed by the propositional predicate, which arises in relation to a certain fragment of objective reality according to the criterion of truth. The content of the propositional attitude is a proposition (or its equivalent), which is introduced into a polypropositive sentence by propositional predicates.

Key words: proposition, predicate of propositional attitude, mode, semantics of predicates of propositional attitude.

*Павлик Н. В.,**orcid.org/0000-0002-2957-6973**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри української мови та славістики**Бердянського державного педагогічного університету*

ЧАСОПРОСТІР ЕПІСТОЛЯРНОГО ДИСКУРСУ

Анотація. Спостереження над текстами різностильової і жанрової приналежності засвідчують, що хронотоп як формально-змістова категорія визначає не лише сюжетну організацію художнього твору, а й є притаманною епістолярним текстам, у яких відтворюється реальна дійсність, що має опертя на часові і просторові характеристики. Аналіз наукової літератури з означеної проблематики дозволяє стверджувати, що хронотоп епістолярного дискурсу у вітчизняному мовознавстві наразі цілісно не вивчався. Стаття присвячена дослідженню хронотопу письменницького епістолярію в контексті його жанрової специфіки та опису мовних засобів, які формують часовий і просторовий план (континуум) листа.

Хронотоп епістолярного тексту потрактовуємо як формально-змістову категорію, що відображає взаємозв'язок часових та просторових характеристик і має важливе значення у змістовій, композиційно-структурній та жанрово-стилістичній організації листа. Часопростір епістолярію, на відміну від художньо-літературного хронотопу, є реальним, оскільки сутність листа передбачає відтворення автором передусім об'єктивної дійсності, тому в ньому простежується тісний зв'язок з простором і часом. У письменницькому епістолярії виокремлено хронотоп біографічного часу, реальний соціально-історичний хронотоп, ідилічний хронотоп і його різновиди – родинно-ідилічний та інтимно-любковий хронотоп. Автор сам обирає події, відтворює факти дійсності, цим пояснюється дискретний (фрагментарний або вибірковий) характер вибудованого ним часопростору.

Хронотопні контексти в епістолярному дискурсі формуються за допомогою комплексу різнорівневих мовних одиниць, а саме: прислівників, які позначають місце і час описуваних подій або містять указівку на відповідність їх з моментом написання листа; лексики на позначення відрізків часу, доби, періоду, пори року, що допомагають логічно вибудувати перебіг подій у хронологічній послідовності; дієслів зі значенням руху, переміщення, фізичної діяльності тощо, які експлікують динамічний, процесуальний характер хронотопних структур; лексики топонімічної семантики (зокрема, астіоніми, ойконіми, урбаноніми, хороніми, гідроніми, ороніми тощо); власних імен і прізвищ учасників подій; іменників-загальних назв з топонімічною семантикою та ін.

Ключові слова: хронотоп, часопростір, епістолярний дискурс, письменницький лист.

Постановка проблеми. Час і простір як універсальні категорії буття, форми існування матерії є одними із найбільш досліджуваних у гуманітарних науках. Філософську концепцію простору-часу почали вивчати ще в період античності; осмислення часопростору в контексті літературознавства і лінгвістики актуалізується лише з ХХ століття. Початок таких досліджень

пов'язують передусім з науковими розробками М. Бахтіна, С. Скварчинської, Д. Лихачова та ін. Зокрема, М. Бахтін у роботі «Форми часу і хронотопу в романі» потрактував хронотоп (або часопростір) як формально-змістову категорію літератури, що відображає взаємозв'язок часових і просторових відношень, художньо засвоєних у творі [1, с. 120]. Саме Бахтін вважають розробником теоретичних основ та понятійного апарату вивчення часопростору в літературі.

Особливу увагу дослідженню художнього часу і художнього простору, зокрема специфіці відтворення часопросторових структур у творах різних жанрів у різні історичні часи, приділив Д. Лихачов у праці «Поетика давньоруської літератури». Художній час учення розглядає як явище художнього світу твору, що підпорядковує власним завданням і граматичну категорію часу, і філософське його розуміння письменником [2, с. 211]. Художній простір осмислюється дослідником через його безпосередній зв'язок з художнім часом, оскільки створює умови для його протікання, руху, в якому поєднуються обидві ці категорії [2, с. 335].

Категорія простору художнього твору стала предметом ґрунтовного аналізу Ю. Лотмана. У праці «Художній простір у прозі Гоголя» дослідник потрактував означене поняття як світобачення певного письменника, вибудоване мовою його просторових уявлень [3, с. 252–253]; це той континуум, у якому розміщуються персонажі і відбуваються дії [3, с. 258]. Він описав простір побутовий / фантастичний, замкнений / відкритий, який здатний при цьому моделювати взаємопов'язані картини світу: тимчасові, соціальні, етичні та ін.

Дослідники стверджують, що часопростір має в літературі посутне жанрове значення, тобто жанр і жанрові різновиди визначаються саме хронотопом [1, с. 121]. Це твердження окреслюється також авторами літературознавчого словника-довідника, у якому йдеться про те, що хронотоп залежить від родожанрової структури твору і є важливим чинником його стильової визначеності [4, с. 714].

Спостереження над текстами різностильової і жанрової приналежності дозволяють констатувати, що часопростір як формально-змістова категорія визначає не лише сюжетну організацію художнього твору, а й є притаманною, наприклад, листуванню, у якому зафіксовано часопросторові характеристики відтворюваних подій тощо. Аналіз наукової літератури з проблеми дослідження засвідчує, що хронотоп епістолярного дискурсу у вітчизняному мовознавстві наразі цілісно не вивчався.

Мета статті – дослідити хронотоп листа в контексті його жанрової специфіки та описати мовні засоби, які формують часовий і просторовий план (континуум) епістолярію.

Методи дослідження. Аналіз хронотопу епістолярного дискурсу здійснювався за допомогою лінгвістичного опису мовних фактів, зокрема, прийомів спостереження, узагальнення і класифікації, використаних для комплексного дослідження листів, методів стилістики мови, застосованих для встановлення жанрології епістолярних текстів, контекстуально-інтерпретаційного методу, що сприяв виявленню особливостей часопростору письменницького листування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сучасному етапі розвитку наукової думки в галузі філології спостерігається зацікавлення питаннями хронотопу передусім з погляду літературознавчого. З-поміж вітчизняних учених вагомий внесок у розробку питань хронотопу зробила Н. Копистянська. Вона присвятила означеній проблематиці низку наукових студій, у яких цілісно дослідила та систематизувала напрями вивчення часу і простору в слов'янському літературознавстві, розширивши вчення хронотопу в категоріально-теоретичному і структурно-функційному аспектах. Авторка обґрунтувала думку про те, що проблема часопростору є багатогранною та міжгалузєвою і входить як складова у фольклористику, в історію та теорію літератури, поетику і стилістику, культурологію тощо [5].

Серед публікацій останнього десятиріччя виділимо працю О. Олійник, котра стосується вивчення часопросторової проблематики у літературознавчих і фольклористичних студіях [6]; М. Скидан, у роботі якої увагу актуалізовано саме на мовних засобах вираження часу та простору в художніх творах [7] тощо.

Наукових досліджень, присвячених опису хронотопу в епістолярному дискурсі, трапляється не так багато. Виділимо дисертаційну працю Л. Морозової «Письменницький епістолярій у системі літературних жанрів» [8], де об'єктом вивчення став часопростір епістолярних форм у художніх творах. Хронотоп безпосередньо письменницького епістолярію висвітлюється в наукових студіях Т. Акімової [9], Н. Доміненко [10]. Зокрема, у статтях розглядаються особливості просторово-часової організації листа, мовні засоби втілення хронотопу в його структурі.

Виклад основного матеріалу. *Епістолярний дискурс* – це багатопараметризована структура, яка характеризується певними ознаками, а саме: виконанням комунікативної функції; прагматичним спрямуванням; наявністю соціального контексту, що репрезентує учасників спілкувального процесу; оформленням у вигляді зв'язного тексту, часовим та просторовим чинниками тощо. *Лист* визначаємо як ціліснооформлений, орієнтований на конкретного адресата текст зі специфічними усталеними частинами початку і кінця, який розрахований на передачу інформації в часі та на відстані. У наукових студіях епістолярій розглядають як комунікативну систему, що вирізняється з-поміж інших жанрів та типів текстів політематичністю і поліфункційністю. Політематичність листування проявляється в тому, що його змістове наповнення майже не обмежене. Як наслідок, залежно від цільової настанови та її реалізації в різних типах листів актуалізуються ознаки розмовного, ділового, наукового, публіцистичного і навіть художнього стилів. Багатотемність дозволила розширити функції епістолярію, а саме: лист виконує комунікативну функцію, інформативну або функцію повідомлення; функцію впливу чи прагматично-інформативну функцію; інтелектуально-комунікативну функцію;

контактноутворювальну функцію; експресивно-оцінювальну функцію тощо.

У трактуванні листа підкреслюється його здатність передавати повідомлення на відстані і закріплювати його в часі, тому часопросторовий аспект є важливим для дослідження змістового, композиційно-структурного та жанрово-стилістичного компонентів епістолярного дискурсу. Погоджуємося з твердженням про те, що у листі провідна роль належить особистості адресанта, а хронотоп є однією з ключових ознак і принципів цього жанру, що відображає модель світу, яка склалася в свідомості автора [10, с. 55].

Відразу зауважимо, що часопростір епістолярного тексту, на відміну від художньо-літературного хронотопу, є реальним, оскільки сутність листа передбачає відтворення автором передусім об'єктивної дійсності, тому в ньому простежується тісний зв'язок з простором і часом. Аналіз епістолярної спадщини українських письменників з оперттям на класифікацію М. Бахтіна [1], Н. Копистянської [5], Т. Кушнірової [11] та ін. дозволив виокремити такі види хронотопів.

1. **Хронотоп біографічного часу.** В центрі уваги листів – особистість дописувача, який проживає своє життя, має власний життєвий простір. Події, відтворювані автором не завжди у хронологічній послідовності, є обмеженими в часі, оскільки жанрова специфіка листа, як правило, не передбачає занадто широких оповідей. Біографічний хронотоп в епістолярії тематично багатоплановий, в його основі – описово-інформативні контексти, втілені в розповідях, повідомленнях, описах, нарративних конструкціях. З одного боку, спостерігається увага до надзвичайних, виняткових біографічних та ін. моментів, подій, явищ, з іншого, можуть описуватися дрібниці повсякденного побутового життя. Прикметною рисою біографічного хронотопу листа є відображення індивідуального досвіду письменника.

2. **Реальний соціально-історичний хронотоп.** Це зовнішній реальний історичний час, у якому протікає і розкривається життя адресанта/адресата листа. У простеженому епістолярії осмислюються в просторово-часовому контексті передусім ті суспільно-політичні події, соціальні явища, важливі суспільно-культурні процеси, до яких дотичний автор або які мають вплив на його діяльність, вчинки, почуття. Прикметною рисою є те, що часто соціально-історичний хронотоп у листі виступає не лише тлом для описуваних подій, а й перетинається із особистісним часопростором письменника. Цей тип просторово-часових структур утілюється через поєднання опису соціально-історичних чи суспільно-політичних реалій зі спостереженнями й внутрішніми переживаннями адресанта, що сприяє глибшому осмисленню дійсності та відображенню авторської картини світу. Отже, соціально-історичний хронотоп у письменницькому епістолярії будується на перетині особистісного часопростору дописувача із суспільними реаліями.

3. **Ідилічний хронотоп (його типи – родинно-ідилічний хронотоп, інтимно-любковий хронотоп).** За концепцією М. Бахтіна, особливістю ідилічного часопростору є його обмеженість лише основними реаліями життя, це зокрема, любов, народження, смерть, шлюб, діяльність, вік, природа [1, с. 257–258]. Ці складники дослідник назвав визначальними для ідилічного життя, вони є також компонентами ідилічного хронотопу досліджених епістолярних текстів. У листах спостерігається суб'єктивна, а досить часто

й емоційна реакція письменника на зовнішній світ і виявляється в оцінці інформації, поясненні тощо. Саме емоційність, іноді неусвідомленість поведінки, миттєві настрої, а також індивідуальний авторський стиль часто характеризують часопростір письменницького листа.

Як зазначалося, специфічною формою епістолярного хронотопу є розповідь або опис, у яких відтворюється реальна дійсність, що має опертя на часові і просторові характеристики. Обстежені часопросторові структури вирізняються зв'язним викладом подій чи фактів та часовими або причинними відношеннями. Основне їхнє призначення в епістолярному тексті – передати послідовність дій у динаміці і розвитку, наприклад: *“Коло 12 години ночі пішли ми до церкви. Ніч тиха, зоряна, тепла, святочна ніч. В церкві (костелі) повно людей, шість ксьондзів ревуть, органи грають оперні мотиви, а серед богомільної публіки, в церкві, бігають маленькі собачки та вичісують бліх. Вже як ми йшли до церкви, гори тріщали від петард, які щохвилини вибухали вознем. Тепер на самому порозі церкви стріляли петарди – і дим од них влітав до церкви та мішався з димом кадильних. По 12 служба божя скінчилась, і публіка висипала на площу. І тут тільки почалась справжня парада”* [12, т. 7, с. 165]. Автор листа М. Коцюбинський є свідком та учасником подій, а цей контекст свідчить про те, що письменник не лише констатує факти, лексика на позначення відрізків часу, доби, періоду, пори року, що допомагає логічно вибудувати перебіг подій у хронологічній послідовності, наприклад: *“Тут є час. І не раз, блукаючи самотою, я перегортаю сторінки життя. Тебе згадую. У метро, вперше. У лісі – з літнім вітром-дощем, де Ти як пантера. І коло Великої Дзвиниці² (велич гнітиться доземно, ниць сягає до небес!) і напровесні, з передматеринською задумою (з обличчям першокласниці-школярки, що перед цілим світом завинила дитинячою чистотою погляду і німічністю власної цноти, такою, щойно вийшовши з трамваю, Ти гамірну проходиш автостраду, спустивши долу очі наполохані і несучи торбинку, як портфель!)³ і на київському морі, переддосвіта, коли я подавався на рибу, а Ти журую заходилася”* [14, лист 21];

дієслова зі значенням руху, переміщення, фізичної діяльності тощо, які експлікують динамічний, процесуальний характер хронотопних структур, наприклад: *“Потому сів на пароходик і Золотим Рогом поїхав на самий край міста, де вже домів нема. Виліз на вершок гори, на кладовище, і любувався чудовими краєвидами. Звідти написав тобі одкритку, яку ти, певно, дістала вже”* [12, т. 7, с. 18].

Просторова парадигма епістолярного дискурсу репрезентується передусім лексикою топонімічної семантики. У проаналізованих листах зафіксовано такі види топонімів: астіоніми (назви міст), ойконіми (назви населених місць), урбаноніми (назви внутріміських об'єктів), хороніми (назви територій, у т.ч. країн), рідше – гідроніми (назви водоймищ) та ороніми (назви гір) (у дослідженні використано класифікацію топонімів Г. Лабінської [15, с. 14–15]). Наведемо кілька прикладів з епістолярію письменників: *“Літом ми їздили цілою родиною до Криму, до Сімеїзу, на місяць. Діти і жінки вернулись додому, а я з Криму поїхав за кордон, в глуху частину Карпат, і там пробув місяць, мандруючи верхи по горах та придивляючись до життя гуцулів”* [12, т. 7, с. 144]; *“Ленінград набрид смертельно. Сьогодні яюсь особливо нудно”* [16, с. 662]; *“Купив собі фреску і тютюну (інші речі дороги), поголився у турка,*

а потому пішов в старинну частину города – Уюп-Султан, де знов засів у кав'ярні” [12, т. 7, с. 18].

Традиційними засобами для позначення локалізації події у просторі виступають також такі мовні засоби: а) прислівники місця, б) власні імена й прізвища учасників подій, в) іменники-загальні назви з топонімічною семантикою, наприклад: *“Потому ми цілим гуртом пішли на вечір до відомого астронома Мейра, де нам співали препозано, скучно було так, що гинули мухи, до того давали щось таке пити, від чого розболілася голова. Ми швидше втекли звідти і решту вечора провели у Горького, але засиділись...”* [12, т. 6, с. 141]; *“Було у Віктора Платоновича затишно і весело. Так, що навіть я нив горілку. Вийшли год. о 6-й, потялися на Володимирську гірку, потім фотографувалися всім кодром (крім мене, я зразу поїхав додому, була т^о і боліло горло), – а закінчили день (теж без мене) в якійсь їдальні з візниками і “міцними трунками”* [16, с. 656]. Варто відзначити, як і в літературному хронотопі, топос і локус в епістолярному дискурсі перебувають у відношеннях ієрархії: топоси називають великі просторові одиниці (світ, море тощо), а локуси віддзеркалюють не абстрактний простір загалом, а конкретне місце (місто, дім, сад, кімната тощо) у просторовому континуумі [17, с. 163]. Аналіз хронотопу листів доводить думку про те, що час і простір взаємодіють в одному контексті, що має відбиття в координації використаних автором мовних ресурсів, як-от: *“Перед великодніми святами вони говорили у страсну неділю, і все було як слід. Понесли паски святити, тільки тих пасок не їли, а після обідні пішли у комору богу молитись по-своєму. Трохи згодом повиходили із комори і пішли в хату. Потім брати пороздягались дочиста і стали бігати голі по огороду із свічками засвіченими. Повроблялись у грязь, у навіз і повходили в хату. Тоді повдягались такі нечисті, як і прийшли, позасовували двері, позавішували вікна і посідали...”* [18, с. 284].

Формування хронотопного континууму листа залежне від умов, у яких він написаний, і співвідносне з постаттю автора, його знаннями про світ, метою написання кореспонденції, комунікативними намірами, врешті, з тими художніми системами і мовними парадигмами, які функціювали в певний історичний момент. Автор сам обирає події, відтворює факти дійсності, цим пояснюється дискретний (фрагментарний або вибірковий) характер вибудованого ним часопростору.

Різновиди хронотопу: дороги, події, зустрічі, рідного дому / рідної землі, чужини, природи / погоди та ін., виявлені в обстежених епістолярних текстах, стануть об'єктом розгляду в подальших наукових студіях.

Висновки. Отже, хронотоп епістолярного тексту потрактовуємо як формально-змістову категорію, що відображає взаємозв'язок часових і просторових характеристик і має важливе значення у змістовій, композиційно-структурній та жанрово-стилістичній організації листа. У письменницькому епістолярії виокремлюємо хронотоп біографічного часу, реальний соціально-історичний хронотоп, ідилічний хронотоп і його різновиди – родинно-ідилічний та інтимно-любковий хронотоп. Часовий і просторовий континуум листа виступає не лише засобом відтворення реалій дійсності, їх упорядкування та цілісного сприйняття, а й відбиває світобачення автора, є формою його самовираження, зрештою, розкриває індивідуальну картину світу письменника.

Література:

1. Бахтин М.М. *Формы времени и хронотопа в романе. Очерки по исторической поэтике*. Литературно-критические статьи. Москва : Худож. лит., 1986. С. 121–290. URL: philolog.petrus.ru/philolog/lit/bahhron.pdf (дата звернення: 6 лютого 2023 р.).
2. Лихачев Д.С. *Поэтика древнерусской литературы*. 3-е изд. Москва : Наука, 1979. 360 с.
3. Лотман Ю.М. *Художественное пространство в прозе Гоголя. В школе поэтического слова: Пушкин, Лермонтов, Гоголь*. Москва : Просвещение, 1988. С. 251–293.
4. *Літературознавчий словник-довідник / за ред. Р.Т. Гром'яка, Ю.І. Коваліва та ін.* Київ : ВЦ “Академія”, 2007. 752 с.
5. Копистянська Н., Григораш Н. Напрями вивчення часу і простору в літературознавстві слов'янського світу. *Слов'янські літератури. Доповіді. XIII Міжнародний конгрес славистів*. Любляна, 15-21 серпня 2003 року. Київ, 2003. С. 5–35.
6. Олійник О. Часопросторова проблематика у літературознавчих і фольклористичних дослідженнях. *Міфологія і Фольклор*. № 3-4 (7). 2010. С. 66–71. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/journals/index...article...957> (дата звернення: 6 лютого 2023 р.).
7. Скидан М.С. Мовні засоби вираження часу та простору в оповіданні «Гусенятко» М. Вінграновського. *Лінгвістичні дослідження : зб. наук. пр. / Харків. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди*. Харків, 2019. Вип. 51. С. 135–141. URL: https://dspace.hnpu.edu.ua/bitstream/123456789/8025/1/znphnpu_lingv_2019_51_16.pdf (дата звернення: 14 лютого 2023 р.).
8. Морозова Л.І. *Письменницький епістолярій у системі літературних жанрів : автореф. дис... канд. філол. наук*: 10.01.06. Київ, 2007. 24 с.
9. Акімова Т.П. Хронотоп епістолярного текста (на матеріалі писем А.С. Пушкина і М. Горького). URL: https://volsu.ru/upload/medialibrary/c66/3_zjmljvgnjvhlrf.pdf (дата звернення: 14 лютого 2023 р.).
10. Доминенко Н.В. Специфика и роль хронотопа в эпистолярном наследии английских поэтов-романтиков. *Филология*. 2017. № 2 (8). С. 55–60.
11. Кушнірова Т.В. *Наративні стратегії у романих формах кінця ХХ – початку ХХІ століття : монографія*. Полтава : Видавництво «Сімон», 2018. 124 с.
12. Коцюбинський М.М. *Твори: у 7 т.* Київ : Наук. думка, 1975. Т. 6: *Листи (1905–1909)*. 311 с.; Т. 7: *Листи (1910 – 1913)*. 415 с.
13. Вишня Остап. *Твори: у 4 т.* Київ : Дніпро, 1989. Т. 4: *Усмійки, фейлетони, гуморески, 1951–1956; 3 неопублікованого: 1934–1943: Чиб'ю; Матеріали к истории Ухтинской экспедиции, 1934-й год; 3 листування. “Думи мої, думи мої” (Щоденникові записи)*. 606 с.
14. Стус В. С. *Твори: у 4 т., 6 кн.* Львів : Просвіта, 1997. Т. 6 (додатковий). Кн. 1: *Листи до рідних*. 496 с. URL: https://chtyvo.org.ua/authors/Stus_VasyI/Tvory_Tom_6_knyhu_1-2/ (дата звернення: 14 лютого 2023 р.).
15. Лабінська Г. *Топоніміка: навч. посіб.* Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2016. 274 с.
16. Зеров М. *Листування. Вибрані твори / упор. Володимир Панченко*. Київ : Смолоскип, 2015. С. 639–672.
17. Качак Т. Краєвиди з дитинства: місце і простір у сучасній українській прозі для дітей. *Прикарпатський вісник НТШ «Слово»*. Івано-Франківськ, 2014. № 2 (26). С. 160–177. URL: <file:///C:/Users/User/Downloads/andriykopanytsia-word,+160-177.pdf> (дата звернення: 14 лютого 2023 р.).
18. Українка Леся. *Твори: У 12 т.* Київ : Наук. думка, 1978. Т. 10: *Листи (1876 – 1897)*. 542 с.

Pavlyk N. Chronotope of the epistolary discourse

Summary. Observations of texts of various styles and genres testify that the chronotope as a formal-content category determines not only the plot organization of a literary text, but is also inherent in an epistolary text, in which time-space structures are clearly indicated. The analysis of the scientific literature on the given issue allows us to state that the chronotope of the epistolary discourse in Ukrainian linguistics has not been comprehensively studied. The article is devoted to the study of the chronotope of the writer's epistolary in the context of its genre specificity and the description of linguistic means that form the time and space plan (continuum) of the letter.

We interpret the chronotope of the epistolary text as a formal-content category that reflects the relationship between characteristics of time and space and is important in the content, compositional and structural, and genre-stylistic organization of the letter. The time-space of the epistolary, in contrast to the chronotope of the literary texts, is real, since the essence of the letter involves the reproduction of objective reality by the author, therefore, a close connection with space and time can be deduced in it. The chronotope of biographical time, the real socio-historical chronotope, the idyllic chronotope and its varieties, which are family-idyllic and intimate-love chronotope, are distinguished in the writer's epistolary. The author himself chooses the events, reproduces the facts of reality, and this explains the discrete (fragmentary or selective) nature of the time-space constructed by him.

Time-space contexts in epistolary discourse are formed with the help of a group of linguistic units of different levels, namely: adverbs that mark the place and time of the described events or indicate their correspondence with the moment of writing the letter; vocabulary that denote segments of time, day, period, season, which help to logically build the course of events in a chronological sequence; verbs with the meaning of movement, displacement, physical activity, etc., which explain the dynamic, procedural nature of chronotopic structures; vocabulary of toponymic semantics (in particular, astonyms, oikonoms, urbanoms, choronyms, hydronoms, oronyms, etc.); first and last names of event participants; nouns of common names with toponymic semantics, etc.

Key words: chronotope, time-space, epistolary discourse, writer's letter.

СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ ТА ТЕРМІНІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ РЕАБІЛІТАЦІЇ У ПОБУТОВОМУ СПІЛКУВАННІ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню медичних термінів на позначення реабілітації у сучасній турецькій мові та специфіки їхнього функціонування як у медичній сфері, так і в побутовому спілкуванні. Терміноконцепти на позначення реабілітації, крім власне професійної сфери, широко вживаються в різних сферах людської комунікації, при цьому їхня семантика залежить від комунікативної ситуації. У статті здійснено компаративний аналіз використання таких термінів у побутовому спілкуванні та у мові офіційної медичної документації. Розглянуто лексеми, які вживаються на позначення частин людського тіла, лікування, одужання у сталих виразах та фразеологізмах турецької мови, досліджено соматичні компоненти та їх конотацію в медичній та розмовній лексиці. Окреслено місце турецької реабілітаційної медичної термінології в загальній системі лексики, систематизовано знання про семантику лексем на позначення реабілітації в сучасній турецькій мові.

Аналіз специфіки функціонування термінів на позначення реабілітації та медичних є надзвичайно важливим. У суспільстві актуальним є питання безбар'єрності та інклюзивності для осіб із спеціальними потребами. І це актуалізує питання виваженого та правильного вживання термінів, уникнення надмірної евфемізації у спілкуванні, або коректної адаптації під час перекладу відповідно до прагматичних цілей комунікації. Крім того, зіставні дослідження мовних явищ дозволяють вченим-лінгвістам визначити спільні мовні універсалиї, пов'язані із загальнолюдським сприйняттям базових концептів, таких як здоров'я людини, хвороба, одужання, співчуття тощо.

Аналіз проведених досліджень дозволяє нам говорити, що терміни на позначення реабілітації а також медичні терміни із компонентами-соматизмами функціонують в турецькій та українській розмовній мовах протягом тривалого періоду часу, що засвідчується наявністю значної кількості фразеологізмів та сталих виразів з ними. Це пояснюється тим фактом, що такі загальнолюдські універсалиї як частини тіла, хвороби, процес одужання відіграють ключову роль для людського буття.

Ключові слова: терміни на позначення реабілітації, медичні терміни, соматизми, турецька мова, фразеологічні вирази.

У наш час головною метою лінгвістичного аналізу є врятування ролі людського фактору в мові. XXI століття характеризується пануванням антропоцентричної парадигми в лексикології, що у свою чергу дозволяє подолати вузькі та усталені принципи аналізу вживання лексичних одиниць, у тому числі термінів. Оскільки у сучасному світі терміни використовуються у різних сферах життя, спостерігається тенденція до розширення їхньої семантики, але й функціоналу та просте-

жується зміна їхньої конотації відповідно до комунікативної ситуації, в якій вони вживаються. Аналіз специфіки функціонування термінів на позначення реабілітації та медичних термінів постає дедалі важливішим. У будь-якому суспільстві актуальним є питання безбар'єрності та інклюзивності для осіб із спеціальними потребами, що у свою чергу актуалізує питання виваженого та правильного вживання термінів, уникнення надмірної евфемізації у спілкуванні, або коректної адаптації під час перекладу відповідно до прагматичних цілей комунікації. Крім того, зіставні дослідження мовних явищ дозволяють вченим-лінгвістам визначити спільні мовні універсалиї, пов'язані із загальнолюдським сприйняттям базових концептів, таких як здоров'я людини, хвороба, одужання, співчуття тощо.

Актуальність пропонованого дослідження полягає у нагальній потребі аналізу лексичного складу термінологічного апарату на позначення реабілітації та медичних термінів, укладанні відповідних словників. Крім того, відчувається потреба у визначенні способів перекладу термінології у сфері реабілітації, що у свою чергу полегшить процес організації лікування та відновлення громадян України в Туреччині, які перебувають на реабілітації. Нагальним постає питання доречного вживання термінів не тільки під час перекладу медичних текстів, а й текстів соціального спрямування, новин, щоденної комунікації тощо.

Метою наукової розвідки є здійснення компаративного аналізу специфіки функціонування термінів на позначення реабілітації у турецькій та українській мовах у сфері побутового спілкування для визначення загальних мовних універсалиї, що функціонують у цій сфері, встановленню культурної специфіки їхнього вживання.

У ході дослідження використано комплексну методологію, що дозволяє говорити про правомірність отриманих результатів, зокрема використано загально лінгвістичні методи дослідження, такі як метод суцільного вибору (для формування реєстру термінів), аналізу словникових дефініцій (для визначення, опису, уточнення значень термінів), структурного аналізу (для розкриття словотвірних особливостей термінів), етимологічного аналізу (для дослідження історії термінів); та перекладознавчі методи: трансформаційний, семантичний, комунікативний (для визначення оптимальних способів перекладу термінів галузі); а також методи зіставного мовознавства: описовий (для характеристики зібраного фактичного матеріалу), зіставний (для установаження спільних і відмінних рис семантики і структури термінів); та загальнонаукові методи: кількісних підрахунків, аналізу й синтезу, індукції і дедукції, узагальнення. Зокрема, методом суцільного вибору отримано

матеріали дослідження з глумачних словників, статей соціального спрямування, опублікованих в Туреччині й Україні.

Сьогодні у медицині все більше утверджується реабілітаційний напрям, стрижнем якого є етапне, відновне, комплексне лікування захворювань і ушкоджень [1, с. 71]. У повній мірі вирішенню проблеми зміцнення здоров'я населення, зниження рівня інвалідності, збільшення тривалості життя та покращення його якості сприяє реабілітація, котра охоплює весь комплекс заходів, необхідних для того, щоб людину, котра внаслідок хвороби, вродженого захворювання або травми, фізично, розумово або душевно неповноцінну, привести після лікування гострого періоду у відповідний, належний стан, щоб вона знову змогла зайняти своє місце у повсякденному житті, суспільстві та професійній діяльності [2, с. 32].

Сам термін «реабілітація» запозичений із латинської мови і складається з префікса «re» – відновлення і прикметника «habilitas» – сприяти, корисність. Таким чином, дослівний переклад досліджуваного терміна означає відновлення корисності для чогось [3, с. 34].

Нині спостерігається стрімкий розвиток методів та засобів реабілітації, що у свою чергу призводить до постійної актуалізації терміносистеми на позначення реабілітації, виникненню нових термінів, розширенню семантики та функціоналу вже існуючих. Питання інклюзивності та адаптації стоїть на порядку денному в нашій країні, що у свою чергу фокусує увагу населення на правильному розумінні та вживанні спеціалізованих термінів на позначення реабілітації. Як стверджує А.М. Герцик: «термінологічні проблеми реабілітації належать до пріоритетних, які постали перед галузевою наукою» [4, с. 32].

Терміноконцепти на позначення реабілітації, крім власне професійної сфери, широко використовуються в побутовому спілкуванні, при цьому їхня семантика залежить від комунікативної ситуації. Враховуючи розвиток науки та медицини, слід підкреслити той факт, що термінологічний апарат на позначення реабілітації потребує систематизації. Іншим важливим питанням, яке потребує окремої уваги, є специфіка вживання таких термінів у побутовій сфері. Слід зазначити, що такі терміноконцепти функціонують у будь-якій людській мові дуже давно, оскільки процес лікування та відновлення супроводжував людство протягом усього його існування.

Зокрема, підтвердження такому твердженню знаходимо у широкому вживанні лексем на позначення частин людського тіла, лікування, одужання у сталих виразах та фразеологізмах будь-якої мови. Компонент – соматизм – це компонент фразеологічної одиниці, що позначає частини тіла людей і тварин. Дослідження показують, що найбільш широко представлені як в українській, так і в турецькій фразеології соматизми – назви зовнішніх частин людського тіла, функціонально очевидних для людини. Це голова *baş*, обличчя *yüz* (та його складові частини – ніс *burun*, очі *gözler*, рот *ağız*, вухо *kulak*) та кінцівки – рука *el /kol*, нога *ayak/bacak*. У щоденному спілкуванні медичні терміни набувають іншого значення та можуть вживатись із іншою конотацією, *burununu kırmak* дослівно перекладається «зламати (розбити) ніс», а у переносному значенні цей вираз розуміють як «збити пуху (гонор) з когось», «принизити когось».

Варто зазначити певну аналогію в частотності соматичних компонентів українських та турецьких фразеологізмів.

Так, соматизми, що займають перші п'ять порядкових номерів частотності, розміщуються в двох мовах однаково: голова, око, серце, рука, нога. Це свідчить про те, що однакові якості та функції частин тіла людини відображаються у фразеології мов, які порівнюються. І турецькій, і українській культурі притаманне сприйняття голови як головної і життєво важливої частини тіла. Голова керує думками та діями. У нашій свідомості голова – це фізичне вмістилище знань, думок та ідей. Багатом культурам притаманне сприйняття «голови» як найбільш значної, життєво важливої частини тіла. Оскільки давні люди уявляли людину центром світоутворення і бачили в ній втілення Всесвіту, вважалося що вертикальний поділ людського тіла повторює створення світу: голова асоціюється з небом, ноги – із землею, пуп – з центром світу. Голова – частина тіла, яка асоціюється з верхом, головенством, інтелектуальними здібностями людини.

Як в українській так і в турецькій мовах стали вирази з компонентом голова пов'язані з такими поняттями, як мислення, розум, пам'ять, що закономірно: основною функцією головного мозку є мислення. при цьому можна виділити вирази, що означають розумові здібності як з позитивною, так і з негативною оцінкою. Стан здорового глузду та кмітливість відображають українські фразеологічні одиниці: голова варить, з царем в голові. Порівняймо з фразеологізмами в турецькій мові: – *ağır başlı* (розумний), *canla başla* (самовідвержено), *can baş üstüne* (з великим задоволенням, за милу душу) – здорова голова подушки не потребує.

Дурість, нерозумність, легковажність, погана пам'ять – якості людини які характеризують українські звороти: голова соломою набита, вітер в голові, пуста голова, дірява голова – в турецькій мові *boş başlı*. Прислів'я з компонентом голова найчастіше характеризують саме нерозумну людину: *beyaz saçlı baş akln değil yaşın işaretidir* свинина – признак не розуму, а віку. Голова без розуму ногам спокою не дає, Голова є, та в голові нема, На голові блищить, але в голові свистить, хоча на голові густо, та в голові пусто, з порожньою головою ногам боляче. *Akulsız başın zahmetini ayaklar çeker* дурна голова ногам спокою не дає – спільне.

Специфічною рисою українських прислів'їв є концептуалізація голови як місця локалізації мозку, при чому достатньо часто зустрічається образне уподібнення голови з якоюсь ємністю: голова як чайник; в голові мозок як горішок; голова як чан, а розуму – качан; голова як бочка, а розуму – з ложечку. Таким чином, велика голова не завжди є свідком розумових здібностей людини: голова велика, а розуму мало, голова, як у вола, а думка мала, про турецькі приказки *kafayı yemek* – злетіти з котушок, збожеволіти.

Часто стали вирази з компонентом «голова» (*baş*) пов'язані з описом стану людини. Наприклад висловлювання *baş ağrısı* в медицині використовують як «головний біль», «мігрень». Але у побутовій, розмовній мові такий вираз ще має значення як неприємності, клопоти, завдавати клопоту: *Bütün gün gördüğüm insanların bitip tükenmeyen sözleri, gürlükleri, istekleri sanki birleşip bir tek ses olmuş da kulağımın dibinde tatsız ve yorucu bir başağrısı gibi, dahası sinsi bir diş ağrısı gibi çmhyordu* [5, с. 166]. – Нескінченні слова, шум і вимоги людей, яких я бачив цілий день, ніби злилися в один звук і дзвеніли у вухах неприємним і виснажливим головним болем, щобільше, як підступний зубний біль.

Одним із найбільш широко вживаних виразів у різних сферах спілкування в Туреччині є вираз *Başın sağolsun*, який дослівно перекладається як «здоров'я вашій голові». У побутовому спілкуванні вираз висловлює співчуття і реакцію на інформацію про втрату людиною рідної чи близької особи, друга або знайомого. По суті, ця фраза несе в собі інформацію: «Я радий, що ви живі, і співчуваю вашій втраті», окрім того, слід зазначити, що останнім часом такий вираз розширив сферу використання та вживається навіть у дипломатичному дискурсі, наприклад: *Cumhurbaşkanı @RTErdogan'a, Türk halkına ve Türkiye'deki depremde hayatını kaybedenlerin ailelerine baş sağlığı dilekelerini iletiyor tüm yaralılara acil şifalar diliyorum* [6]. – Я висловлюю свої співчуття президенту @RTErdogan, турецькому народу та родинам тих, хто втратив життя під час землетрусу в Туреччині, і бажаю якнайшвидшого одужання всім постраждалим. Президент України Володимир Зеленський після жакливих землетрусів, які сколихнули Туреччину 6 лютого 2023 року, висловлюючи співчуття президенту Туреччини Реджепу Тайїпу Ердогану, використав вираз *baş sağlığı dilekeleri iletmek*, що в перекладі означає «висловити співчуття». Дослівний переклад цієї фрази «слати побажання здоров'я вашій голові».

У медичній термінології слово *baş çanağı* перекладається як «череп», а в звичайному спілкуванні його використовують для позначення передньої (головної) частини будь-чого, або в значенні керівник, головний, лідер.

Очі – одна з найважливіших засобів вираження і інструмент передачі всієї різноманітності людських емоцій. У медичній лексиці слово *kör* означає «сліпий». У розмовній побутовій мові існує вираз *kör göz* – «сліпе око», що означає «погано тямущий», «нерозумний». *Kör lamba* – «тускла лампа» в переносному значенні розуміють як «той, що не має виходу». Вираз *kör yer* дослівно перекладається як «сліпе місце», «глухе місце», а у повсякденному спілкуванні його розуміють як «недійсний». *Kör kandil* – «сліпа (тьмяна) лампа» говорять про дуже п'яну людину в українській фразеології є відповідник «п'яний як чіп».

У Міжнародному класифікаторі хвороб, наприклад, термін-концепт *sağır* вживається на позначення хвороби «глухий», наприклад діагноз H91.3 *Sağır dilsiz, başka yerde sinflanmamış* [7]. Відповідно при перекладі текстів медичної галузі вживатиметься його відповідник «глухонімий, не класифікований в інших рубриках». Проте у повсякденному спілкуванні активно функціонують сталі вирази, у яких лексема *sağır* частково десемантизувалася: *sağır pencere* – глухе (хибне) вікно; *sağır duvar* – глуха стіна; *sağır renk* (глухий колір) – без кольору, невизначеного кольору; *sağır kemer* (глухий пояс) – глуха арка; розвантажувальна арка, прихована цегляним облицюванням.

Крім того, слід зазначити, що в українській та турецькій мовах існує значна кількість фразеологічних одиниць та соматизмів, які вносять семи, що позначають стан людини, процес одужання та реабілітації. Лексема *derman*, яка у перекладі з турецької означає ліки, одужання, засіб від недугу, лікарський засіб [8] вживається у побутовому спілкуванні у іншому значенні: *Derman düşmek* – втратити силу, не мати сил; *dermandan kesilmek* – бути не в силах; *yürümeğe dermanı yok* – немає змоги йти. Навіть у дуже відомій пісні (тюркю) згадується слово *derman*:

*Yara bende derman sende
Ya kendin gel ya da bana gel de
Duyarım yazmışsın iki satır mektup
Vermişsin trene halini unutup*[9].

У мене рана, у тебе – ліки.

Приходь сам, або поклич, щоб я прийшла.

Чула, що ти написав лист всього два рядки,

Кажуть, надіслав його потягом, не цікавишся що з ним.

Ще один вираз, який часто вживається у щоденному спілкуванні – *ayağa kalkmak*. Дослівний переклад його – «встати на ноги, піднятися», але в контексті реабілітації його значення може трактуватися як «одужувати, поправлятися, оправлятися». Наприклад: *Ölümden dönen emniyet müdürü 4 ayda ayağakalktı*. – Начальник міліції, який повернувся з мертвих, одужав за 4 місяці. *Felç hastası 14 yıl sonra ayağa kalktı*. – Паралізований хворий підвівся через 14 років [10].

Таким чином, проведений аналіз дозволяє нам говорити, що терміни на позначення реабілітації а також медичні терміни із компонентами-соматизмами функціонують в турецькій та українській розмовній мовах протягом тривалого періоду часу, що засвідчується наявністю значної кількості фразеологізмів та сталих виразів з ними. Це пояснюється тим фактом, що такі загальнолюдські універсалії як частини тіла, хвороби, процес одужання відіграють ключову роль для людського буття. У ході аналізу становлено, що найчастіше вживаються лексеми на позначення частин тіла, хворобливого стану, таких як біль, запаморочення тощо. Надзвичайно важливу роль відіграють вирази із лексемами на позначення ліків, одужання тощо. Такі компоненти у більшості випадків десемантизуються у складі фразеологізмів, частково втрачаючи своє первинне значення. У деяких випадках спостерігається процес десакарлізації лексем, вирази перетворюються на клішовані, усталені форми.

Література:

1. Мухін В.М. Фізична реабілітація: підручник. Київ: Олімп, 2009. 448 с.
2. Коваль Р.С. Термінологія реабілітації – сучасний стан та перспективи дослідження (на матеріалі французької та української мов). *Наукові записки. Серія філологічна*. 2012. Вип. 27. С. 32–34. URL: <https://journals.oa.edu.ua/Philology/article/view/1195/1043> (дата звернення 18.02.2023).
3. Сліпущко О.М. Тлумачний словник іншомовних слів. Київ: Школа, 2006. 288с.
4. Герцик А.М. Визначення поняття «технологія» у фізичній реабілітації. *Фізична активність, здоров'я і спорт*. 2016. № 1 (23). С. 32–34.
5. Pamuk O. Kara Kitap (Turkish Edition). Istanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2013. 476p.
6. Зеленський В. Твіт «Cumhurbaşkanı @RTErdogan'a» від 06.02.2023: веб-сайт. URL: <https://bit.ly/3JHBpNr> (дата звернення: 23.02.2023).
7. T.C. Erciyes Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastaneleri. Icd kod listesi: веб-сайт. URL: <https://hastaneler.erciyes.edu.tr> (дата звернення: 24.02.2023).
8. Türk Dil Kurumu Sözlükleri: веб-сайт. URL: <https://sozluk.gov.tr> (дата звернення: 15.01.2023).
9. Yara Bende Derman Sende: веб-сайт. URL: <https://www.turkusozu.net/tag/yara-bende-derman-sende> (дата звернення: 10.02.2023).
10. Sağlık Haberleri: веб-сайт. URL: <https://www.ntv.com.tr/saglik> (дата звернення: 09.02.2023).

Panievina S. Specific functioning of the terms determining rehabilitation in everyday communication

Summary. The article is devoted to the study of medical terms for rehabilitation in the modern Turkish language and the specifics of their functioning both in the medical field and in everyday communication. Terminological concepts denoting rehabilitation, in addition to the actual professional sphere, are widely used in everyday communication, while their semantics depends on the communicative situation. The article examines examples of the use of the most common everyday expressions and their functioning in medical terminology.

In the modern world, there is a tendency to use terms in various spheres of life, such vocabulary expands not only its semantics, but also its functionality. In addition, the issue of barrier-free and inclusiveness for persons with special needs is becoming more and more important for any society, which in turn actualizes the issue of balanced and correct use of terms, avoiding excessive euphemism or correct adaptation during translation in accordance with the pragmatic goals of communication.

In the study, we examined lexemes used to denote parts of the human body, treatment, recovery in regular expressions and phraseological units of the Turkish language, investigated somatic components and their connotations in medical and colloquial vocabulary. In the article, we considered

the place of Turkish rehabilitation medical terminology in the general vocabulary system, deepened our understanding of the semantics of certain words of the Turkish language.

Analysis of the specifics of the functioning of rehabilitation and medical terms is extremely important. The issue of barrier-free and inclusiveness for people with special needs is relevant in society. And this actualizes the issue of balanced and correct use of terms, avoiding excessive euphemism in communication, or correct adaptation during translation in accordance with the pragmatic goals of communication. In addition, comparative studies of linguistic phenomena allow linguists to identify common linguistic universals associated with universal human perception of basic concepts such as human health, illness, recovery, compassion, etc.

The analysis of the conducted research allows us to say that terms for rehabilitation as well as medical terms with somatism components function in Turkish and Ukrainian colloquial languages for a long period of time, which is evidenced by the presence of a significant number of phraseological units and stable expressions with them. This is explained by the fact that universal universals such as body parts, diseases, and the healing process play a key role in human existence.

Key words: rehabilitation terms, medical terms, somatisms, Turkish language, phraseological expressions.

Pasichnyk N. I.,
Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Department of Theory and Practice of Translation
Volodymyr Hnatiuk Ternopil National Pedagogical University

Zakordonets N. I.,
Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor at Foreign Languages Department
Volodymyr Hnatiuk Ternopil National Pedagogical University

Obikhod I. V.,
Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor at German Philology and Methods of Teaching German
Volodymyr Hnatiuk Ternopil National Pedagogical University

THE CATEGORY OF NEGATION IN LANGUAGE COMPETENCE

Summary. The present article is a research of negation in the author's discourse as a phenomenon which has not been sufficiently investigated yet. The ways and means of expressing negation and the role of diachronical and synchronical aspects are also given due consideration. The notion of negation belongs to the notions of generalization and correlates with various spheres of the material world. It is one of the main philosophical categories as time, space and number that represent basic characteristics of the material world. According to dialectics the notion of negation is one of the most important elements. In the light of materialistic dialectics negation is a competent and independent category concerning affirmation and makes a dialectical unity with it. Negation as a logical notion is an expression of the negative relations between the notions with the help of special language means. In language, as in the objective reality, negation correlates with affirmation and makes a pair category with it. The problem of negation has been much discussed from different angles. For example, I. Kant and Aristotle examined the issue of equality and nonequality between negative and affirmative statements. E. Klima investigated the place of negation in the structure of grammar. G. Tottie dedicated his investigation to the contrastive analysis of negation in the English speech and writing. The topicality of the problem under investigation is stipulated by a keen interest to the study of the development of particular parts of speech which can be the means of expression of the category of negation and a complex research of the system of negation, that is alongside with the study of logical and linguistic category of negation and the functional paradigm of negation. The objective of the mentioned paper is to investigate the category of negation on philosophical, morphological, lexical and syntactic levels that presupposes solving the following tasks for a systematic description to outline various means of expressing negation in general discourse and to specify a system of negation in the structure of the English language.

Key words: category of negation, paradigm of negation, a dialectical unity, philosophical categories as time, space and number, objective reality, affirmation.

Statement of the problem in a general form and its connection with important scientific or practical tasks. The notion

of negation belongs to the notions of generalization and correlates with various spheres of the material world. It is one of the main philosophical categories as time, space and number that represent basic characteristics of the material world. According to dialectics the notion of negation is one of the most important elements. In the light of materialistic dialectics negation is a competent and independent category concerning affirmation and makes a dialectical unity with it. Negation as a logical notion is an expression of the negative relations between the notions with the help of special language means. In language, as in the objective reality, negation correlates with affirmation and makes a pair category with it.

Analysis of the latest research and publications on this topic, selection of previously unsolved parts of the general problem, to which this article is devoted. In comparison with affirmation, for whose expression no means besides "yes" are used, there are special language means for negation's expression. But every single language has its own system of the concrete linguistic means that preserves common to mankind notion of negation and chooses the leading way of negation's denotation. So, taking into consideration the fact that all the logical categories are general for all people, it is important to mention that the language forms and rules of their functioning are different. A single negative judgment can be expressed in different ways, even within the framework of one language, because every language has various means of negation's expression. When there are no contradictions connected with the negation's definition as the general language category in the linguistic literature, where it comes to the expression of the negative relations between the notions, there exist many terms to define the same phenomenon when describing the category of negation.

"Negation is a challenging and difficult subject that has posed some problems for philosophers, logicians, psychologists, and linguists alike" declares the American linguist Laura Hidalgo Downing. There was a great interest in negation of scholars and philosophers all over the world. Many problems of negation in English have been treated, although this was coincidentally. Many problems have attracted particular attention, and one may even speak of a canon of problems to which scholars have been drawn, generation after

generation. Such problems have to deal with the phenomenon of negation in communication, negative scope, double negation [1, p. 121].

In comparison with negation affirmative seems to be quite straightforward; while negation is difficult to define and describe. Negation plays a crucial role in the philosophical and psychological traditions as a background to the more linguistically oriented discussions. Negation occupies also the central position in the tradition of Western thought, which introduces concepts that have been extremely influential in the way negation has been understood.

L. Hidalgo Downing states that negation is one of the major controversial issues discussed by philosophers (Aristotle, I. Kant), psychologists (B. Russell) and linguists (O. Jespersen, Sir R. Quirk, D. Bolinger, D. Sankoff) for centuries [2, p. 152].

Most of the books are concerned with issues that derive from philosophical and logic problems of sentences where negation is involved. And only today the properties of negation in language use have been studied.

Forming of the purpose of the article. The objective of the paper is to investigate the category of negation on philosophical, morphological, lexical and syntactic levels that presupposes solving the following tasks for a systematic description to outline various means of expressing negation in general discourse and to specify a system of negation in the structure of the English language.

Presentation of the main material of the study with a full justification of the obtained scientific results. It is a well-known fact that negation in natural languages has different properties from those of negation in logic. So, logical category of negation is manifested in the law of contradiction. This law states that two contradictory statements cannot be true and at least one of them is false. It means that one statement is obligatory false. Whether the other statement is necessary, however, as Laura Hidalgo Downing suggests, considering the characteristics of negation as a logic operator for two reasons:

- 1) properties of logical operators are also present in natural language;
- 2) to establish the points where natural language differs from logic.

In logic, negation has the status of an operator that forms a compound sentence with a truth value that is opposite to the truth value of the sentence it operates on.

So, in logic due to the absence of any phonetic resources it is possible to have only a clause negation, and in natural language having in one's disposal word stresses and focuses we can also form local negation.

So, it is quite understandable that negation in language needs to be considered from a broader perspective than that offered by logic but at the same time taking into consideration all concepts of the existence of negation in the mentioned science.

The category of negation can be examined from different views. The Concept of Overcoming False Information regards negation as a means of expression some information about non-adequacy of thought to reality, as a means of overcoming false information, prevention of either fault or error. The representatives of pure logic (I. Kant, P. Natorp) are the adherents of this concept. They stated that negation exists only in thoughts and is used but in the sense of indication to the falsity of the previous affirmative statement.

They do not acknowledge the equality of rights between negative judgement and affirmative one. To their mind, negative utterances give nothing for the real condition. Therefore, with regard to this concept, negation was understood by

G. Kogen, V. Wundt as something secondary concerning the affirmative statement, and negative judgements are just judgements about judgements.

A negative statement as well as an affirmative is the form of reflecting reality, and not only judgement about judgement. As an affirmative judgement, a negative one possesses a relative independence; it is in itself important and has a significant cognitive meaning.

There are many concepts concerning the interpretation of category of negation in linguistics. According to the Psychological Concept of Negation, the last is supposed to be a purely subjective manifestation of the human mind.

This Psychological Concept of Negation is considered to be unacceptable because of its treating negation not as a reflection of reality, but as manifestation of the human mind, emotional feelings.

To conclude, it is important to distinguish the groundlessness of both concepts, because they disregard the determinacy of negation by the objective reality.

Negation as a grammatical category embraces negative words and negative fields they form.

In O. Jespersen's opinion, delimiting the field of negation is a difficult task, as it is theoretically possible to take either a semantic or a formal approach to the problem. Using semantic criteria alone would pose serious problems, because of the existence of so-called inherent negatives, that is, lexical items with inherent negative meaning though positive in form [3, p. 36]. To such words belong absent, fail, lack, forget, exclude. Apart from the mostly practical difficulty of listing such words there is more serious theoretical objection to including them in a study of negatives. Though we naturally look upon them as the negative (fail – not succeed) we may logically invert the order (succeed – not fail).

Although evidence from psycholinguistic experiments suggests that certain words are basic, or unmarked with respect to negativity, such as long, good, happy, whereas their counterparts short, bad, sad are marked, or contain the negative element, it is uneasy to decide which items can be classified as negative both from a semantic and formal point of view [3, p. 36]. Words that compose the category of negation may be divided into nonaffixal and affixal (words containing the negative prefixes in-, un-, dis-, and non-, the suffixes -less and -out) on the ground that first are lexically stable and thus form closed classes (no, not, neither, nobody, none) and the rest have productive affixes [3, p. 37].

Negation can be treated as a phenomenon opposed to affirmation in various strata and on different levels of the language structure. On the semantic level there is always an opposition of positive and negative (antonymic relations), as in examples above: good-bad, thin-thick. On the morphological level when the affix denotes negation:

- 1) negative prefix + root: legal - illegal, regular – irregular;
- 2) root + negative suffix: worth – worthless.

The prefix un- is the most frequent means of expressing negation, the particle - not, negative pronouns – no one, nobody, nothing; the conjunction – neither nor [4, p. 16].

All these means constitute the negative paradigm in Modern English. The Modern English sentence is considered to be mononegative and employs a preverbal particle combined with an auxiliary/modal *have* and *be* makes the whole sentence negative.

The two subsets of the negative expressions differ in several aspects. From the syntactic point of view, nonaffixal negation normally confers sentence negation, because it is followed by positive tag-questions and *neither* and *not...either*-tags,

whereas affixal negation only negates a constituent and confers constituent negation, as is followed by the same kinds of tags as affirmative sentences, and tags with *so*, *too*.

But if we try to define this difference in a translated variant we'll see that the most suitable translations will be alike and only with constituent negation.

However, sentences with affixal and nonaffixal negation may be semantically equivalent.

At the same time concerning the question of affixal and nonaffixal negation it is necessary to examine what kind of equivalence holds between sentences with affixal and nonaffixal negation and the ways of their translation.

According to the investigations made by W. Chafe in Modern English there is a tendency of the preference for adjectives with prefixal negation in written language (*It is untrue*) and the preference of the constructions such as *It is not true* in spoken language [5, p. 58]. He claims that such evidence is to a large extent conditioned by the different discourse strategies used in speech and writing. Affixal negation and nonaffixal negation do not always have the same meaning and may be ambiguous: *not easy* – *нелегкий* and *uneasy* – *незручний, стурбований*.

Therefore the use of affixal and nonaffixal negation in English is governed by a number of constraints and besides the relations between English and Ukrainian affixal and nonaffixal negation are not direct taking into consideration their interpretations.

Returning to the determination of negative words it is necessary to mention, that negative words are defined as what Gunnell Tottie describes as “formally and semantically negative expressions”, that is the negative words *no*, *not*, *n't*, *never*, *neither*, *nor*, *no one*, *none*, *nowhere*, *nobody*, *nothing*; in addition to the words containing the negative prefixes *in-*, *un-*, *dis-*, *a-*, *non-*; and the words containing the suffix *-less*, and the word *without* [1, p. 204]. He was the first to establish the difference between affixal (morphological) negation and nonaffixal (syntactic) negation and calculate the frequency of syntactic negation types.

In broad semantic terms negation can be expressed in morphologic and syntactic ways in natural language. The main problem involved in the identification and classification of negative words has been the lack of correspondence between word content and word form. For example, there are words with no overt mark of negation (*absent*, *fail*, *lack*, and *forget*) but which, however, are generally understood to convey a negative meaning, and also, there are cases where there is a lack of fit between the grammatical structure of an utterance and its force. In the later case, we may have negative utterances with the force of agreement, or conversely, affirmative utterances with the force of refusals.

E. Klima was the first to attempt to establish a formal distinction between words that could be identified as negative both in form and meaning and words that are negative in meaning but not in form [6, p. 248]. Since then, the tests of co-occurrence of negative words with nonassertive terms, such as *any* and *either* in coordi-

nated structures and the combination with positive tags, have been standardly applied to identify what have been called explicit negatives.

By explicit negatives the following group of negative words is understood: *not*, *n't*, *no*, *nobody*, *no one*, *nowhere*, *nothing*. These words are negative in meaning, they are marked morphologically for negation and they follow cooccurrence restrictions that single them out as syntactically negative.

R. Quirk and S. Greenbaum refer to them as to clausal negation [7], T. Givón as to syntactic negation [8] and L. Downing as to nuclear negatives [1].

Syntactic negation usually includes also the group of broad negatives or seminegative words formed by the adjuncts *hardly*, *scarcely*, *seldom*, *rarely*, and the determiners *few* and *little*. Although these words have negative meaning, they have no morphological indication of a negative affix or particle, unlike the negatives mentioned previously.

Traditionally, in English a sentence becomes negative by adding a negator *not* to the first (auxiliary) or the only verb. In Modern English there exist three types of negation:

1. Negation in the system of language (clause negation), due to which a whole sentence syntactically is considered as negative;
2. Negation in the system of discourse (local negation), in which only one component is negated and not the whole sentence;
3. Negation in the system of sentence (predication negation) relating only to certain auxiliary verbs, in which only predicative part is negated [9, p. 84].

While a *yes-no* question normally challenges the validity of predication as a whole, negation rejects it. And like *yes-no* questions, negative sentences involve

the operator, requiring the insertion of *not* (or the affixal contraction – *n't*) between the operator and the predication.

There are two various ways of giving emotive intensification to a negative. For example, by any means and (informally) *a bit* are common alternatives to *at all* as non-assertive expressions of extent. Negative determiners and pronouns are given emphasis by *at all*, *whatever*.

In recent grammatical theory a great interest has been shown in the scope of negation. It can be defined as the semantic influence that the negative item exercises over the constituent of the clause where it appears, or the semantic domain on which negation applies. Usually, all the constituents of a sentence that follow the negative fall under the scope of negation, while the subject remains outside. This can be observed by the fact that assertive forms can occupy the subject position, while nonassertive forms will be found in other positions.

Here the nonassertive form *any* lies within the scope of negation. The subject pronoun *some* is outside the scope of negation, because the scope of negation in a given sentence extends to the end of the clause. Assertive forms can sometimes occupy the position following the verb carrying the negative, but in this case, the meaning is different from that expressed by a corresponding clause with a nonassertive form.

The scope of negation can be indicated by means of contrastive stress, which narrows down the scope of negation to the constituent that receives the focus, leaving the rest of the clause presupposed.

According to R. Quirk a negative form may be said to govern or determine the occurrence of a non-assertive form only if the latter is within the scope of the negation, either within the stretch of lan-

guage over which the negative meaning operates [7, p. 173]. The scope of negation normally extends from the negative word itself to the end of the clause, or to the beginning of a final adjunct. The subject and any adjuncts occurring before the predication normally lie outside it. The operator is sometimes within, and sometimes outside, the scope. In cognitive approaches to negation, the notion of scope must be further understood as a complex conceptualization process that arises from the interaction of two predicates or structures [1, p. 46].

Research conclusions and prospects for further research in this scientific direction. Having analyzed the theoretical material which reflects already accumulated scientific knowledge in the sphere of investigation of negation and having formulated our own vision of the problem it is possible to make the following conclusions. The category of negation is a very complicated and multifaceted issue in the sphere of logic as well as in the sphere of linguistics. It is possible to single out the following definitions of negation in logic and linguistics:

1. Negation is a competent and independent category concerning affirmation and makes a dialectical unity with it;

2. Negation as a logical notion is an expression of the negative relations between the notions with the help of special language means;

3. Negation is a logical operation in the result of which instead of an utterance A we have an utterance not-A, or vice versa;

4. Negation is the expression of the fact, that the effort to establish the connection between two ideas failed.

The fact is that on the surface level the utterance may be affirmative while on the deep level it may be negative and vice versa. All the components of the field are divided into affixal and nonaffixal negators, among which nonaffixal negators have a multileveled system and take a kernel position.

References:

1. Downing Laura Hidalgo. Negation, Text Worlds, and Discourse: the Pragmatics of fiction. USA: Ablex Publishing Corporation, 2000. 225 p.
2. Михайленко В.В. Категорія заперечення в філософії, логіці, лінгвістиці. *Наук. Вісник Чернівецького у-ту*. Чернівці, 2000. Вип. 27. *Герм. філологія*. С. 151–155.
3. Jespersen O. Negation in English and other Languages. London: Allen and Unwin, 1962. Pp. 35–86.
4. Михайленко В.В. Заперечення як комунікативний показник у діалекції. *Наук. Вісник Чернівецького у-ту*. Чернівці, 1997. Вип. 12 (3). *Герм. філологія*. С. 15–22.
5. Tottie G. No-negation and Not-negation in Spoken and Written English. Amsterdam: Rodopi, 1988. Pp. 245–265.

6. Klima E. Negation in English. In *The Structure of Language*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1964. Pp. 245–323.
7. Quirk R., Greenbaum S., Leech G., Svartvik J. *A University Grammar of English*. M.: Higher School Publishing House, 1982. 390 p.
8. Givon T. *On Understanding Grammar*. New York: Academic Press, 1979. Pp. 115–190.
9. Трейбач А. Компаративна парадигма заперечення. *Наук. Вісник Чернівецького у-ту*. Чернівці, 2002. Вип. 136. *Герм. філологія*. С. 84–89.

Пасічник Н. І., Загородонець Н. І., Обіход І. В. Категорія негачії в мовній компетенції

Аноація. Дана стаття є дослідженням категорії негачії в авторському дискурсі як феномена, який ще недостатньо досліджений. У роботі розглядаються способи і засоби вираження негачії, роль діахронічного та синхронічного аспектів. Поняття негачії належить до понять узагальнення і співвідноситься з різними сферами матеріального світу. Це одна з основних філософських категорій, таких, як час, простір і число, які представляють основні характеристики матеріального світу. Відповідно до діалектики поняття негачії є одним із найважливіших елементів. У світлі матеріалістичної діалектики негачія є компетентною і самостійною категорією щодо ствердження і становить з ним діалектичну єдність. Негачія як логічне поняття є вираженням негативних відношень між поняттями за допомогою спеціальних мовних засобів. У мові, як і в об'єктивній дійсності, негачія співвідноситься зі ствердженням і складає з ним парну категорію. Проблема негачії вивчалася багатьма вченими у різних аспектах. Наприклад, І. Кант і Арістотель розглядали питання рівності та нерівності між заперечними і ствердними висловлюваннями. Є. Кліма досліджував місце негачії в структурі граматики. Г. Тотті присвятив своє дослідження контрастивному аналізу заперечення в англійській мові та письмі. Актуальність проблеми, що досліджується, зумовлена неабияким інтересом до вивчення розвитку окремих частин мови, які можуть бути засобами вираження категорії негачії, та комплексним дослідженням системи негачії, тобто поряд з дослідженням логіко-лінгвістичної категорії негачії та функціональної парадигми негачії. Метою згаданої роботи є дослідження категорії негачії на філософському, морфологічному, лексичному та синтаксичному рівнях, що передбачає розв'язання наступних завдань для системного опису, щоб окреслити різноманітні засоби вираження негачії в загальному дискурсі та конкретизувати систему негачії в структурі англійської мови.

Ключові слова: категорія негачії, парадигма негачії, діалектична єдність, філософські категорії як час, простір і число, об'єктивна реальність, ствердження.

*Пласкунова С. Р.,**студентка спеціальності «Філологія»
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича**Гоян А. І.,**кандидат філологічних наук,
асистент кафедри германського, загального та порівняльного мовознавства
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

ВЖИВАНІСТЬ НЕОЛОГІЗМІВ ПЕРІОДУ ПАНДЕМІЇ В СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКОМОВНІЙ ПРЕСІ

Анотація. Статтю присвячено висвітленню тенденцій формування та використання неологізмів у сучасній німецькомовній пресі, виокремлено основні сфери діяльності, які найбільше збагатили мову новотворами за останніх два роки, проаналізовано основні способи творення неологізмів. Мова перебуває у постійному русі, який призводить до непомітних змін на всіх її рівнях. Ці зміни зумовлені лінгвальними та екстралінгвальними чинниками. Найбільш помітно це простежується на лексико-семантичному рівні, тому нагальним залишається аналіз функціонування нових лексичних одиниць на певних етапах розвитку будь-якої мови і німецької мови зокрема.

Для дослідження функціонування неологізмів були використані статті німецькомовних електронних газет. Об'єктом дослідження даної статті є неологізми та тенденції їх виникнення в німецькій мові під впливом тих чи інших суспільних, політичних або культурних чинників, а предметом дослідження є вжиток цих новотворів у сучасній німецькомовній пресі з урахуванням їхнього тематичного аспекту. У результаті опрацювання вибірки було встановлено три основні способи утворення неологізмів. Левову частку становлять неологізми, запозичені з англійської мови, які називають «англонеологізмами», це слова, які повністю запозичені з англійської мови, або такі, де тільки один із складників – англіцизм. Найпоширеніший спосіб утворення неологізмів у німецькій мові – новоутворення або словотвірна деривація, а саме його різновид – словоскладання.

Отже, можемо зробити висновок, що мова безупинно збагачується новими лексично-семантичними одиницями. Такі новостворені терміни, авторські слова або вирази, що описують нові явища, події й предмети, є «живими», адже часто «мігрують» з різних мов. Але при цьому існує небезпека втрати самобутності кожної окремої мови, адже часто не зберігається етнопонаціональна частина лексичного складу. На жаль, процес перейняття слів з інших мов неможливо контролювати, адже одним із найпопулярніших способів формування нових слів залишається запозичення з англійської мови.

Ключові слова: неологізм, способи утворення неологізмів, тематичний аспект, німецька мова, онлайн-видання.

Постановка проблеми. Кожна мова постійно розвивається та вдосконалюється під впливом різних соціальних, політичних, економічних та етнопонаціональних чинників й інноваційних технологій, адже будь-яка подія в суспільстві значно

впливає і на мову. У результаті цього впливу з'являються нові терміни та авторські слова, які широко використовуються в повсякденні, зокрема в сучасній пресі. Лексика в мові є мінливою: деякі слова стають застарілими, а інші навпаки формуються – це неологізми або новотвори. Нові лексичні одиниці збагачують її й допомагають описати та вказати нові явища, події й предмети. Дослідження таких новоутворених слів дає змогу проаналізувати тенденції розвитку лексико-семантичної системи мови.

Під визначенням «неологізм» здебільшого розуміють лексичні новоутворення в різних сферах людської діяльності. Вони є об'єктами постійних наукових досліджень, адже база лексичних одиниць щоразу оновлюється. Так, Буссманн неологізмом вважає новоутворений мовний вираз, слово або словосполучення, яке сприймається як відоме щонайменше частиною мовної спільноти, якщо не всією спільнотою, для опису нових понять, наприклад, у політиці, культурі та науці [1, с. 520]. Барковські та Крумм визначають неологізм як слово, новоутворене для потреб позначення предметів і понять [2, с. 226]. Дещо уточнене визначення пропонує Богдан Гінка, який характеризує неологізм як новоутворення, яке ще не з'явилося у словниках і яке створюється шляхом неологізації або запозичення [3, с. 221]. Услід за німецькою дослідницею Шіппан неологізмами ми вважаємо лексеми, час походження яких відомий, і які одночасно зрозумілі для більшості членів мовної спільноти, але все ще сприймаються як нові. Однією з характеристик неологізмів є відносно висока частота їхнього вживання у мові певної спільноти [4, с. 244].

Метою нашого дослідження було встановити тенденції формування та використання неологізмів у сучасній німецькомовній пресі, виокремити основні сфери діяльності, які найбільше збагатили мову новотворами за останніх два роки. **Об'єктом дослідження** даної статті є неологізми та тенденції їх виникнення в німецькій мові під впливом тих чи інших суспільних, політичних або культурних чинників, а **предметом дослідження** є вжиток цих новотворів у сучасній німецькомовній пресі з урахуванням їхнього тематичного аспекту.

Результат дослідження. Перш за все, зміни, які відбуваються в житті суспільства, стають причиною виникнення нових понять, створення нових найменувань і зміни семантики певних слів. Таким чином з'являються неологізми (від грец. *neos* – «новий» і *logos* – «слово») – новоутворені слова або сполуки слів, які ще не набули широкого вжитку.

Для проведення нашого дослідження неологізмів були використані статті п'яти німецькомовних електронних газет: "Der Spiegel", "Zeit Online", "Faz.net", "Bild.de", "Süddeutsche Zeitung", а також сайт німецької державної радіостанції та телеканалу "Deutsche Welle". Окрім цього, ми послуговувалися лексичною базою Інтернет-словника "OWID".

У результаті опрацювання вибірки було встановлено три основні способи (формули) утворення неологізмів:

Neuwort – власне неологізм або запозичення слова з іншої мови (до прикладу, найбільше зустрічається з англійської мови);

Neuprägung – новоутворення або словотвірна деривація (афікси, словоскладання, абрєвіатури);

Neubedeutung – розвиток нового значення або семантична деривація (породження нових значень слів, перебудова їх семантичної структури) [5; с. 13–16].

Аналіз статей Інтернет-словника "OWID", засвідчив, що левову частку становлять неологізми, запозичені з англійської мови (спосіб утворення – **Neuwort**), які називають «англонеологізмами». До прикладу, нові лексичні одиниці, які запозичені з англійської мови, широкоживані й в сучасній німецькомовній пресі: **der Zoomcall** – робоча або навчальна онлайн відеоконференція за допомогою програми "Zoom"; **das Tiny House** – маленький будиночок з легких будматеріалів, який можна транспортувати. Передусім власниками такої оселі є люди, які працюють онлайн та є незалежними від місця роботи, тому можуть жити та знаходитись у будь якій точці світу. Даний новотвір є цілковитим запозиченням з англійської мови, який почав набувати широкого вжитку ще з 2017 року. Сам неологізм складається з двох англійських слів *tiny* (нім. "winzig", укр. "маленький", "крихітний") та *house* (нім. "das Haus", укр. "будиночок"). Існують також німецькі варіації цього новотвору (за способом творення **Neuprägung**): *Kompakthaus*, *Winzighaus*, *Mikrohaus*. Але ці варіації неологізму є рідко вживаними та не змогли набути такої популярності та частоти вживаності, як англіцизм "das Tiny House". Наступний приклад – **das Clean Eating** – здоровий спосіб харчування, без використання додаткових смакових інгредієнтів та без теплової обробки продуктів. Сам концепт харчування походить з Америки та є націленим на те, щоб споживати тільки натуральну та необроблену їжу. Цей неологізм є також повним запозиченням з англійської мови, який складається зі слова *clean* (нім. "sauber", укр. "чистий") та *eating* (нім. "das Essen", укр. "їжа"). Широкого вжитку набув ще з 2016 року.

Окрім того, що неологізмами в німецькій мові можуть бути слова, які повністю запозичені з іноземних мов (у нашому випадку – з англійської), зустрічаються й такі, де тільки один із складників – англіцизм. Наприклад:

Der Teil-Lockdown – частковий локдаун. Цей неологізм з'явився під час пандемії COVID-19 та вперше був використаний (за словником OWID) 23.06.2020 баварською телерадіокомпанією "Bayerischer Rundfunk". В цьому слові ми можемо простежити утворення неологізму, де один із складників являє собою англіцизм ("der Lockdown" – "карантин"), а другий власне німецьке слово ("der Teil" – "частина").

Der Ertlernchat – чат між батьками в Інтернеті щодо шкільних питань; Даний новотвір не утворився під впливом пандемії COVID-19, але набув в цей час найширшого вжитку, через масовий перехід шкіл на онлайн-навчання. Вперше був вжива-

ний (за словником OWID) 28.09.2018 німецьким щотижневим журналом "Der Spiegel". В цьому слові ми теж можемо прослідкувати утворення неологізму, де один із складників є англіцизм ("der Chat" – "карантин"), а другий німецьким словом ("die Eltern" – "батьки").

Das Last -Minute-Schnäppchen – гаряча путівка, укладена угода в останню хвилину. Це слово у німецькій мові існувало і раніше під визначенням "угода, яка уклалась в останній момент", але з розвитком туристичного бізнесу та збільшенням попиту на авіаквитки воно дістало ще одне значення. У сфері туризму воно означає "гаряча путівка", тобто путівка, яку можна купити тільки в обмежений час за дуже вигідною ціною.

Найпоширеніший спосіб утворення неологізмів у німецькій мові – новоутворення або словотвірна деривація, а саме його різновид – словоскладання. Наприклад: **corona-positiv / coronapositiv** – прикметник, який використовують для опису людини, яка має підтвердження зараження коронавірусом. Даний прикметник є вдалим прикладом словотвірної деривації, а саме його різновиду – словоскладання ("corona" – "коронавірусна інфекція", "positiv" – "позитивний" (йдеться мова про позитивний результат тесту для діагностики коронавірусної інфекції)). Цей новотвір з'явився під час пандемії COVID-19 та вперше був вжитий (за словником OWID) 19.10.2020.

Die Corona-Infektion – коронавірусна інфекція. Неологізм складається з слів "die Corona" – "коронавірусна інфекція" та "die Infektion" – "інфекційне захворювання". Виник під впливом пандемії COVID-19 та вперше вжитий в німецькомовній пресі (за словником OWID) 26.01.2021 щотижневим тележурналом "Quarks".

Die Pandemie-Welle – хвиля пандемії. Утворений новотвір зі слів "die Pandemie" – "пандемія" та "die Welle" – "хвиля" (тобто швидке розповсюдження вірусної інфекції та значне зростання кількості хворих в певних регіонах чи по всьому світу) не є новим, але за останні роки набув найбільш широкого вжитку саме під час коронавірусної пандемії.

Опрацювавши вищезазначені способи утворення нових лексичних одиниць, можна стверджувати, що протягом найбільшу роль у формуванні лексичної бази німецької мови відіграє саме англійська. Але чи так було завжди? Насправді, запозичення слів з іншої мови було поширеним явищем ще в попередні епохи. Така практика розвитку та набуття нових лексико-семантичних одиниць також прослідковується ще в 16 столітті, але в ті часи замість англіцизмів для широкого споживання слугували латинізми. У 18 та 19 століттях мову наповнювали й насичували галліцизмами – слова та вирази, запозичені з французької мови. Отже, підґрунтя запозичення слів, що ввійшли в основу створення неологізмів у німецькій мові, часто розпочинається з іноземних мов – або це запозичення із сусідніх країн, або вплив провідних мов світу.

Наступний етапом нашого дослідження був аналіз отриманих неологізмів в результаті їх формування вищезазначеними трьома способами. А саме – установлення їхніх особливостей та специфіки розподілу нових лексичних одиниць у сучасній німецькомовній пресі за тематичним аспектом. Насамперед така подія, як коронавірусна епідемія, що вразила суспільство й суттєво вплинула на життя чи не кожної людини, безперечно відобразилася й на мовах людства, зокрема й на лексичному забарвленні сучасної німецької мови. Тому й не дивно, що за

останні роки найбільша кількість неологізмів пов'язані зі сферою «Covid-19», «Пандемія», «Коронавірус», «Здоров'я». До прикладу, у 2020/21 роках в сучасній пресі Німеччини зустрічаються такі неологізми:

Das Abstandsgebot – дистанційні вимоги, напр.: *“Die Menschen im Saarland dürfen sich wieder mit ihren Familien treffen und im Freien verweilen, solange das Abstandsgebot gewahrt ist”* [spiegel.de, 29.04.2020].

Der Covidiot – людина, яка поводить себе нерозумним чином під час пандемії « коронавірусу», напр.: *“Das hat sich spätestens mit Corona gedreht: Plötzlich war es eher das linksliberale Milieu – die Lauterbach-Ultras –, das gar nicht genug Lockdown, staatliche Supervision und Impfpflicht bekommen konnte, während man am rechten Ende des politischen Spektrums, bei den Schwurblern und Covidioten, gegen den Staat aufmuckte und die Maßnahmen infrage stellte”* [zeit.de, 02.05.2021].

Die Pandemie-Welle – хвиля пандемії, напр.: *“In kaum einem anderen Land der Welt sind in der ersten Pandemie-Welle so viele Menschen an Corona gestorben wie in Brasilien...”* [faz.net, 07.11.2021].

Die Corona-Infektion – коронавірусна інфекція, напр.: *“Auch beim Risiko einer Corona-Infektion müssen sich Schülerinnen und Schüler nicht mehr testen lassen. Der Bundesrat hat diese Regelung nach knapp einer Woche gekippt”*. [spiegel.de, 07.10.2021].

У період локдауну багато викладачів були переведені в режим роботи з дому – **Homeofficemodus, Homeworking** (дистанційна робота вдома). Інші змушені були здійснювати свою професійну діяльність мобільно, у русі – **Mobilarbeit / mobiles Arbeiten**. З метою запобігання поширенню інфекції освітній процес у більшості країн під час пандемії було переведено в онлайн-формат, чим пояснюється поява в словниковому складі німецької мови таких лексичних одиниць, як **digitales / virtuelles Klassenzimmer, Zoomschule**. В окремих випадках було запропоновано формат проведення занять на відкритому повітрі – **Outdoor-klasse, Draußenschule**.

Наступними не менш популярними та багатими на неологізми є сфери «Інтернет» й «Навчання». Такі новотвори виникли й унаслідок започаткування повноцінного дистанційного навчання, яке було спричинене пандемією «Covid-19», серед них: **der Zoomcall** – робоча чи навчальна онлайн відеоконференція за допомогою програми «Zoom», напр.: *“Einen Menschen, der dich auf der Straße anspricht, kannst du viel schwerer ignorieren als einen Instagrampost oder einen Zoomcall, zu dessen Teilnahme du dich aktiv entscheiden muss”* [spiegel.de, 04.04.2021]. Англонеологізм, складений з слів “Zoom” (назва програмного забезпечення, для проведення онлайн відеоконференцій) і “call” (нім. “der Anruf”, укр. “дзвінок”). Виник у червні 2020 року (за словником OVID) під впливом коронавірусної пандемії, коли через карантинні обмеження навчання та робота проводилися дистанційно.

der Erlernchat – чат між батьками в Інтернеті щодо шкільних питань, напр.: *“Hamburger Gymnasium schaukelten sich die gut situierten Anwälte, Ärzte und Unternehmer im Elternchat einer fünften Klasse so hoch, dass eine der Schulbehörde angeschlossene Vermittlungsstelle eingeschaltet werden musste”*. [zeit.de, 28.09.2018].

Das Onlinebezahlsystem – система оплати в режимі «онлайн», напр.: *“Da viele Kunden dem Onlineeinkauf anfangs misstrauten, führte Alibaba das Onlinebezahlsystem Alipay ein, das*

das Transaktionsrisiko reduzierte und Kundenbewertungen einführte”. [spiegel.de, 01.03.2022].

У таких сферах як «Житло» та «Їжа» також додалося чимало неологізмів. Прикладами до цих тематичних груп є: **die digitale Speisekarte** – цифрове меню, напр.: *“Wenn wir eine digitale Speisekarte studieren, entscheiden wir uns eher für die ungesunde Essensvariante. Warum ist das so?”* [spiegel.de, 19.09.2022]. Або інший неологізм: **Die Mietpreisbremse** – міри врегулювання цін на оренду (передусім на оренду житла), напр.: *“Bei Neuvermietungen greift darüber hinaus die Mietpreisbremse. In Gebieten mit angespanntem Wohnungsmarkt darf die Miete demnach höchstens zehn Prozent über der ortsüblichen Vergleichsmiete liegen”* [zeit.de, 03.06.2022].

Das Clean Eating – здоровий спосіб харчування, без використання додаткових смакових інгредієнтів та без теплової обробки продуктів. *“Hinzu kommt, dass sich die Palette an Ernährungstrends immer weiter verfeinert: von Superfood und Rohkost über Smoothies und Infused Water bis hin zu Paleo und Clean Eating”*. [faz.net, 28.03.2020].

Не менш популярними сферами формування неологізмів є такі тематики:

«Клімат»: **Der Klimatarier** – людина, яка відмовляється від споживання тих продуктів харчування, продукція та обробка яких може негативно впливати на клімат: *“Klimatarier zu werden, das begriff ich in diesem Moment, kann bedeuten, auf diese Ernährungswende zu hoffen, von der jetzt Umweltschützer, Wissenschaftler und Aktivisten so häufig sprechen”*. Стаття: *“Wie ernähre ich mich gesund und klimafreundlich zugleich?”*. [spiegel.de; 28.02.2020]

«Геополітична сфера»: **Der Raschist** – прихильник російського фашизму в українсько-російській війні. Цей неологізм виник і набув широкого вжитку зовсім недавно – у 2022 році з початком російського повномасштабного вторгнення на територію України. Наприклад: *“Die vor einer Woche geflohenen Besitzer bezeichnete Selenskyj als "Raschisten" und sagte, so hätten sich auch die "Nazis" verhalten. "Raschismus" vereint die Wörter Russland und Faschismus und wird von den Ukrainern als Begriff für "russischer Faschismus" benutzt”*. Стаття: *“Ukraine aktuell: Verteidigungsministerin Lambrecht will UN-Untersuchung”*. [dw.de; 18.09.2022].

Висновки. Отже, провівши детальний аналіз неологізмів у сучасній німецькомовній пресі, можемо зробити висновок, що мова безупинно розвивається й удосконалюється, збагачується її словниковий склад новими лексично-семантичними одиницями. Такі новостворені терміни, авторські слова або вирази, що описують нові явища, події й предмети, є «живими», адже часто «мігрують» з різних мов. Але при цьому існує небезпека втрати самобутності кожної окремої мови, адже часто не зберігається етнонаціональна частина лексичного складу. На жаль, процес перейняття слів з інших мов неможливо контролювати, адже одним із найпопулярніших способів формування нових слів залишається запозичення з англійської мови.

Література:

1. Bußmann, H. Lexikon der Sprachwissenschaft. 2. Aufl. Stuttgart: Alfred Kröner. 1990
2. Barkowski, H., & Krumm, H.-J. (Hrsg.). Fachlexikon Deutsch als Fremdsprache und Zweitsprache. Tübingen: Narr Francke Attempto. 2010

3. Hinka B. Lexikologie des Deutschen. Vorlesungen und Seminare. Ternopil: Navchalna Knuga – Bogdan Dryk. 2010
4. Schippan, T. Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache. Tübingen: Max Niemeyer. 1992
5. Barz I. Neologie und Wortbildung. *Zum Neuheitseffekt von Wortneubildungen*. Neologie und Korpus. Tübingen, 1998. S. 11–30.
6. Кійко Ю. Є., Данилюк Е.В. Неологізми в німецькій мові XXI ст.: тематичний аспект. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. Київ. Том 31 (70). №2. 2020. С. 80-85.
7. BILD. *Aktuelle Nachrichten* | URL: <https://www.bild.de/>
8. Süddeutsche Zeitung. Hintergründe und Kommentare. URL: <https://www.sueddeutsche.de/>
9. Frankfurter Allgemeine Zeitung. URL: <https://www.faz.net/aktuell/>
10. DER SPIEGEL | Online-Nachrichten. | URL: <https://www.spiegel.de/>
11. Deutsche Welle. Nachrichten & Analysen | URL: <https://www.dw.com/de/themen/s-9077>
12. OWID – owid.de. URL: <https://www.owid.de/>
13. ZEIT ONLINE. https://www.zeit.de/index?utm_referrer=https://www.zeit.de/zustimmung?url=https%3A%2F%2Fwww.zeit.de%2Findex

Plaskunova S., Goian A. The use of neologisms during the pandemic in the modern German-language press

Summary. The article is devoted to the trends in the formation and use of neologisms in the modern German-language press, highlights the main areas of activity that have enriched the language with new words over the past two years, analyzes the main ways of creating neologisms. The language is in constant motion, which leads to imperceptible changes at all its levels. These changes are

caused by linguistic and extralinguistic factors. This is most noticeable at the lexical and semantic level, so it is urgent to analyze the functioning of new lexical items at certain stages of development of any language and German in particular. The articles of German-language electronic newspapers were used to study the functioning of neologisms. The object of the study of this article is neologisms and trends of their emergence in the German language under the influence of certain social, political or cultural factors, and the subject of the study is the use of these new items in the modern German-language press, taking into account their thematic aspect. The analysis of the sample revealed three main ways of neologism formation. The lion's share of neologisms are borrowed from the English language, which are called "angloneologisms", these are words that are completely borrowed from the English language, or those where only one of the components is an anglicism. The most common way of forming neologisms in German is through neologization or word derivation, namely its variant – word compounding.

Thus, we can conclude that the language is constantly being enriched with new lexical and semantic units. Such newly created terms, author's words or expressions describing new phenomena, events and objects are "alive" because they often "migrate" from different languages. However, there is a danger of losing the identity of each individual language, as the ethno-national part of the lexical structure is often not preserved. Unfortunately, the process of adopting words from other languages cannot be controlled, because one of the most popular ways of forming new words is borrowing from English.

Key words: neologism, ways of forming neologisms, thematic aspect, German language, online media.

*Полиця Т. Д.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри українознавства**Вінницького національного медичного університету імені М. І. Пирогова**Василенко Г. Л.,**кандидат філологічних наук,**професор кафедри українознавства**Вінницького національного медичного університету імені М. І. Пирогова*

УКРАЇНА В АСОЦІАТИВНІЙ СВІДОМОСТІ ІНШОМОВНОГО РЕСПОНДЕНТА

Анотація. Статтю присвячено виявленню знань іншомовних реципієнтів про Україну, аналізу когнітивних структур, які вони об'єктивують; з'ясуванню напрямів їх семантизації у свідомості іноземців. Мета дослідження також визначити індивідуальні і колективні смисли та конотації стимула «Україна». Проаналізувати отримані вербальні реакції за факторами впливу на формування асоціативних зв'язків, за структурно-граматичним та кількісним критеріями. Структурувати отримані асоціації за принципом поля.

Основними методами дослідження є вільний асоціативний експеримент, метод аналізу словникових дефініцій, концептуальний аналіз, метод лексико-семантичного поля, описовий метод; метод кількісних підрахунків. Результати дослідження засвідчують специфіку асоціативної об'єктивності топоніму «Україна» у свідомості іноземців. Денотативні реакції на стимул «Україна» експлікують 3 базові когнітивні моделі його асоціативної семантизації: «Україна – країна», «Україна – держава», «Україна – народ», які конкретизуються у 13 семантичних моделях. Конотативні реакції об'єктивують переважно позитивні емоційно-оцінні характеристики України в мовомисленні іншомовних респондентів. Відповідно до структурно-граматичного критерію асоціації класифіковано на прості (синтагматичні, парадигматичні) та складені (представлені словосполученнями і реченнями). Отримані реакції проаналізовано також за кількісним критерієм; змодельовано й описано асоціативні поля україномовних та англійськомовних асоціацій. За результатами дослідження визначено, що найбільший вплив на формування отриманих асоціативних реакцій мав понятійний зміст слова-стимулу та порівняльні семантичні зв'язки між сприйняттям погодно-кліматичних, соціально-економічних умов в Україні, площі її території, чисельності населення і суб'єктивним досвідом респондентів. У переважній більшості реципієнтів стимул «Україна» викликає позитивні емоції, пов'язані з красою української природи, з приємним першим враженням від країни в цілому. Проте їхні знання є досить поверхневими, обмежуються загальною енциклопедичною інформацією та особистими спостереженнями.

Ключові слова: вільний асоціативний експеримент, Україна, когнітивна модель, семантична модель, асоціативне поле, міжкультурна комунікація.

Постановка проблеми. Особлива увага сучасних учених спрямована на дослідження свідомості людини, процесів,

спрямованих на сприйняття й осмислення інформації, її використання та вербальної репрезентації. Для вивчення ментально-мовного простору мовознавці усього світу використовують психолінгвістичні методики, зокрема залучення даних асоціативних словників, результатів власних чи проведених іншими дослідниками асоціативних експериментів [1; 2; 3; 4; 5; 6].

Метод асоціативного експерименту допомагає виявити асоціативне значення слова-стимула; визначити асоціативно-сміслові зв'язки між певними вербальними і невербальними подразниками, що сформувалися в свідомості індивіда на основі його особистого досвіду, «визначити конкретну ментальну модель та засоби її вербальної репрезентації певною невеликою групою людей» [7, 18]. На переконання дослідників, асоціативні реакції, отримані в результаті асоціативного експерименту, «репрезентують вербальну пам'ять респондентів, мисленнєві процеси, емоційний стан та особистісні зв'язки» [7, 17]. Тому асоціації на певний слово-стимул є цінним матеріалом для дослідження не лише розуміння його значення носіями мови, традиційного (узуального) чи актуального (нового) вживання, а й для вивчення попереднього досвіду інформанта, впливу позамовних факторів на його сприйняття та оцінку явища, вербалізованого подразником.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження мовних знань про Україну та український народ давно перебуває у колі наукових пошуків мовознавців. Історія їхніх розвідок охоплює питання когнітивної лінгвістики та психолінгвістики. Зокрема увагу науковців привертала проблема актуалізації поняттєвого та аксіологічного змісту концепту Україна в іншомовному публіцистичному та офіційному дискурсі [8; 9; 10; 11; 12], в українському художньому дискурсі [13], в індивідуально-авторських картинах світу [14; 15; 16], в «лозунговій» картині світу [17], в іншомовному сегменті Інтернет [18]; вербалізація концепту Україна в мовомисленні сучасної української молоді [19], асоціативно-сміслові поля стимулу «Україна» у ментальних лексиконах студентів [20].

Контент-аналіз праць з досліджуваної проблеми засвідчив науковий інтерес українських та російських учених до засобів об'єктивності знань та уявлень про Україну, її економіку, суспільно-політичне життя за межами країни: в публіцистиці США, Британії, Росії, у медійному дискурсі Франції, в англійськомовних офіційних документах ЄС та англійськомовних формах соціальної комунікації в Інтернеті, зокрема в рекламі.

Поза увагою дослідників залишається багатотисячна аудиторія іноземців, які живуть і навчаються в Україні. Вони безпосередньо занурені в український соціум, відчувають на собі усі аспекти життя у цій країні, національні настрої та етнічні особливості. Для подолання різного роду бар'єрів міжкультурного спілкування, уникнення національних, етнічних, комунікативних конфліктів важливо вивчати їхній емоційний і соціальний досвід. Це дозволить з'ясувати глибину знань іноземців про країну, їхнє відношення до неї, визначити зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на його формування. Отримані знання допоможуть полегшити адаптацію у новому соціальному і культурному середовищі, попередити можливі труднощі, створити позитивний імідж країни. Перераховані факти зумовлюють *актуальність дослідження суб'єктивних асоціативних реакцій на стимул Україна в мовомисленні іноземних респондентів.*

Наукову новизну презентованої статті визначає те, що в ній уперше описано особливості асоціативної репрезентації знань про Україну у свідомості іноземних студентів-медиків; виявлено когнітивні та семантичні моделі актуалізації цих знань; проаналізовано отримані асоціації за факторами впливу на формування асоціативних зв'язків, за структурно-граматичним та кількісним критеріями; змодельовано асоціативні поля українськомовних і англійськомовних реакцій на стимул «Україна».

Ця праця розпочинає ряд публікацій присвячених дослідженню мовних знань носіїв різних лінгвокультур про Україну, її мову, природу, економіку, політику, культуру в синхронії.

Метою презентованої статті є вияв мовних знань іноземних респондентів про Україну; комплексна характеристика вербальних реакцій, що виникають у свідомості іншомовних реципієнтів на стимул «Україна»; визначення індивідуальних і колективних смислів та конотацій відповідної лексики; дослідження факторів, що викликають відповідні асоціації; аналіз когнітивних моделей об'єктивізації знань про Україну, вияв напрямів їх семантизації у свідомості іноземців.

Основними **методами** дослідження є *вільний асоціативний експеримент* (забезпечив виявлення асоціацій іншомовних респондентів, які склалися на основі їхнього попереднього досвіду); *метод аналізу словникових дефініцій* (служив для виявлення семантичного наповнення поняття «Україна» в наївній картині світу); *концептуальний аналіз* (визначив добір слів-стимулів для проведення експерименту та віднаходження когнітивних моделей вербальної об'єктивізації асоціативних знань про Україну в мовно-мисленнєвому просторі іноземних студентів); *метод лексико-семантичного поля* (зумовив моделювання отриманих асоціацій); *описовий метод*; *метод кількісних підрахунків*.

Матеріалом дослідження асоціативної свідомості іноземних інформантів слугували дані вільного асоціативного експерименту, проведеного відповідно до психолінгвістичних методик Н. Бутенко [21], О. Горощко [22], С. Мартінек [23]. До експерименту було залучено 113 студентів Вінницького національного медичного університету ім. М.І. Пирогова віком від 17 до 30 років. Це представники 22 країн Африки, Азії та Європи, які проживають в Україні більше двох років, навчаються англійською мовою і вивчають українську мову як іноземну.

Виклад основного матеріалу. Методика проведення вільного асоціативного експерименту передбачає наявність певного списку стимулів, на які респондентам пропонують відре-

агувати словом чи фразою, які першими спадають їм на думку. Одним з перших і найголовніших етапів експерименту є формування такого списку. Незважаючи на багатий досвід використання цього методу, серед науковців досі немає єдиної думки щодо того, як зробити суб'єктивний вибір вербальних стимулів обґрунтованим і об'єктивним.

Щоб визначити найширший спектр знань про Україну у свідомості іноземних студентів ми формували список стимулів шляхом опрацювання концептуального змісту відповідного етноніма.

Лексикографічний аналіз лексики «Україна» доводить семантичну багатогранність аналізованого поняття на різних етапах розвитку суспільства: 1) «земля українського народу в його етно-мовних границях»; 2) «держава українського народу»; 3) «Русь»; 4) «козацька держава»; 5) «російська колонія»; 6) «Малоросія»; 7) «Українська радянська соціалістична республіка»; 8) «межа між східною Азією та цивілізованою Європою» [24,1075]. Зазначений метод також допомагає визначити енциклопедичну інформацію про Україну в сучасному світі: 1) «республіка в Південно-східній Європі»; 2) «багатий аграрний та індустриальний регіон»; 3) «незалежна країна»; 4) «низовинна місцевість»; 5) «основа економіки аграрної і мінеральні ресурси, а також важка промисловість Донецького басейну»; 6) «офіційна мова українська»; 7) «поширена російська мова»; 8) «релігія Християнство»; 9) «національна валюта гривня»; 10) «столиця – Київ»; 11) «площа 603700 кілометрів квадратних» [25].

Лексичне значення того чи того слова визначає його когнітивні моделі – ментальні конструкти знання, що лежать в основі його семантизації в різних типах мовних одиниць, в тому числі в асоціативних реакціях на відповідний стимул [26, 31]. Таким чином, семантичний зміст етноніма Україна дозволяє виділити такі його загальні когнітивні моделі: «Україна – країна» (територія, географічне положення, адміністративно-територіальний устрій тощо), «Україна – держава» (форма правління, незалежність, влада, політика, економіка та ін.). А також метафоризовані когнітивні моделі: «Україна – народ», «Україна – культура», «Україна – релігія», «Україна – рідна земля».

Дані когнітивні моделі концептуального змісту поняття «Україна» є визначальними у формуванні списку вербальних подразників для проведення асоціативного експерименту. Проте необхідно брати до уваги також вікові, гендерні, расові, мовні, культурні та інші особливості респондентів. Враховуючи зазначені фактори, ми уклали список стимулів, які, на нашу думку, репрезентують найбільш актуальні для іноземного студента-медика аспекти життя в Україні: Україна, українці, життя в Україні, українська мова, українська культура, політика в Україні, економіка в Україні, українська природа, клімат в Україні, медицина в Україні, українська їжа, свята в Україні, вишиванка. Асоціації, викликані саме цими подразниками, допоможуть дослідити напрямок думок учасників експерименту, прослідкувати їхні мотиваційно-сміслові орієнтири.

Окрім списку стимулів, анкета, яку ми пропонували заповнити іноземним студентам, містила такі пункти: 1. Анкетні дані (стать, вік, національність); 2. Питання «Коли Ви приїхали в Україну?»; 3. Завдання анкети. Зміст анкети, крім стимулів, надрукований двома мовами, українською та англійською. Завдання передбачало запис першої реакції (слова, фрази, речення) на подані стимули. Респонденти не були обмежені

в кількості реакцій, які вони могли фіксувати, а також могли самостійно обрати мову реакцій: українську чи англійську. Існувало лише обмеження в часі – 10 хвилин.

У презентованій розвідці проаналізовано асоціації, викликані стимулом «Україна» (65 українською мовою і 65 англійською мовою), оскільки в його зміст інтегровано знання про усі аспекти життя країни та її народу. Саме власна назва країни, в якій проживають іноземці, стимулює реакції, що найповніше відображають їхні думки, враження, знання, емоції, пов'язані з цією країною.

Інтерпретуючи результати асоціативного експерименту, дослідники аналізують характер асоціативних відношень, що виникають у свідомості респондентів у відповідь на певний подразник-стимул, за різними параметрами. При цьому метамова такого опису не відпрацьована, і терміни часто різняться.

Так В. Грукач, О. Ткаченко і Т. Соловйова пропонують формувати вербальні моделі ментального лексикону респондентів з урахуванням мовно-структурних і семантико-смыслових особливостей асоціацій з подальшим їх поділом за критерієм кількісного представлення на низькочастотні, більш частотні і частотні [20, 56].

Аналізуючи асоціативне поле стимулу компетентність, Т. Шаравара, А. Коцур, Н. Сизоненко і Я. Тагільцева розподіляють асоціації за зонами асоціативного гешталту (понятійні складники, суб'єкт, діяльність суб'єкта, сфера діяльності суб'єкта, визначальні ознаки діяльності суб'єкта, морально-етичне обличчя суб'єкта діяльності, характерні ознаки діяльності суб'єкта, оціночні реакції, індивідуальні реакції, емоції) та сферами пізнавальної діяльності свідомості носія мови, розмежовуючи вербальні прості та вербальні складені реакції [5, 346–349].

Порівнюючи будову фрагментів професійної мовної картини світу українських та польських студентів, О. Денисевич поділяє отримані шляхом експерименту реакції на семантичні сфери: емоційну, функціональну та соціально-рольову [27].

Г. Мартинович, керуючись кількісними показниками, поділяє асоціативні реакції на стереотипні (частотні, регулярні) та одиничні (індивідуальні, нестандартні) [28, 93].

Поширеною є якісна класифікація асоціацій, що передбачає наявність парадигматичних та синтагматичних типів реакцій. Г. Єфимчук пропонує розширити ці параметри у напрямку аспектів, пов'язаних зі значеннями слова-стимулу та слів-реакцій, зокрема: реалізації денотативного значення слова-стимулу; актуалізації референта; актуалізації наочного образу або уявлення; наявності емоційного та оцінного компонентів значення [29, 78].

В умовах такого плюралізму думок та підходів до опису результатів асоціативного експерименту поділяємо думку С. Мартінек про те, що «справжня мета дослідника в цьому випадку – не створити штучну класифікацію отриманих реакцій, а спробувати зрозуміти, чому ці реакції виникли і ... які концептуальні структури свідомості носія мови і культури вони експлікують» [30, 39]. Аналізуючи отримані реакції ми прагнули, перш за все, зрозуміти, чим вони викликані, які позамовні фактори їх спричинили, й визначити когнітивні моделі, які вони об'єктивують у свідомості учасників експерименту.

За факторами впливу на формування асоціативних зв'язків виділяємо денотативні реакції (актуалізують поняттєвий зміст слова-стимулу, експлікують базові когнітивні моделі

його семантизації) і конотативні (експлікують емоційно-оцінні характеристики стимула в мовомисленні іноземних респондентів, викликані їхнім індивідуальним досвідом). Відсоткове співвідношення асоціацій у зазначених групах відповідає 48% і 52%.

Денотативні реакції на стимул Україна об'єктивують такі когнітивні моделі: «Україна – країна», «Україна – держава», «Україна – народ», які конкретизуються у семантичних моделях:

1) «український народ – вродливі жінки» (2): *гарні дівчата; у них дуже красиві жінки;*

2) «український народ – шкідливі звички» (1): *a lot of smokers;*

3) «український народ – расова дискримінація» (3): *Citizens are racists (2); Ukrainian citizens are racist;*

4) «Україна – міста» (2): *Kiev; Багато цікавих міст;*

5) «Україна – погодно-кліматичні умови» (18): */very/ cold (5); /дуже/ холодна країна (3); /дуже / холодно (3); cold weather (2); сніг (2); bipolar weather; It's a beautiful country, but the weather is very cold; холодна;*

6) «Україна – соціально-економічне становище» (14): *beautiful and peaceful (3); peaceful place (2); It is owsn (best) place to live (2); good economic condition; Largest country in Europe and one of the poorest; is a middle economic country; Можна жити, але не працювати; можливість; Країна, від якої я в захваті, і яка має великий потенціал і майбутнє; мирна країна (для студентів);*

7) «Україна – освіта» (3): *Ukraine is good to study; Affordable medical school; ВНМУ;*

8) «Україна – площа країни» (4): *It was bigger than I expected and very vast; It was smaller than I expected and traditional; A very big country compared to mine; велика країна;*

9) «Україна – географічне положення» (3): *East European country; європейська країна; країна в Європі;*

10) «Україна – населення» (2): *so many people; a lot of people;*

11) «Україна – територія» (6): *a country (4); A place away from home; I've never heard about this country before coming here;*

12) «Україна – рідна країна, дім» (3): *My second home (2); Jordan / рідна країна;*

13) «Україна – національна кухня» (1): *ukrainian borsch.*

Найбільша кількість денотативних асоціацій об'єктивують семантичну модель «Україна – погодно-кліматичні умови». Вони виникли на основі порівняльних семантичних зв'язків між сприйняттям об'єктивних погодно-кліматичних умов та явищ в Україні і суб'єктивним досвідом респондентів, представників країн з субтропічним чи тропічним кліматом. Саме погодні явища, температура повітря – це найперше, з чим зустрічаються люди, прибувши в нову країну. Емоції посилюються завдяки контрасту, якщо те, що ти бачиш і відчуваєш, не схоже на те, до чого ти звик. Це і стало запорукою виникнення стійких асоціативних зв'язків.

На іноземних студентів справила враження також площа України і кількість населення. В основі відповідних реакцій лежить підсвідоме порівняння України з рідною країною. Отримані асоціації свідчать, що більшість опитаних почуває себе комфортно і безпечно, навчаючись тут. Проте іноземці також зустрічалися з проявами расової дискримінації в Україні. Одиничні асоціації засвідчують їхню тугу за Батьківщиною (рис. 1).

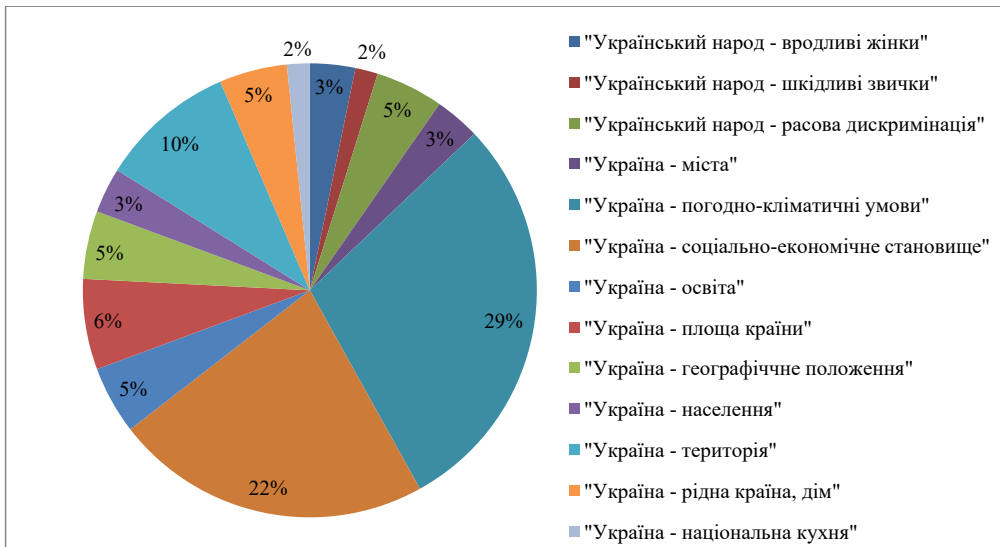


Рис. 1. Семантико-когнітивні структури, об'єктивовані денотативними асоціативними реакціями

Конотативні асоціації експлікують суб'єктивну емотивну оцінку України іноземними інформантами. Аналіз показав, що у переважній більшості реципієнтів Україна викликає позитивні асоціації (64), пов'язані з красою української природи, з приємним першим враженням від країни загалом: /дуже/ гарна (красива, прекрасна, чудова, приголомшувана) /країна/ (30); beautiful (nice, good, awesome) /country/ (place) (15); /дуже/ хороша країна (4); гарне середовище (2); /дуже/ красиво (2); Наша перша реакція була: «Україна така гарна!» (2); чисто; цікаво; добре; good; приємно; It is the best country; interesting country; The nicest place I've seen; surprising. Пейоративно забарвлені реакції є спорадичними (4): More room for improvement; Very horrible country; I hate it so much; не зовсім погана.

Великий відсоток україномовних реакцій (50%) серед респондентів, які не є носіями україномовної картини світу, свідчить про їхнє бажання відчувати себе частиною українського соціуму.

За структурно-граматичним критерієм отримані асоціації класифікуємо на прості (вербально виражені одним словом, експлікують синтагматичні та парадигматичні зв'язки між стимулом та асоціацією) та складені (представлені словосполученнями та реченнями) (табл. 1).

Синтагматичні атрибутивні асоціації граматично узгоджені зі словом-стимулом (beautiful, awesome, surprising, good, гарна, чудова, холодна) і разом з синтаксичними реакціями експлікують його позитивну оцінку.

Парадигматичні гіпонімічні реакції вказують на звуження значення стимулу «Україна» у свідомості реципієнтів у напрямку окремого міста (Kyiv), університету, де вони навчаються (ВНМУ) чи навіть типових для цієї місцевості атмосферних опадів (сніг). Одиначними є протиставлення з рідною країною (Jordan) та прирівнювання до нових можливостей (можливість).

Найбільш частотними є складені асоціації представлені підрядними словосполученнями, 62% яких містять гіперонім слова-стимула country (12) / країна (34) та його оцінку, експліковану підрядною частиною виразу. Такі асоціації свідчать як про аналітичне мислення респондентів так і про брак необхідного досвіду. Їхні знання про Україну обмежуються спостереженням за природою, погодою, за невеликою кількістю людей, що їх оточують, та деякими енциклопедичними відомостями. Частково це пояснюється їхньою зайнятістю у навчальному процесі. А також дає підстави говорити про наявність певних бар'єрів (емоційних, расових), що заважають повній адаптації у новому середовищі і сприяють свідомій відстороненості від етнічного населення.

Реакції-речення – це індивідуальні асоціації, вони найкраще відображають суб'єктивний досвід реципієнтів пов'язаний з Україною (It was bigger than I expected and very vast; It was smaller than I expected and traditional; A very big country compared to mine; More room for improvement; Наша перша

Таблиця 1

Типи асоціацій за структурно-граматичним критерієм

Типи асоціацій		Англомовні реакції (усього)	Україномовні реакції (усього)
Прості:	Атрибутивні	6	6
	Синтаксичні	–	5
Парадигматичні	Гіперонімічні	4	–
	Гіпонімічні	2	2
	Контекстуально-синонімічні	–	1
	Контрастні	1	–
Складені:	Сурядні	3	–
	Підрядні	30	44
Оформленні реченням		20	6

реакція була: «Україна така гарна!»; *Ukrainian citizens are racist*), їхні особистісні переживання (*A place away from home; My second home; Very horrible country; I hate it so much; Можна жити, але не працювати; Країна, від якої я в захваті, і яка має великий потенціал і майбутнє*). Переважна більшість реакцій цього типу виражені англійською мовою. Це свідчить про недостатній рівень володіння українською мовою іноземними студентами-медиками. Вони впевненіше формулюють свої думки і почувають себе комфортніше в англійськомовному середовищі. Хоча англійська мова також не є рідною для більшості учасників експерименту.

Реакції на певне слово-стимул, отримані в результаті асоціативного експерименту, формують його асоціативно-сміслову поле. Будова поля передбачає наявність ядра та периферії. В основі їх виділення лежить критерій частотності репрезентації отриманих одиниць. Оскільки за результатами проведеного вільного асоціативного експерименту асоціації, виражені українською мовою, та асоціації, виражені англійською мовою, представлені у співвідношенні 50:50, сформуємо відповідно два асоціативно-сміслових поля стимулу Україна: асоціативне поле українськомовних асоціацій (АПУА) та асоціативне поле англійськомовних асоціацій (АПАА). Порівняємо їхню структуру і наповнення.

Отже, ядро АПУА утворюють однакові реакції, отримані від 46% респондентів (30 осіб). Решта реакцій належать до периферії. До близької периферії відносимо асоціації, якими відреагували більше двох реципієнтів, усього 28%. Одиначні реакції, отримані від 26% опитаних, формують далеку периферію (рис. 2). В АПАА кількісне виявлення реакцій у його структурних елементах відрізняється: ядро – 23% асоціацій, близька периферія – 33%, далека – 44% (рис. 3). В АПАА переважають одиначні денотативні реакції, тоді як в АПУА більше конотативних. Ядра обох полів сформовані семантично тотожними конотативними асоціаціями, що виражають позитивне загальне враження від України. Мейоративна конотація яскраво виражена також у зонах близької периферії. Для зон далекої пери-

ферії аналізованих полів характерні поодинокі пейоративні та емоційно нейтральні реакції. І англійськомовні, і українськомовні асоціації оформлені переважно синтаксичними конструкціями, через які реципієнти конкретизують їхні знання про Україну, виділяючи важливі для них деталі: розмір, красу, погоду, географічне положення, кількість і зовнішність населення, економічні умови, расову дискримінацію, віддаленість від дому, доступність медичної освіти тощо.

Висновки. У результаті проведеного дослідження виявлено, що асоціативні реакції іноземних респондентів на етнонім Україна об'єктивують 3 базові когнітивні моделі: «Україна – країна», «Україна – держава», «Україна – народ», та експлікують такі напрямки семантизації відповідного слова-стимулу у їхній свідомості: «Україна – далеко від дому», «Україна – велика країна», «Україна – Східна Європа», «Україна – багато людей», «Україна – біполярна погода», «Україна – борщ», «Україна – хороша для життя та навчання», «Україна – не підходить для роботи», «Україна – бідна держава», «Україна – мирна / спокійна», «Україна – доступна медична освіта», «Україна – дім», «Україна – гарна», «українські жінки вродливі», «українці багато палять», «українці – расова дискримінація». З'ясовано, що Україна викликає в іноземного студента-медика переважно позитивні конотації та оцінки. Проте їхні знання є досить поверхневими, обмежуються загальною енциклопедичною інформацією та особистими спостереженнями. У зв'язку з цим важливо популяризувати відомості про Україну серед іноземних студентів зусиллями закладів вищої освіти. Саме організація такої роботи допоможе формуванню позитивного іміджу України на міжнародному рівні.

Результати проведеного експерименту також мають важливе практичне значення для оптимізації міжкультурної комунікації всередині країни, розвитку міжрасової толерантності, подолання як страхів спілкування та упередженого ставлення іноземців до носіїв української етнокультури, так і побоювань українців, пов'язаних зі сприйняттям представників інших країн та континентів.

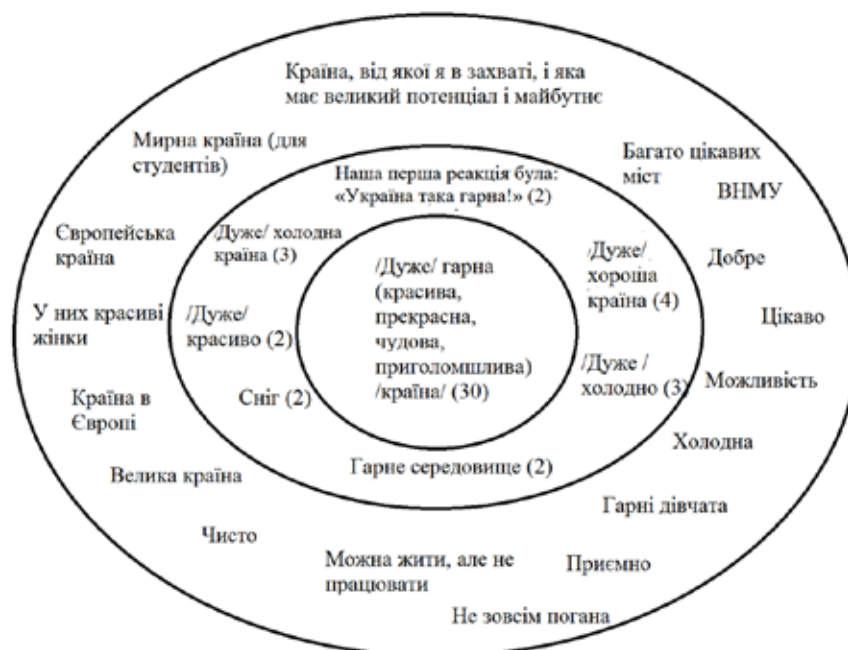


Рис. 2. Асоціативне поле українськомовних реакцій стимулу Україна



Рис. 3. Асоціативне поле англомовних реакцій стимулу Україна

Література:

- Goldfarb R., Halpern H. Word association responses in normal adult subjects. *Journal of Psycholinguistic Research*. 1984. Vol. 13(1). P. 37–55.
- Івашенко В.Л. *Концептуальна репрезентація фрагментів знання в науково-мистецькій картині світу: на матеріалі української мистецтвознавчої термінології*. Київ: Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2006. 329 с.
- Mymrina D.F. The Perception of the City and the Village by Russian and Chinese Young Adults. *XLinguae*. 2016. Vol. 9(4). P. 116–131.
- Abdel Salam El-Dakhs D. The Effect of Language Exposure and Word Characteristics on the Arab EFL Learners' Word Associations. *Journal of Psycholinguistic Research*. 2017. Vol. 46(4). P. 1033–1052.
- Шаравара Т., Коцур А., Сизоненко Н., Тагільцева Я. Психолінгвістичний аналіз структури асоціативного поля стимулу компетентність. *Psycholinguistics*. 2018. (№ 24 (2)). С. 340–358.
- Gabidullina F.I., Korganbekov B.S., Makarova V.F., Zakirov R.A., Kayumova G.F. Concept «teacher» in language consciousness of students of philological faculty. *XLinguae*. 2019. Vol. 12(3). P. 45–54.
- Lykke Nielsen M., Ingwersen P. The word association methodology – a gateway to work-task based retrieval. *Mira '99: Evaluating interactive information retrieval*, Glasgow, UK, 14–16 April 1999, P. 17–27. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/06be/cb3832d4ced0754545656ffe4dcfebb52178.pdf>
- Чабан Н.А. Образ суверенной Украины в вербальном воплощении (на материале публикаций газеты «The New York Times»): дисс... канд. филол. наук: 10.02.04. Черкаassy, 1997. 200 с.
- Пименов Е.А. Концепт «украинец» в российских СМИ. *Политическая лингвистика*. 2007. (№2(22)). С. 48–52.
- Пименова М.В. Концепт «Украина» (на материале российских СМИ). *Политическая лингвистика*. 2007. (№2(22)). С. 52–60.
- Семида О.В. Вербалізація концепту УКРАЇНСЬКИЙ НАРОД у французькому медійному дискурсі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2017. (№ 31(3)). С. 184–187.
- Єгорова О.І., Заїка В.С. Особливості актуалізації концепту Україна в англомовному офіційному дискурсі ЄС. *Вісник університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки»*. 2019. (№1(17)). С. 251–256.
- Хоменська І.В. Вербалізація концепту Україна в українському художньому дискурсі: автореф. дис... канд. филол. наук : 10.02.01. Київ, 2016. 20 с.
- Сирко І.М. Концепт Україна та його асоціативний ряд у щоденникових записках М. Галабурди-Чигрин. *Восточноукраїнський лінгвістический збірник*. 2012. (№14). С. 32–43.
- Боева Е.В. Актуалізація концепту Україна у поетичному дискурсі Т.Г. Шевченка. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2014. (№3). С. 45–50.
- Павлушенко О.А. Концепт «Україна» в індивідуально-авторських картинах світу Т. Шевченка й В. Стуса. *Молодий вчений*. 2019. (№ 2(66)). С. 451–455.
- Шарманова Н. М. Етноконцепт Україна як фрагмент когнітивного освоєння всесвіту. *Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2008. (№2). С. 60–65.
- Вєрбицька Х.І. Ключові чинники фрейму концепту «Україна». *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2016. Vol. IV(15), I.: 90. P. 59–62.
- Прищєпа О.П., Плєчко А.А., Свєсюк О.В. Особливості вербалізації концепту Україна в мовомисленні сучасної української молоді. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2018. (№292). С. 109–116.
- Грукач В., Ткаченко О., Соловійова Т. Стимул «Україна» й асоціативно-смісловє поле ментальних лексиконів студентів. *Психолінгвістика*. 2019. (№26(2)). С. 46–69.
- Бутєнко Н. *Словник асоціативних означень іменників в українській мові*. Львів: Вища школа, 1989. 328 с.
- Горошко Е.И. *Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента*. Харьков ; Москва : РА «Каравелла», 2001. 320 с.
- Мартінек С. В. *Український асоціативний словник: У 2 т. Т. 1. Від стимулу до реакції*. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007. 351 с.
- Етимологічний словник української мови: У 2-х т. Т. 2 / Укл. Ярослав Рудницький*. Вінніпег-Оттава, 1982. 1128 с.
- British dictionary*. URL: <https://www.dictionary.com/browse/ukraine>
- Полиця Т.Д. *Фразеологічна та паремійна об'єктивація концепту «думка» в українській мові: монографія*. Вінниця: ТОВ «Тілан-ЛТД», 2017. 192 с.

27. Денисевич О.В. Професійна картина світу українських та польських студентів: порівняльний аспект. *Наука сьогодні: теорія, методологія, практика*. 2013. (№5). С. 71–75.
28. Мартинович Г.А. Опыт комплексного исследования данных ассоциативного эксперимента. *Вопросы психологии*. 1993. (№2). С. 93–99.
29. Єфимчук Г. Асоціативний експеримент у дослідженні соціо-лінгвальних особливостей концепту argogance. *Актуальні питання іноземної філології*. 2018. (№8). С. 76–81.
30. Мартінек С.В. Емпіричні та експериментальні методи у сучасній когнітивній лінгвістиці. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*. 2011. (№ 52). С. 25–32.

Polytsia T., Vasylenko G. Ukraine in the associative consciousness of a foreign-speaking respondent

Summary. The article has been devoted to the identifying cognitive and semantic models of associative representation of information about Ukraine in the minds of recipients; to the finding out individual and collective meanings and connotations of the stimulus "Ukraine"; to the analyzing the received reactions according to the structural, grammatical and quantitative criteria's and factors of influence on the formation of associative relations in students' consciousness; to the forming the associative fields of Ukrainian and English reactions. The main research methods are free associative experiment, method of analysis of dictionary definitions, conceptual analysis, method of lexical-semantic field, descriptive method, method of quantitative calculations.

The results of the study show the specifics of representation of the toponym "Ukraine" in the associative consciousness of a foreign-speaking respondents. Denotative reactions objectify 3 basic cognitive models of its semanticization: "Ukraine – the country", "Ukraine – the state", "Ukraine – the people", which are concretize in 13 semantic models. Connotative reactions represent mostly positive emotional characteristics of Ukraine in the language consciousness of foreign respondents. According to the structural and grammatical criteria's the reactions are classified into the simple (syntagmatic, paradigmatic) and compound associations. Reactions were also analyzed by quantitative criteria, thus the associative fields of Ukrainian and English associations were modeled and described.

The conceptual meaning of the stimulus, comparative semantic connections between the perception of weather, climat, socio-economic conditions in Ukraine, its area, population and subjective experience of respondents has the greatest influence on the formation the associations. The recipients' positive emotions associated mostly with the beauty of Ukrainian nature, with a pleasant first impression. However, their knowledge is rather superficial, limited to general encyclopedic information and personal observations.

Key words: free association experiment, Ukraine, cognitive model, semantic models, associative field, intercultural communication.

*Посмітна В. В.,**кандидат філологічних наук, доцент,**професор кафедри мовної підготовки**Київського інституту Національної гвардії України*

ОСОБЛИВОСТІ АНТИУКРАЇНСЬКОЇ МАНІПУЛЯТИВНОЇ ПРОПАГАНДИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Анотація. У статті порушено проблему впливу маніпулятивних технологій російської пропаганди в умовах сьогодення.

Актуальність теми дослідження зумовлена загрозою здійснення деструктивного маніпулятивного впливу російськими медіа в умовах сучасної війни.

У статті відзначено зростання небезпеки інформаційної агресії в умовах воєнного стану. Російська мас-медійна пропаганда представлена як один із виявів інформаційної агресії проти України, що застосовується з використанням маніпулятивних технологій. Маніпулювання тлумачиться як прихований вид мовно-психологічного впливу, спрямований на збудження в реципієнта намірів, що відповідають комунікативним цілям суб'єкта впливу. Акцентується увага на потенційній небезпеці маніпулятивного впливу на свідомість і підсвідомість людини.

У дослідженні доведено маніпулятивний характер сучасної антиукраїнської пропаганди за допомогою виявлення маніпулятивних цілей (прихованих і спрямованих на збудження в читача намірів, що відповідають цілям російської влади) і численних фактів маніпулювання інформацією (замовчування або перекручування інформації в інтересах влади РФ).

На матеріалі аналізу інформаційних повідомлень російських медіа за грудень 2022 року визначено актуальні маніпулятивні цілі антиукраїнської пропаганди: навіювання думки про Україну як про агресора, жорстокого ворога, якому допомагає весь Захід і від якого росіяни вимушені захищатися, а тому кожен громадянин РФ має долучитися до збройної боротьби. Як основні види сучасної пропаганди визначено руйнування, роз'єднання, залукування.

Виявлено актуальні методи реалізації пропагандистських цілей: багаторазового повторення, гіперболізації ставок, демонізації та дегуманізації опонента, абсолютної очевидності, «великої брехні», «гнилого оселедця». Визначено поширені сьогодні засоби маніпулятивного пропагандистського впливу: мовні – вживання слів із негативним емоційним забарвленням, протиставлення, навішування ярликів, будова речень; дискурсивні – маніпулювання інформацією, широке використання контексту, повторюваність, структурування тексту.

У статті доведено наявність особливостей антиукраїнської маніпулятивної пропаганди на сучасному етапі інформаційної агресії проти України, встановлено основні з них – на рівні цілей, методів і засобів.

Перспектива дослідження – визначення актуальних засобів нейтралізації деструктивного маніпулятивного впливу російських медіа.

Ключові слова: мовний вплив, маніпулятивна пропаганда, цілі та методи пропагандистського впливу, мовні та дискурсивні засоби маніпулятивної пропаганди.

Постановка проблеми. Посилення можливостей мас-медіа є ознакою сучасного суспільства та одночасно його проблемою. Пропаганда в мас-медіа може становити значну небезпеку в умовах здійснення інформаційної агресії. На тлі ж агресії воєнної роль пропаганди зростає настільки, що людина під її впливом втрачає здатність аналізувати інформацію і сприймає всі факти тільки під кутом зору, сформованим пропагандою. Використання маніпулятивних засобів у пропаганді значно підсилює її вплив на розвиток індивідуальних поглядів і суспільних ідей.

Актуальність теми дослідження зумовлена загрозою здійснення деструктивного маніпулятивного впливу російськими медіа в умовах сучасної війни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Можливості впливу мас-медіа на формування громадської думки спонукають науковців досліджувати пропаганду, маніпулятивний мовний вплив у ЗМІ [1; 2; 3; 4; 5 та ін.], зосереджувати увагу на небезпечних результатах деструктивного мовного впливу [6; 7 та ін.], аналізувати комунікативні чинники в аспекті інформаційної безпеки [8; 9 та ін.]. З початку ХХІ століття науковці вивчають антиукраїнську пропаганду [7; 8; 10 та ін.]. Сьогодні ж, в умовах повномасштабної війни, важливо розуміти актуальні для цього періоду цілі та особливості антиукраїнської маніпулятивної пропаганди.

Мета дослідження: визначити цілі, методи, мовні та дискурсивні засоби антиукраїнської маніпулятивної пропаганди в сучасному російському медіапросторі.

Матеріалом для аналізу слугували інформаційні повідомлення російських інформаційних інтернет-сайтів за грудень 2022 року.

Виклад основного матеріалу. Поняття пропаганди по-різному тлумачилося в різні часи. У сучасному світі пропаганда сприймається здебільшого негативно, як ознака тоталітарного суспільства. Великий тлумачний словник сучасної української мови подає таке визначення пропаганди: «Поширення і постійне, глибоке та детальне роз'яснення яких-небудь ідей, поглядів, знань. // Ідейний вплив на широкі маси або певні групи людей, що має політичний або релігійний характер. // Система засобів масового поширення ідей, поглядів і т. ін.» [11, с. 980]. Перший варіант значення відтворює широке розуміння поняття. Спираємося на розуміння пропаганди, відображене в другому варіанті значення, що відтворює більш вузьке і водночас актуальне розуміння поняття.

Ураховуємо твердження вітчизняних науковців про ідеологічну спрямованість пропаганди, її систематичність та акцентування уваги на можливості пропаганди мати прихований, маніпулятивний характер [12, с. 683; 3, с. 348]. Спираючись на

наведені характеристики, приймаємо в роботі таке визначення: пропаганда – ідеологічний вплив на широкі маси або певні групи людей, що здійснюється систематично та може мати маніпулятивний характер.

Відповідно до змісту пропаганди та її завдань, Гапій В.Е. визначає структуру пропагандистського повідомлення, розуміючи його як комунікативний акт із усіма необхідними складниками: адресантом і адресатом, джерелом повідомлення, цілями й результатами впливу [2]. Погоджуємося з автором у тому, що для досягнення результативності пропагандистського впливу необхідними є всі зазначені елементи.

Ураховуємо, що в маніпулюванні масовою свідомістю застосовують психологічний «трискладовий» механізм: вимкнути раціо (знижити критичність мислення), викликати страх (створити загрозу), запропонувати вихід (рятівника) [1].

З'ясувавши зміст і структуру пропаганди, звернемося до визначення її видів. Передусім виділимо критерій відкритості/прихованості й відповідно розмежуємо пропаганду відкритую і пропаганду маніпулятивну (приховану). За основний критерій виділення маніпулятивного впливу приймаємо його прихований характер, неусвідомлюваність адресатом [4, с. 31]. Маніпулятивний характер може виражатися як у приховуванні істинних намірів, так і в приховуванні інформації (замовчуванні, викривленні, вибірковості, підтасовуванні фактів).

Оскільки будь-який вплив можна характеризувати за критерієм моральності як позитивний або як негативний (деструктивний), так само розрізняємо маніпулятивну пропаганду: позитивну (в інтересах реципієнтів) і негативну (в інтересах суб'єкта впливу, без урахування інтересів реципієнтів).

Ураховуємо визначені науковцями види пропаганди за метою впливу: пропаганда створення (закликає до спільної побудови чогось нового); пропаганда руйнування (навіює думку про наявність ворога); пропаганда роз'єднання (розпалює ворожнечу, переконує, що «ми» не такі як «вони»); пропаганда залякування (запевняє у власній силі); пропаганда відчаю (наголошує на безнадійному становищі опонента); пропаганда героїзму (закликає до згуртування навколо певних цінностей); пропаганда просвітництва (інформує про дії керівництва, рекламує спосіб життя) [2].

Звернемося до методів маніпулятивної пропаганди. На основі аналізу маніпулятивної російської пропаганди В. Гриджук виокремлює такі її методи: 1) метод «гнилого оселедця» – пов'язування імені опонента з брудним, скандальним обвинуваченням, яке викликає обговорення, і зрештою починає супроводжувати ім'я опонента постійно; 2) метод «40 на 60» – подавання 60% інформації в інтересах супротивника і використання 40% інформації для дезінформування; 3) метод «великої брехні» – подання брехні, здатної викликати глибоку емоційну травму, що надовго визначає судження реципієнта, всупереч будь-яким доводам логіки; 4) метод абсолютної очевидності» – подавання думки як чогось очевидного, а тому підтримуваного більшістю; 5) метод невідомого героя – героїзація, наприклад, власних військ, з метою подолати опір людини самій ідеї війни, протиставити інші емоції, здатні виправдати жорстокість війни; 6) метод багаторазового повторення (метод Й. Геббельса) – навіювання думки шляхом її постійного повторення [10].

В іншій класифікації методів маніпулятивної пропаганди, яку розробили американські футурологи Е. Тоффлер і Х. Тоффлер, а український дослідник комунікативних техно-

логій Г.Г. Почепцов проаналізував на матеріалі російської пропаганди, виділяються такі методи: звинувачення у злістках; гіперболізація ставок; демонізація та дегуманізація опонента; божественні санкції (релігійні аргументи); поляризація (хто не з нами, той проти нас); метапропаганда [8, с. 56].

З урахуванням схарактеризованих ознак і класифікацій визначимо актуальні цілі, види та методи антиукраїнської маніпулятивної пропаганди, виявимо її мовні та дискурсивні засоби на основі аналізу інформаційних повідомлень російських медіа.

У грудні 2022 року на російському каналі новин PolitNavigator було опубліковано статтю під заголовком «Усик попозировав с украинскими диверсантами», у якій повідомлялося про фото Олександра Усика з українськими військовими, яке він опублікував, відвідавши зону бойових дій. Аналіз мовних і дискурсивних засобів дозволяє визначити вид пропаганди – деструктивна маніпулятивна пропаганда з метою роз'єднання, тобто формування ворожого ставлення до всіх, хто виражає проукраїнську позицію. Адресатом повідомлення вважаємо не тільки російський народ, а й український, оскільки вжиті ярлики *диверсанти*, *нацисти* мають негативну конотацію як для росіян, так і для українців, тобто реципієнт сприймає їх як «чужих», а ті, хто в іншому таборі, відповідно, мають сприйматися як «свої». Такою є маніпулятивна мета впливу в повідомленні. Спостерігаємо й маніпулювання інформацією (замовчування та перекичування): у реченні «Боксер Александр Усик, предавший родной Крым и перешедший на сторону бандеровцев...» замовчується, що і боксер, і Крим є українськими. Натомість ярлик *зрадник* одразу впливає на емоції, що спричиняє втрату критичності мислення, і реципієнт уже не аналізує інформацію. Прогнозованим результатом впливу цього повідомлення на свідомість адресата має бути відмежування себе від *зрадників*, *бандеріців*, *диверсантів*, *нацистів*. У підсумку ж має сформуватися негативне ставлення до всіх, хто має проукраїнську позицію, навіть якщо це відомий спортсмен, за якого ти вболівав і, відповідно, сприймав як «свого». До того ж, читач ніби сам доходить висновку, що не слід бути з «ними», оскільки ти сам тоді перетворишся на *зрадника*. Навіювання думки посилюється залученням читача до роздумів, що, можливо, це тільки демонстрування проукраїнської позиції: «попозировав», «демонстративно», «уже без военной формы», «так или иначе». Але навіть через сумніви в щирості позиції боксера, реципієнт має ніби сам дійти висновку, що *так чи інакше О. Усик є зрадником*.

Уважаємо, що роз'єднання, як основна мета цього повідомлення, підсилюється метою руйнування, тобто переконання в тому, що українці – вороги, навіть найкращі і найвідоміші з них, навіть ті, кого читачі вважали «своїми».

Визначимо методи маніпулятивної пропаганди, застосовані в повідомленні: метод дегуманізації опонента – навіювання думки про зрадництво й несправжність героя, який уособлює загалом українців, а також формування сприйняття українських захисників як *диверсантів*, *нацистів*; поляризація – перетворення героя і всіх українців на ворогів, відмежування себе від «них»; метод «гнилого оселедця» – тепер ярлик *зрадник* заважатиме реципієнтові сприймати адекватно будь-яку інформацію про О. Усика; метод метапропаганди – той, кого українські джерела зображають як патріота і героя, подається як *зрадник*; метод багаторазового повторення – ярлики *банде-*

ривці, диверсанти, нацисти в дискурсі російських ЗМІ повторюються щодня; метод абсолютної очевидності – подаються як очевидні думки, що *рідний Крим* означає *російський*, а якщо ти виражаєш проукраїнську позицію, значить ти *зрадник і нацист*.

Отже, повідомлення про факт із життя відомого спортсмена (а цим воно одразу й привертає увагу читача) дуже насичене мовними та дискурсивними засобами маніпулювання, що дозволяють виявити значний арсенал методів антиукраїнської маніпулятивної пропаганди, застосованих у його створенні.

Розглянемо повідомлення на політичну тематику. На тому самому каналі була опублікована стаття під назвою «Пообещаем Брянщине и Кубани “мову” и присоединим к Украине, – Соскин». Повідомлення створено у відповідь на виступ в ефірі українського телеканалу «ICTV». Олег Соскін – український економіст і політолог, відомий критичними заявами не тільки про російське, а й про українське керівництво; тобто ототожнювати його погляди з позицією нашої влади некоректно. Проте на цьому увага реципієнта не зосереджується через скандальність і шоківий характер заголовка та першої фрази тексту: «В Кубани и Брянской области царят проукраинские настроения, которыми должен воспользоваться Киев и отторгнуть эти территории от российского государства». На перше місце ставиться цитата, а потім дається посилання на автора. Сама думка дуже скандальна, тому читач емоційно її сприймає, а далі може не звернути уваги на те, що це думка одинична. Такий дискурсивний засіб дозволяє реалізувати маніпулятивний прийом хибного узагальнення.

Повідомлення відносимо до антиукраїнської маніпулятивної пропаганди з такими цілями: 1) руйнування – Україна представлена як «ворог», який зазіхає на «наші» території; 2) роз'єднання – «вони», тобто ті, хто мають *мову* (навмисно не перекладене слово), прагнуть зруйнувати «нашу» державу (вжита не зовсім традиційна назва країни «российское государство»); 3) залякування – українська влада не просто *може*, а *повинна скористатися* (тобто якщо є така можливість, то Україна обов'язково скористається), до того ж, виявляється «война уже идет на российских территориях» (саме слово *війна* від початку повномасштабної агресії не вживалось у російських ЗМІ, і сьогодні воно ще незвичне для російського читача, тому сприймається емоційно і викликає страх); 4) створення – читач ніби сам доходить висновку по необхідності доєднатися до армії.

Адресат повідомлення – російський читач; прогнозований вплив на свідомість адресата – думка про те, що українська влада тільки й шукає приводу *відторгнути* російські території (причому читач ніби сам має дійти такого висновку); прогнозований результат впливу – читач приймає рішення воювати з Україною, поки війна не перекинулася на територію Росії.

Маніпулятивний вплив реалізується через приховування мети – реципієнт ніби самостійно доходить думки про агресивну політику України та про необхідність брати участь у війні; а також і через приховування (замовчування) інформації – не згадується, що Росія сама є загарбником.

У повідомленні застосовано такі методи маніпулятивного пропагандистського впливу: метод абсолютної очевидності – навіюється думка про те, що саме Україна є агресором, а «ми», росіяни, не завойовуємо «чуже», а захищаємо «своє», вона подається як давно доведена і зрозуміла всім «нам»; метод демонізації та дегуманізації опонента – Україна представлена

як потенційний загарбник; метод «великої брехні» – ідея про те, що Росія діє у відповідь на агресивні кроки України, стала виправданням т.зв. спецоперації; метод багаторазового повторення – ця ідея постійно повторюється в російських медіа, тому читач її вже не аналізує, а сприймає як підтвердження.

Виявлені методи впливу реалізуються меншою мірою за допомогою мовних засобів, більшою мірою – за допомогою дискурсивних (структура повідомлення, контекст), основну роль у їх реалізації відіграє маніпулювання інформацією. Пояснюємо це тим, що сама тема сприятлива для маніпулятивного впливу, тому автори докладають менше зусиль для її мовного «оздоблення».

Звернемося до повідомлення на іншу тему, також активно обговорювану в російському медіапросторі, вона пов'язана з постачанням Україні зброї країнами-партнерами. Канал MixedNews.ru, що пропонує інформацію передусім з іноземних джерел, перекладає її, структурує відповідно до певних установок і подає зі своїми коментарями, опублікував повідомлення під назвою «Вашингтон стирает красные линии в своей прокси-войне с Россией». На перший погляд, метою є інформування (просвітництво): автори з посиланням на відкриті іноземні джерела інформують читача про можливість надання Україні зброї «дальшого радіуса действия» із США. Проте основними цілями впливу вважаємо залякування, роз'єднання і руйнування – вони приховані, тобто маніпулятивні, і виявляються передусім у коментуванні фактів: бомбардувальники й ракети «могут использоваться для нанесения ударов по российской территории», і саме цим, на думку авторів, «Вашингтон стирает красные линии». Тобто реципієнта, яким є російський народ, залякують можливістю війни, причому жорстокої, смертоносною (оскільки з бомбардувальниками й ракетами), на його землі; крім того, роз'єднують, розмежовують «ми» (Росія) – і «вони» (Україна та США); а також, переконують, що влада США – ворог, і цей ворог замислює щось небезпечне проти Росії, чим розпалює ворожнечу між Росією і Заходом.

Прогнозованим впливом на свідомість реципієнта є навіювання нарративу про керування діями української влади з боку країн Заходу, передусім США. Очікуваним результатом впливу вважаємо переконання про те, що проти «нас», росіян, увесь Захід, і «ми», щоб захиститися від «них», повинні продовжувати війну («спецоперацію») в Україні. Маніпулятивними є не тільки цілі впливу, застосовується й маніпулювання інформацією (замовчування): не згадується про те, що жажливу війну, якою залякують читача, тільки вже реальну, з реальними жертвами і стражданнями, веде саме Росія проти України, а не навпаки.

Основними мовними засобами в реалізації маніпулятивного впливу вважаємо ярлики *прокси-війна* та *червоні лінії*. Допомогу США Україні назвали *прокси-війною*, пам'ятаємо, що саме слово *війна* не так давно було табу для російських ЗМІ, тому твердження про те, що хтось веде *війну з Росією*, лякає читача; а ярлик *прокси-війна* формує думку про те, що Росія воює передусім із США, найсильнішою країною світу. Сполука *червоні лінії* слугує навіюванню думки про право Росії визначати, які саме дії є допустимими для тієї чи іншої країни. Звертаємо увагу і на такий мовний засіб, як уживання назви столиці замість назви країни: *Вашингтон* стирає *червоні лінії* і *Вашингтон* веде *війну* з Росією, тобто ворогом виступає не американський народ, а влада США. Значну роль відіграє і будова

речення: *Вашингтон веде війну з Росією, а не Росія з Вашингтоном*; тобто агресором виступає не Росія, а США.

Визначимо методи маніпулятивної пропаганди, застосовані в повідомленні: метод гіперболізації ставок – навіювання думки про те, що США руками України веде війну з Росією; метод демонізації та дегуманізації опонента – Вашингтон хоче кривавої війни на території Росії; метод поляризації – США і Росія є ворогами; метод абсолютної очевидності – думка про те, що агресорами є вороги Росії, а не сама Росія, «очевидна» з тексту; метод багаторазового повторення – сполука *червоні лінії* є традиційно вживаною в російських медіа.

Можемо стверджувати, що в усіх аналізованих текстах застосовується т.зв. «трискладовий» механізм маніпулятивних повідомлень: спочатку через емоційний вплив (інформація, що викликає сильні емоції – обурення, здивування, страх) знижується критичність мислення; потім обґрунтовується або навіюється загроза; насамкінець завуальовано подається «вихід» (триматися «своїх», не допускати проукраїнських настроїв, нищити українців, поки не пізно), що і є метою пропагандистського впливу, причому метою прихованою, маніпулятивною.

Висновки. Проведений аналіз текстів російських інформаційних повідомлень дозволив виявити особливості маніпулятивної пропаганди, здійснюваної сьогодні проти України. Адресатом пропагандистських повідомлень є передусім населення Росії. На населення України пропаганда спрямована меншою мірою. Прогнозований вплив на свідомість адресата – сформулювати уявлення про Україну як про агресора, який становить загрозу для РФ і прагне захопити російські території. Прогнозований результат впливу – виправдання воєнної агресії Росії, обґрунтування потреби мобілізації, формування в росіяни прагнення взяти участь у війні проти України.

Усі аналізовані повідомлення орієнтовані на деструктивний вплив, мають маніпулятивні цілі – руйнування, роз'єднання, залякування.

У текстах повідомлень виявлено такі методи маніпулятивної пропаганди: багаторазового повторення, гіперболізації ставок, демонізації та дегуманізації опонента, абсолютної очевидності, «великої брехні», «гнилого оселедця».

Найбільш уживаними мовними засобами реалізації маніпулятивного пропагандистського впливу в текстах повідомлень є вживання слів із яскраво вираженим негативним емоційним забарвленням, протиставлення, навішування ярликів, будова речень (порядок слів у реченнях). Із дискурсивних засобів відзначимо маніпулювання інформацією (замовчування, перекручування), асоціативність, повторюваність, структурування тексту.

Дослідження довело наявність особливостей антиукраїнської маніпулятивної пропаганди на сучасному етапі інформаційної агресії проти України, дозволило встановити основні з них – на рівні цілей, методів і засобів – та окреслити **перспективи аналізу проблеми**: визначення актуальних засобів нейтралізації деструктивного маніпулятивного впливу російських медіа.

Література:

1. Войтович Н. Створення фейкових новин: новий шлях інформаційної війни. *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика*. 2014. Вип. 39 (1). С. 42–47. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Jur_2014_39%281%29_9

2. Гапій В.Е. Пропаганда як інструмент впливу на підсвідомість людини в сучасній Україні. *Молодий вчений*. 2018. № 1. С. 636–641. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_1\(2\)_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_1(2)_20).
3. Орехов В.В. Донецький державний університет управління Маніпуляційні технології масмедіа як реальна загроза сьогодення. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. Том 30 (69). 2019, № 1. Ч. 2. С. 138–142.
4. Різун В.В. Теорія масової комунікації : підруч. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація». Київ : ВЦ «Просвіта», 2008. 260 с.
5. Посмітна В.В. Особливості маніпулятивного мовного впливу у військових і правоохоронних періодичних виданнях України. *Науковий вісник Криворізького національного університету* : зб. наук. праць. Вип. 7. Кривий Ріг : ТОВ «ЦЕНТР-ПРИНТ», 2012. С. 245–257.
6. Посмітна В.В. Комунікативні стратегії та тактики мас-медійного дискурсу в аспекті потенційної загрози деструктивного мовного впливу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія* : зб. наук. праць. Одеса : МГУ, 2019. № 39, том 3. С. 123–126.
7. Черниш Р. Ф. Фейк як один із інструментів негативного впливу на національну безпеку України в умовах ведення гібридної війни. *Часопис Київського університету права*. 2019. № 2. С. 109–114. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chkup_2019_2_21
8. Почепцов Г.Г. Психологические войны. Москва, Киев : Рефл-бук, Ваклер, 2000. 528 с.
9. Почепцов Г.Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття : монографія. Київ : Видавн. дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.
10. Гриджук В. Основні методи російської пропаганди. URL: <http://kozakorium.com/osnovni-metody-rosiyskoyi-propahandy/>
11. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. Київ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2003. 1440 с.
12. Політологічний енциклопедичний словник / уклад.: Л.М. Герасіна, В.Л. Погрібна, І.О. Поліщук та ін.; за ред. М.П. Требіна. Харків : Право, 2015. 816 с.
13. Соціологія : короткий енциклопедичний словник / За ред. В.І. Воловича; Соціологічна асоціація Укр URL: <https://sociology.knu.ua>uk>library>
14. <https://www.politnavigator.net>
15. <http://mixednews.ru>

Posmitna V. Peculiarities of Anti-Ukrainian manipulative propaganda in modern conditions

Summary. The article deals with the problem of the influence of manipulative technologies of Russian propaganda in the current situation.

The relevance of the research topic is due to the threat of destructive manipulative influence by the Russian media in the context of the current war.

The article notes the increase in the risk of information aggression in the conditions of martial law. The Russian mass media propaganda is represented as one of the manifestations of information aggression against Ukraine, which is used using manipulative technologies.

Manipulation is interpreted as a hidden type of linguistic and psychological influence aimed at arousing in the recipient intentions that correspond to the communicative goals of the subject of influence. Attention is focused on the potential risk of manipulative influence on the consciousness and subconscious of a person.

The study proves the manipulative nature of modern anti-Ukrainian propaganda by identifying manipulative goals (hidden and aimed at arousing intentions in the reader

that correspond to the goals of the Russian authorities) and numerous facts of information manipulation (silencing or distortion of information in the interests of the Russian authorities).

Based on the analysis of news reports in Russian media in December 2022, the author identified the current manipulative goals of anti-Ukrainian propaganda: to suggest that Ukraine is an aggressor, a cruel enemy, which is being helped by the whole West and from which Russians are forced to defend themselves, and therefore every citizen of the Russian Federation must join the armed struggle. The main types of propaganda today are destruction, separation, and intimidation.

The author reveals the actual methods of realization of propaganda goals: repeated repetition, hyperbolization of stakes, demonization and dehumanization of the opponent, absolute obviousness, "big lie", "rotten herring".

The author identifies the most common means of manipulative propaganda influence today: linguistic – the use of words with a negative emotional color, juxtaposition, labeling, sentence structure; discursive – manipulation of information, extensive use of context, repetition, text structuring.

The article proves the existence of features of anti-Ukrainian manipulative propaganda at the current stage of information aggression against Ukraine, identifies the main ones at the level of goals, methods and means.

The prospect of the study is to identify the actual means of neutralizing the destructive manipulative influence of the Russian media.

Key words: speech influence, manipulative propaganda, goals and methods of propaganda influence, linguistic and discursive means of manipulative propaganda.

*Приймачок О. І.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри української мови**Волинського національного університету імені Лесі Українки*

РИТОРИКА ФАХОВОГО НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОГО ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ МОВОЗНАВЧОЇ ТРИЛОГІЇ ОЛЬГИ ДУБЧАК)

Анотація. Статтю присвячено детальному опису й аналізу риторичних прийомів і засобів їх текстового і вербального втілення у мовознавчому науково-популярному дискурсі. Дослідження виконане на матеріалі трилогії Ольги Дубчак «Чути українською. У світі звуки[ў] і букв», «Бачити українською. Слово в мовній картині світу», «Перемагати українською. Про мову ненависті й любові». Потреба зміни риторичної організації сучасних наукових текстів викликана не тільки інформаційним вибухом останніх десятиліть, а й постійним інтересом суспільства до практики впровадження наукових досягнень. Науково-популярний різновид наукового дискурсу має тут очевидні переваги як у способах інтерпретації наукової думки, так і в методах і прийомах впливу на реципієнта, формування його емоційного інтелекту. Дискурс О. Дубчак наскрізь персоналізований і персоніфікований через постійно присутні образи автора і читача. Вони моделюються усіма доступними мовними засобами: займенниками, власними й загальними назвами-іменниками, епітетами й перифразами, оказіоналізмами, особливими формами предикатів. За формою досліджуваній текст є авторським монологом, а за змістом – уявним діалогом з читачем. Діалогічність тут не епізодична, а наскрізна, вона не тільки стимулює прочитати текст, а залучає до пошуку відповіді разом із автором. Діалогічність тексту забезпечена почерговим вживанням займенників я, ми, ви; риторичними звертаннями до уявного читача; величезною кількістю висловлень-директивів з дієсловами у формі 1 і 2 особи множини наказового способу; питальними реченнями та риторичними запитаннями, які не тільки активізують читацький інтерес, але й перебивають монотонний розповідний контекст. Органічною частиною наукової інформації тексту став створений авторкою «хронотоп» сучасності зі знайомими усім реаліями сьогодення, з прецедентними іменами, з відомими цитатами та алюзіями. Риторика довіри і тісної взаємодії в тандемі автор – читач підтримується і завдяки майстерно створеним інтригуючим контекстам, натякам, недомовкам, жартам, дотепам, іронії тощо. Текст усіх трьох книг мультимодальний, бо вербальна інформація доповнена доволі широким арсеналом візуальних засобів (рисунок, карикатури, світліни, таблиці, графічні маркери тощо).

Ключові слова: риторика, мовознавство, українська фахова мова, науково-популярний дискурс, прагматичний потенціал, прийоми переконання.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Аналіз наукового дискурсу з позицій естетики й риторики є передусім спробою зрозуміти й утілити в конкретних жанрах цілком прагматичні потреби всіх учасників наукової комуніка-

ції (чи то в спілкуванні фахівців, чи то в царині популяризації науки серед нефаківців). Науково-популярний різновид наукового дискурсу має тут очевидні переваги як у способах інтерпретації наукової інформації, так і в методах чи прийомах впливу на реципієнта, формуванні його емоційного інтелекту. Потреба зміни риторичної організації наукових текстів викликана не тільки неймовірним науково-інформаційним бумом останніх десятиліть, а й постійним інтересом суспільства до можливостей практичного застосування досягнень науки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Новій «риториці науки» присвячено чимало праць, головною ідеєю яких є руйнування старих стандартів у напрямку гуманізації наукової метамови, індивідуалізації автора дослідження, бажаності емоційно-експресивного компонента, націленості на уявного реципієнта тощо (роботи Н. Зелінської, Н. Непийводи, П. Селігея, Л. Струганець та ін.). Коротко кажучи, «обставини примушують змінити точку зору на науковий дискурс як на лише “вмістилище” інформації і ввести його до кола об'єктів естетичної оцінки» [1, с. 61]. У дослідженнях науково-популярного дискурсу головними акцентами стали його образність та діалогічність (Г. Дядюра), використання тропів (К. Глуховцева), різноманітні прояви авторської індивідуальності (Н. Кочукова), виражальні мовностилістичні й текстотвірні засоби (О. Мельник), комунікативно-прагматичний потенціал (Н. Павлик, О. Шутова). Особливостям науково-популярних видань мовознавчої тематики присвячено всього кілька статей (зокрема, науково-популярній серії І. Вихованця), і це попри те, що в Україні тільки за останнє десятиліття було видано майже два десятки книжок для широкого кола читачів про культуру та історію нашої мови, про закарбовані в ній звичаї і норми, про український комунікативний етикет, про методи подолання калюк і суржику. Окрім друкованих видань, проблемі популяризації української мови присвячено контент у медійному просторі, і все це, на наше глибоке переконання, потребує глибокого філологічного аналізу як метамови такого просвітницького дискурсу, так і спеціальних риторичних засобів, які уможливлять досягнення максимального ефекту, адже «індивідуальність наукового мовлення така ж природна, як індивідуальність особистості...» [2, с. 20].

Упродовж 2021–2022 років з'явилася серія непересічних науково-популярних книг філологині й головній редакторки видавництва Ольги Дубчак. Перша книга «Чути українською. У світі звуки[ў] і букв» [3] присвячена фонетиці, графіці, орфоєпії та орфографії; друга – «Бачити українською. Слово в мовній картині світу» [4] – слову в лексико-семантичному та граматичному вимірах. Третя книга «Перемагати українською. Про мову ненависті і любові» [5] була написана вже під час активної фази

російсько-української війни, тому її контент дещо відрізняється від попередніх, бо створений на засадах когнітивістики. **Мета статті** – дослідити риторичну майстерність О. Дубчак, описавши способи моделювання вершин риторичного трикутника «автор – текст – читач» і проаналізувавши прагматичний потенціал конкретних прийомів текстотвірного, вербального і невербального впливу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Уміння зацікавити науковою проблемою не менш важливе, ніж виявити і розв'язати цю проблему. Загальновідомо, що класична риторика як мистецтво переконання апелює до таких основних понять, як етос, пафос, логос, топос, але насамперед рекомендує оратору (автору) чітко визначитися з темою і метою, орієнтуватися на уявний образ слухача (читача) і подбати про особливі риторичні прийоми впливу на нього.

Якщо оратор (автор) хоче викликати інтерес до повідомлюваного, треба насамперед викликати інтерес до себе, розказати про себе щось цікаве. Трилогія Ольги Дубчак написана від першої особи – особи автора. Найчастіше «авторська присутність» утілена займенниками (особовими чи присвійними): *Можливо, я помиляюся, але хто ми такі, щоби сперечатися з філологічним чуттям?* [5, с. 36]; *Мені дещо відомо про це, зараз поясню* [5, с. 128]; *Не знаю, навіщо я це кажу. Мабуть, у мене характер не дуже...* [3, с. 42]; *Щоб зрозуміти, про що ми тут з Гумбольдтом торочимо...* [4, с. 33]; *Якщо сполучники сурядності прості як двері, то підрядні – складні, як моє життя...* [4, с. 284]. Еліпсоване авторське «я» легко відновлюється завдяки формам предиката, наприклад: *Задаю це тільки одну функцію – і розходимося. Жартую, не розходимося, усе тільки починається* [4, с. 21]; *Не хотілося б нікого засмучувати, але в нас є ще дефіс... (Вивертається від капців, які рясно полетіли з читацьких лав)* [4, с. 301]; *Ви правда вважаєте, що мейсти з камізельками – показник літературності? (Пригнулася, бо полетіли галицькі помідори)* [5, с. 134].

Називаючи себе в третій особі, Ольга Дубчак найчастіше послуговується лексемою *авторка*, часом з дотепними епітетами: *Що взагалі означає словосполучення «вимкнути інтернет», ей, авторко, ви при своєму глузді?* [4, с. 75]; *Дані про тих, хто не знає, одна авторка з феноменальною пам'яттю уже занотувала в блокнотику* [5, с. 118]; *Як ваше життя тепер, після відра термінів, яке капосна авторка шугнула просто на вас?* [4, с. 21].

Передмова до першої книги трилогії починається так: *Добрій день, мене звати Ольга Петрівна. Уже з перших сторінок тексту його авторка цілком персоналізована, конкретна, а найточніше ідентифікують особу антропоніми: ...англіцизми – це круто..., а як вам, Ольго Петрівно, щось не подобається...* [4, с. 80]; *Зараз особисто для Ольги Петрівни неологізмами є всі ті назви кофт і светрів, яких вони ніколи не вивчать...* [4, с. 104]; *Якщо ви народилися й зростали в Чернівцях, ваше мовлення відрізняється від того, як розмовляє Ольга Петрівна з Києва* [4, с. 86]. Окрім офіційного, трапляються й інші види антропонімів, наприклад: *Оля не пише – і ви не пишете, будьте як Оля* [3, с. 37]; *Нехай собі орки живуть на сторінках фентезі, яке окремо взяті Ольги не читають* [5, с. 44]; *Тільки з кофтами і светрами якось пригальмуйте, будь ласка, баба Оля не встигає гуглити* [4, с. 105]; *...ми в серці маємо те, що не вмирає (так казала Леся Українка, а це одна українка Оля Киянка вирішила повторити, бо це*

свята істина) [5, с. 14]; *Вимовляння Дупчак замість Дубчак карається законом!* [3, с. 100]. Авторка дивовижно жонглює власними антропонімами не тільки для того, щоб нагадати про себе, а й одночасно досягає інших цілей – стилістичних, експресивних, іронічних.

Ще один спосіб позиціонувати себе – вказати на свою професію, спеціалізацію. Ольга Дубчак періодично вживає відповідну лексику, бо розмову веде як фахівець, котрий може популяризувати лінгвістику, дати пораду, застерегти від помилок, словом, як знавець своєї справи. Наприклад: *Проте, як філолог, знімаю шляпу перед цим пропагандистським винаходом* [5, с. 53]; *Якщо ви працюєте в медичній лабораторії, ваш щоденний слововжиток точно не такий, як у мене, бо я, на жаль, редакторка й філологиня* [4, с. 86]; *Але хто така одна розлючена філологиня проти цілого народу?..* [5, с. 100]. У цьому переліку з'являються й оказіоналізми: *«Я просто в шоці від того, що ці суфікси витворяють зі словами української мови», – писав не Олексій Павловський, а там інший мовознавець один. Мовознавиця тобто. Мовознавченька. Мовознавуся. Ну, коротше, ви зрозуміли* [5, с. 100]; *Оскільки авторка – філологопташечка...* [5, с. 69]. Та образ авторки був би неповним, якби не її дотепні перифрази, прізвиська тощо: *Назвімо мене королевою банальностей, але зі звуками відбувається те саме* [3, с. 40]; *Якщо хтось побачить, як я ображаюся на прізвисько салюйда, традиційно з мене пляшка хорошого б'юту* [5, с. 47].

Друга частина риторичного трикутника – реципієнт (читач). Кожен, хто взяв до рук книгу, може називатися читачем: *Перше правило читачів цієї книги: не панікувати* [4, с. 125]; *Тобто я вимовляю звук [р] по-своєму, читач цієї книги номер три – по-своєму...* [3, с. 25]; *Принаймні, двісті сорок другий (не)читач, той що пан-аграрій...* [3, с. 117]; *Вивертається від капців, які рясно полетіли з читацьких лав* [4, с. 301]. Подеколи трапляються й інші номінації з узагальненою семантикою, наприклад: *Відповідно до тієї чи іншої ситуації мовець добирає слова...* [4, с. 107]; *...найвередливіші прийменники, які точно не дають нам спокійно жити життям пересічного українського мовця* [4, с. 256]; *Коли нове поняття входить у слововжиток усіх носіїв мови, коли його значення зрозуміле всім – і молоді, і літнім людям...* [4, с. 80]. Але частіше образ реципієнта все-таки якось конкретизовано: *І що делать? – питає нас постійний додзвонювач* [4, с. 263]; *А це момент для особливо чутливих поетичних громадян...* [3, с. 39]; *Ці страшенні для прихильників ідеї «навіщо щось змінювати?» слова називаються фемінітивами* [4, с. 144]; *Наступне, з чим стикається охочий заговорити українською, – це страх* [5, с. 128]; *А для тих, хто погано слухає, людство розробило такий конструктивний візуальний інструмент, як таблиці* [4, с. 267]; *Бонус для тих, хто хоче перейти на українську* [5, с. 128]; *Цей розділ присвячено тим, хто прийшов сьогодні в теплій куртці, бо щось стріляє у вуху* [3, с. 160]; *І Дарина, і Тетяна, і Галина, і навіть Сергій Ж. – усі мають послуговуватися нормою* [4, с. 88].

Узагальнений образ читача твориться, природно, займенниками: *Ви з Полісся, із Закарпаття, зі Слобожанщини, з Поділля чи з Буковини – і розумієте всі слова, які тут написано* [4, с. 84]; *Дехто зараз встав і вийшов, розумію. А ті, хто залишився, бо цікаво...* [4, с. 55]; *Ніхто з нас у реальному житті зразковою мовою не говорить, та це й не потрібно, якщо ви не диктор і не викладач* [4, с. 89]; *...у далекому й водночас такому недалекому*

2014 році мова стала **нашою** зброєю, яку наприкінці лютого 2022-го взяли в руки **всі** [5, с. 17].

Складається таке враження, що авторський текст – монолог від 1-ї особи – насправді якийсь суцільний діалог, майстерно змодельований завдяки почерговому вживанню в контексті займенників «я – ми – ви»: *Якщо **ви** не пам'ятаєте, що таке транскрипція, то **я** нагадаю* [3, с. 34]; *Ні, **я** не морочу **вам** голову...* [3, с. 91]; *Поки **ви** шукаєте, чим **мене** стукнути, **я** це трошки ускладню* [3, с. 105]; *А поки **ви** обурено відкладаєте цю книжку зі словами: «Ну нормально ж сиділи!» – **я** розповім, що таке літера* [3, с. 16]; *Уявляєте, народжується **ви** й дізнаєтеся, що **ви** – росіянин? Жах який, не уявляйте такого більше ніколи* [5, с. 51]; *Пам'ятаєте, **ми** у вступі говорили, що є літери, які позначають два звуки* [3, с. 33].

Діалогічність підтримується риторичними звертаннями: *Якщо **ви** існуєте, **шановний читачу**, то нам з вами треба серйозно поговорити* [5, с. 93]; *Із цим треба вчитися жити, **друзі**. Прийміть це* [5, с. 117]; *Тільки читання, **друзі**, читання і запам'ятовування образів слів порятує наші грішні безграмотні душі* [4, с. 158]; *Тож, **побратими й посестри**, біжімо у світ калинової Перемоги* [5, с. 15]; *Є в тебе корінь, **українцю**, то і юзай його, скільки можеш!* [4, с. 93]; *Взагалі-то авторка належить до покоління, що різалося у «Варкрафт». Там теж були орки, **діти мої!*** [5, с. 41]; *По всій Україні несеться, **добродії*** [3, с. 186]; *Мін'юст (не бійтеся ставити тут апостроф, **шановні юристи**)* [3, с. 156]; ***Шановні галичани**, ні, файні мешти з камізьелками все ще не є загальноживаними словами* [4, с. 85].

Наступна ознака діалогічності дискурсу – це наявність висловлень-директивів. Вони містять дієслова-предикати наказового способу або у формі 2-ї особи множини (*Тепер **покладіть** руку на серце і **скажіть** чесно, просто в очі цій книжці...* [4, с. 229]; ***Підкажіть**, будь ласка, а треба це раз уточнити...* [5, с. 92]; *Усі приголосні мають свої сталі характеристики, тож **пристебніться**, бо зараз ми їх розглянемо детальніше* [3, с. 83]; ***Попрактикуйтеся**, воно бадьорить!* [3, с. 102]; *Тож **припиніть** уже балакати російською на курортах Туреччини, Єгипту й ОАЕ* [4, с. 21]; *Зараз на півострові Мангшилак є один-єдиний сад. **Здогадайтеся**, хто з Черкащини на прізвище, що починається на Шев, а закінчується на ченко посадив ті дерева в час свого заслання* [5, с. 91]), або рідше у формі 1-ї особи множини (***Почнімо** традиційно: з доброї та поганої новин* [3, с. 33]; *Просто **визнаймо**, що глаголиця – гарненька, а кирилиця – практичненька* [3, с. 23]; *Встаньте, **покладіть** руку на серце й зізнайтеся: у вас закіпів мозок? Прекрасно! Тоді **продовжуймо*** [4, с. 53]; *І взагалі, **нумо домовлятися** так: переможемо – і тоді викликайте авторку на мовознавчу дуель* [5, с. 122]; *У сенсі «все одно незрозуміло?» Тоді **ходімо** в таблиці* [4, с. 279]; *Тому **спробуймо** сидячи в кріслі за чашечкою (не філіжаночкою!) кави... розглянути найвередливіші приємники...* [4, с. 256]; *Все буде Україна. **Ходімо** розберімося чому* [5, с. 16]).

Імітацією діалогу є питальні речення, що вжито для активізації читачього інтересу. *Як **ви**? Готові починати про звичне?* [5, с. 65]; *Чи **ви** ще на стадії гніву й не хочете про це говорити?* [3, с. 117]; *А **ви**, до речі, де ставите в цьому слові наголос?* [5, с. 85]; *А у вас було прізвисько в юності? А поганяло?* [3, с. 59]; *Га, що? Який ще нескладотворчий **й**? Що це таке?* [3, с. 28]; *Можливо, **ви** хочете побути на самоті після*

цього всього? [3, с. 121]; *Чи **є** у вас ніс? А чим рубати? То беріть і рубайте на носі просто зараз* [4, с. 272]; *Я завжди прошу чайник, що свистить, як божевільний, не волати. Чи **вживаю** я слово волати в переносному значенні? Так. Чи красива ця метафора? Неймовірно. Але чи позначається це знання на якості нашого життя? Навряд чи* [4, с. 44].

З-поміж питальних речень виокремлюємо риторичні запитання, які «приховують» відповідь за питальною формою. Їх уживають, щоб урізноманітнити монотонну розповідь: *Чому не можна так, щоб буква дорівнювала певному звуку і наш алфавіт посів би перше місце?..* [3, с. 26]; *Як вам здається, пестлива форма воріженьки децю свідчить про український характер? Отож* [4, с. 34]; *Що ж воно таке, те граматичне значення, так і хочеться спитати, **еге ж?*** [4, с. 123]; *Ви думаєте, Максим Рильський даремно радив пильно й ненастанно полоти бур'ян?* [4, с. 81]; *Що ж дивного в тому, що нас із росіянами ідентифікують як один народ, коли українці залишають мову вдома й не беруть з собою на пляж?* [4, с. 21]; *Ну так, **я** трошки обманула. Чого не зробиш заради поезії?!* [3, с. 145].

Описавши риторичні прийоми та специфічні мовні засоби активізації уваги реципієнтів і підтримання їх інтересу, наголосимо, що й сама наукова інформація має бути організована в такий спосіб, щоби в жодному разі не перетворитися в нудний перелік норм, правил чи заборон, місцями прикрашений всілякими риторичними гачками. Ользі Дубчак вдалося створити неповторний «хронотоп» сучасності завдяки численним реаліям сьогодення, переплетеним із мовознавчими термінами, поняттями і правилами. *Звісно, тепер **ми** можемо дати запит у гугл, і він видасть потрібне нам звучання за мить* [3, с. 34]; *Людство до цього йшло так довго, що можна було би догортати вашу фейсбук-стрічку до самісінького кінця* [3, с. 17]; *Славнозвісні етери і катедри на каналі СТБ...* [3, с. 93]; *У маленькій картинці доволі легко відобразити зміст усіляких додатків, програм і соцімереж* [3, с. 19]; *Що вчинити з телефоном (айфоном, планшетом, кіндлом), з якого просто зараз хтось читає цей текст?* [4, с. 75]; *Правило «дев'ятки» не стосується радянського автопрому та моделі ВАЗ-2109* [3, с. 48]; *Телега тепер жаргонно означає месенджер «Телеграм»* [4, с. 105]; *Варто розрізняти загальні і власні іменники: компанія «Київстар», супермаркет АТБ, журнал «Дивослово»...* [4, с. 138]; *Поза всяким сумнівом, нам потрібно більше «Богдан», «Вільх», «Верб», «Кропив» і «Стугн»...* [5, с. 98]; *А зараз на війні єдине ціле становлять ЗСУ, НГУ, ТрО...* [5, с. 94]; *Ця книжка пишеться в час, коли рашистські склади з боекомплектами ... акуратно й делікатно множать на нуль американські «Хаймарси»* [5, с. 67].

У трилогії згадано чимало наших відомих сучасників (декого поважно, декого іронічно-саркастично), що теж допомагає читачеві відчувати себе не відстороненою особою, а причетним до всього, про що йдеться. Саме ця причетність є необхідною умовою для формування риторики довіри і тісної взаємодії в тандемі «автор – адресат». Так, розмірковуючи над безмежними можливостями суфіксів пестливості, О. Дубчак пише: *Присвяtimo це трошечки часу цій книжечці – і побіжимо перераховувати грошенята Притулочці на теплики, броніки й байрактарчики* [5, с. 99]. Ось ще аналогічні приклади: *Уявіть, якби Алла Мазур з телеекранів сповіщала, що в Києві завтра запланований марафон, тож сюдою їхати*

не тра [4, с. 98]; ...коли над тобою витає дух левиці Ірини Фаріон чи «падає безжалісно град, б'ють блискавиці» Олега Анатолійовича Винника [4, с. 187]; ...шалені укри, як співає Тарас Тополя, дякують бідосям за прикольний підгон [5, с. 43]; У пісні «Байрактари й джавеліни» Тарас Компаніченко співає... [5, с. 77]; Розберемося, як правильно вживати ті чи інші мовленнєві конструкції і чому найправильнішою конструкцією є Валерій Залужний [5, с. 15]. А наступні фрагменти точно викличуть сильні читачькі емоції: *К не буває м'яким... Хоча найвідоміший український мовознавець Кіля Азіров таки зміг, коли видавав на-гора афоризм «Не треба скіглити»* [3, с. 130]; *Як казав один там сумний алкоголік, чи то Стрілкін, чи то Герков, «операція повністю провалилась. Повністю»* [5, с. 55]; *Ну, скабееви з соловйовими научать, тільки жди* [5, с. 61].

Уміння заінтригувати читача в науковому дискурсі – справжній талант, яким обдаровані далеко не всі вчені. Але то не про Ольгу Дубчак, адже «герої» її книг (а це звуки, букви, частини мови, омоніми, синоніми тощо) персоналізуються і попадають часом у такі перипетії, на які можна сподіватися хіба що в пригодницькій чи детективній літературі. Авторка вмільо інтригує читача вже з перших сторінок своїх книг. Напевно, тільки люди з відповідною освітою відразу правильно декодують підзаголовок першої книги *У світі звуки[ў] і букв*, а для решти це загадка, яку схочеться розгадати. Назви розділів і підрозділів теж звучать доволі інтригуюче й дотепно, наприклад: *А ви до нас звідки? Походження слів; На заміні сьогодні він. Займенник; Найближчий до начальства. Прийменник; Архітектор речень. Сполучник; Творчий пульс нашого колективу. Частка* [4, с. 7–8]. А ось назви розділів і підрозділів з книги «Перемагати українською»: *Російськомовна щелепа, або Чую, синку, що ти не москаль; Слово як зброя, і зброя як слово; Бог створив цапа, а чорт кацапа; Фашисти на букву р; З якої ж літери писати назву їхніх боліт? Шиболети; Не я б'ю, верба б'є*.

Ще одним цікавим прийомом подачі інформації є натяки, недомовки, алюзії, які стимулюють розумову діяльність реципієнта і змушують його залучити дещо ширший контекст. Наприклад: *Літера Шредінгера. М'який знак* [3, с. 139]; *Проте на інших територіях звук З почувасться вільно і виступає в усій своїй зе-красі (о Господи, я зовсім не те мала на увазі!)* [3, с. 110]; *Диктори, актори, теле- і радіоведучі дуже цінують такий вислів, як запис дубля. Але ми не будемо писати транскрипції цього феєричного одзвінчення. Нехай це лишається на їхній совісті. І на совісті пригосного с, бешикетника такого* [3, с. 111]; *Словом, досить скіглити, шановні кровосісі, з крилатими фразами у нас усе чудово, просто не тільки лиш усі здатні оцінити...* [4, с. 113]; *фігурування русні в одному ряду зі словами бридня, фігна й одним зазальновідомим словом на х – це надзвичайно приємна річ* [5, с. 49]; *А Володю можна й кончить, особливо якщо він бункерний дід-психопат* [5, с. 118]; *Денацифікація – вони й самі не придумали, що це слово означає, тому приходять до нас, аби наші захисники їм детально і, не побоюся цього слова, глибоко пояснили. Метри на два вглиб українського степену й лісостепену* [5, с. 62].

Мистецтво комічного, сміхова культура людства не менш важливі на шляху вирішення проблем, ніж серйозні наукові дискусії. Науково-популярний дискурс тому й має ширші можливості у формуванні емоційного інтелекту реципієнта, що серйозні речі може інтерпретувати смішно, іронічно,

дотепно. Ключову тезу «українська – це цікаво, весело і зовсім не страшно» [4, с. 11] Ольга Дубчак – «авторка з безнадійно невинним гумором» [5, с. 124] – доводить мало не на кожній сторінці своєї лінгвістичної трилогії, наприклад: *Пароніми – це весело (так, знову весело, не плакати ж ми тут зібралися!)* [4, с. 62]; *Так, я знаю, що життя більше ніколи не буде колишнім, хе-хе-хе* [3, с. 147]. Неможливо не погодитися з такими рядками відгуку письменниці Тамари Горіха Зерня про книжку: «Настільки смачно, соковито і дотепно написано, настільки просто про складне і весело про сумне» [4, с. 3]. Важко навіть вибрати якийсь один епізод для аналізу (їх і в попередніх рубриках уже було достатньо); на наш смак, апогеєм комізму став бонус до першої книги «Мовний патруль» і «Дев'ять золотих правил успішного вивчення української мови» [3, с. 183–192], проте, поза всяким сумнівом, кожен читач сам відшукає свої “золоті” рядки для цілком заслуженої порції емоційної насолоди.

Важливим для сприймання інформації є той факт, що кожна книга трилогії має однакову структуру і дизайн: заголовок (і підзаголовок), зміст, умовні позначення, передмова, вступ, кілька частин, післямова, подяки, список літератури, бонус. Текст усіх книг полікодовий (мультимодальний), бо вербальну інформацію супроводжує досить різноманітний арсенал візуальних засобів (ілюстрації, рисунки, карикатури, схеми, таблиці, світлини, усталені графічні позначення, внутрішньотекстові виділення, комбінування різних шрифтів і кольорів тощо), а це однозначно привертає увагу читача і працює на досягнення авторської інтенції. Усі ці внутрішні і зовнішні фактори текстової архітекtonіки підпорядковані визначальному чиннику – комунікативній діяльності самої авторки, спрямованій на те, щоб, гортаючи книгу, читачі передусім «отримали задоволення від прочитаного; ... хотілося б іще, аби книжка була корисною» [3, с. 14]. Реципієнт наукової інформації має право отримувати цю інформацію в естетично привабливому, зручному вигляді.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Риторика фахового науково-популярного дискурсу, створеного Ольгою Дубчак, має виразні особливості, бо враховує найтонші нюанси наукової комунікації з широким колом реципієнтів. У мовознавчій трилогії майстерно змодельовано діалог між доволі реалістичними образами автора і читача, але це не просто запитання і відповіді на них, а захоплива пригода, сповнена чудових відкриттів, драматизму, інтриг, натяків, жартів і, звісно ж, пізнання нового. Авторка використала чималий арсенал текстотвірних, вербальних і невербальних засобів, аби спілкування з усіма охочими знати українську мову мало максимальний прагматичний ефект. У перспективі – аналіз стильових, експресивних і лінгвостилістичних засобів цього науково-популярного тексту.

Література:

1. Зелінська Н. В. «Риторика науки» як нова модель наукової комунікації. *Наукові записки*. Львів: Українська академія друкарства, 2001. Вип. 3. С. 60–63.
2. Селігей П. О. Юрій Шевельов – майстер наукового стилю. *Українська мова*. 2010. № 4. С. 3–21.
3. Дубчак О. Чути українською. У світі звуки[ў] і букв. Київ: Віхола, 2021. 192 с.
4. Дубчак О. Бачити українською. Слово в мовній картині світу. Київ: Віхола, 2021. 336 с.

5. Дубчак О. Перемагати українською. Про мову ненависті й любові. Київ: Віхола, 2022. 144 с.

Prymachok O. Rhetoric of specialized popular science discourse (based on the linguistic book trilogy of Olha Dubchak)

Summary. The article is concerned with providing a detailed description and analysis of rhetorical techniques and means of their textual and verbal actualization in linguistic popular science discourse. The research is based on the material of Olha Dubchak's book trilogy *To hear in Ukrainian. In the world of sounds and letters («Чути українською. У світі звуки[ў] і букв»)*, *To see in Ukrainian. The word in the linguistic picture of the world («Бачити українською. Слово в мовній картині світу»)*, *To win in Ukrainian. On the language of hate and love «Перемагати українською. Про мову ненависті й любові»)*. The need to change the rhetorical organization of modern scientific texts is caused not only by the informational resurgence of recent decades, but also by the constant interest of society in the practice of implementation of scientific achievements. The popular science variety of scientific discourse has obvious advantages here both in ways of interpreting scientific thought, and in methods and techniques of influencing the recipient and forming his emotional intelligence. The discourse of O. Dubchak is completely personalized and personified through the constantly present images of the author and the reader. They are

modeled by all available linguistic means: the pronouns, the proper and common nouns, the epithets and paraphrases, the occasionalisms, and personal forms of predicates. The form of the researched text is an author's monologue, and the content is an imaginary dialogue with the reader. The dialogicity here is not episodic but transversal; it not only encourages reading the text, but also involves the search for an answer together with the author. The dialogic nature of the text is ensured by the alternating use of the pronouns I, we, you; the rhetorical appeals to the imaginary reader; a vast number of statements-directives with verbs in the form of the 1st and 2nd person plural of the imperative mood; and interrogative sentences and rhetorical questions, which not only activate the reader's interest but also interrupt the monotonous narrative context. An organic part of the scholarly information of the text is the 'chronotope' of modernity created by the author, with the realities of the present that are familiar to everyone, precedent names, and well-known quotes and allusions. The rhetoric of trust and close interaction in the author-reader tandem is also supported by skillfully created intriguing contexts, hints, understatements, jokes, wits, irony, etc. The text in all three books is multimodal since the verbal information is supplemented by a fairly wide range of visual means (i.e. drawings, cartoons, photos, tables, graphic markers, etc.).

Key words: rhetoric, linguistics, Ukrainian professional language, popular science discourse, pragmatic potential, persuasion techniques.

*Пянковська І. В.,**кандидат філологічних наук, доцент,**докторант**Інституту філології**Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

СТРАТЕГІЇ МЕДІАТЕКСТУ

Анотація. У статті проаналізовано підходи до розуміння концепту «стратегії» в лінгвістиці, охарактеризовано основні типи мовних стратегій, окреслено типологію комунікативних стратегій медіатексту.

Онлайн-медіатекст є одним із основних джерел отримання інформації в сучасному медіапросторі і, таким чином, має вагомий вплив на формування громадської думки і суспільної свідомості. Визначальним при цьому є широкий спектр лінгвістичних стратегій, використання яких формує позитивне або негативне ставлення громадян до тих чи тих подій. Аналіз різноманітних типів стратегій, зокрема комунікативних, уможливує розуміння механізмів мовного впливу з метою консолідації суспільства і його гуманізації.

У статті представлено розуміння концепту «стратегія» в науці загалом, у лінгвістичних студіях та, зокрема, в медіалінгвістиці. До основних лінгвістичних стратегій дискурсу належать когнітивні та мовні. Когнітивне моделювання ситуацій навколишньої дійсності в медіадискурсі здійснюється через використання відповідних засобів лексичного, граматичного, синтаксичного, стилістичного рівня. Мовні стратегії поділяються на граматичні й дискурсивні. З-поміж дискурсивних стратегій виокремлюють культурні, соціальні, інтеракційні, прагматичні, семантичні, схематичні, стилістичні й риторичні. Далі проаналізовано підходи до розуміння комунікативних стратегій, зазначено їхні характерні ознаки (гіпотетичність, тогностичність, евристичність, зумовленість культурою, нормами комунікативної поведінки соціуму, етносу, а також комунікативною компетенцією мовця, його картиною світу). Описано деякі підходи до типологізації комунікативних стратегій медіадискурсу. Також у статті представлено розуміння комунікативних стратегій як послідовності мовних дій для досягнення комунікативної мети.

Ключові слова: медіатекст, стратегія, когнітивна стратегія, мовна стратегія, дискурсивна стратегія, комунікативна стратегія.

Постановка проблеми. У сучасному суспільстві мова залишається інструментом найсильнішого впливу, зокрема в медіадискурсі, який представлений широким набором інформаційних джерел. Попри багатоманітність каналів отримання інформації про події місцевого та світового рівня значна кількість людей віддають перевагу читанню онлайн-медіатекстів. Зокрема, результати опитування Інституту вивчення журналістики Reuters за 2022 р. демонструють, що 62% респондентів різного віку в усьому світі вважають за краще читати онлайн-новини, ніж переглядати, 17% читають їх так само часто, як і переглядають, тоді як лише 13,5% переважно дивляться новини [1, с. 27]. Такі статистичні показники підтверджують, що вивчення мовних особливостей комунікативних

стратегій, які використовуються в медіатекстах з метою впливу на суспільну свідомість і формування мовної особистості та національної ідеології, сприятиме розумінню світоглядних тенденцій у тій чи іншій лінгвоспільноті з метою її консолідації та міжнародної інтеграції.

Аналіз досліджень і публікацій. Складність концепту стратегії та широкі можливості його використання, зокрема в медіадискурсі, пояснюють різноманітність підходів до класифікації його різновидів. Зокрема, різні способи систематизації пропонують у своїх наукових працях А. Загнітко [2, с. 393–340], О. Іссерс [3], Н. Степанова [4], В. Посмітна [5], Л. Шевченко, Д. Сизонов [6, с. 46–50] та інші. У нашому дослідженні взято за основу класифікацію Т.А. ван Дейка і В. Кінча (*Strategies for discourse comprehension*, 1983).

Лінгвістичні аспекти вивчення комунікативних стратегій, а саме, концептуальні засади цього поняття, методика аналізу, функціонування в різних типах дискурсу, перебувають у фокусі уваги багатьох дослідників і, з одного боку, широко представлені у науковій літературі (Ф. Бацевич, А. Белова, В. Борисов, С. Дацюк, О. Іссерс, Б. Зайфрід, О. Селіванова, Л. Славова, Н. Степанова, О. Яшенкова), а з іншого – відкривають низку дискусійних питань, які потребують уточнень, зокрема, типологія комунікативних стратегій, які використовуються в медіадискурсі.

Метою статті є аналіз підходів до розуміння поняття «стратегії» в лінгвістиці, характеристика основних типів мовних стратегій, визначення типології комунікативних стратегій медіатексту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «стратегія» використовується в різних сферах науки та життєдіяльності і в найзагальнішому розумінні означає певне когнітивне уявлення про засоби досягнення певної мети оптимальним чином (швидко, ефективно, з низькими затратами тощо) та передбачає цілеспрямовані, навмисні, свідомі і контрольовані дії людини, які, у свою чергу, призводять до певного результату або бажаної мети [7, с. 62–65]. Широке коло вживання і використання низки синонімічних понять, на зразок *план, метод, концепція, програма, процедура* призвели до концептуальної неоднозначності терміну «стратегія», що на думку Б. Йоханнсена, призвело до нового розуміння цього концепту, а саме, що стратегія – це здатність мислити і діяти певним чином [8, с. 20–21].

У лінгвістиці концепт стратегії взаємопов'язаний і з поняттями функціональних дій, тактик, правил, алгоритмів, евристики [7, с. 66–68], тому в мовознавчих студіях термін «стратегія» часто використовується в контексті використання мови або для опису теоретико-прикладних аспектів створення текстів [9, с. 48], зокрема в медіалінгвістиці здебільшого

інтегральною ознакою стратегій є комунікативна ефективність і персуазивний ефект [6, с. 45].

Когнітивні стратегії, які використовуються в найрізноманітніших сферах, пов'язаних з пізнавальною діяльністю, передбачають певну послідовність розумових операцій, які необхідні для досягнення поставленої мети і базуються на попередніх знаннях [7, с. 70]. О.В. Онищук розуміє їх як «спосіб взаємодії зі світом у процесі пізнання з урахуванням вибіркової процесу сприйняття реальності» і слідом за американськими дослідниками [10] визначає типи когнітивних стратегій (культурні, соціальні, граматичні, комунікативні та інші) та наголошує, що їх вибір «залежить від багатьох чинників: умов і засобів пізнавальної діяльності, психологічних та інтелектуальних характеристик суб'єкта пізнання, способу пізнавальної діяльності та іншого» [11, с. 33].

Залучення когнітивних стратегій у медіалінгвістичних студіях передбачає не лише посередницьку функцію відображення дійсності, а й інтерпретацію реальності через ідеологічні установки, культурну специфіку тощо, тим самим впливаючи на інформаційне суспільство, мовну картину світу, ідеологію й культуру. Когнітивне моделювання ситуацій навколишньої дійсності в медіадискурсі здійснюється насамперед на мовному рівні, шляхом лексичного, граматичного, синтаксичного, стилістичного наповнення медіатекстів, тобто залучення відповідних мовних стратегій.

Мовні стратегії, у свою чергу, стосуються складних процесів продукування чи розуміння мови, коли необхідне не лише володіння знаннями граматики, лексики, фонології тощо, а й інформація про контекст, епізодичні спогади, знання про світ, наміри, плани і цілі [7, с. 73]. Зокрема розмежовують граматичні й дискурсивні мовні стратегії. Під граматичними розуміють такі когнітивні стратегії, які використовують для продукування або розуміння структур, визначених граматичними правилами. Дискурсивні стратегії передбачають маніпулювання структурами, семантикою, прагматичною інформацією з контексту, а також інтеракційним, соціальним, культурним підґрунтям. При цьому граматичні й дискурсивні стратегії перебувають у тісному взаємозв'язку: з одного боку, побудова та розуміння речень залежить від текстової інформації більшого обсягу або вищого рівня, а з іншого – семантичне та прагматичне тлумачення дискурсу ґрунтується на інформації окремих речень [7, с. 73–78]. І. Фролова наголошує, що дискурсивні стратегії на відміну від класичного розуміння цього поняття «передбачають зовсім іншу роботу свідомості: комунікант може мати план дій, а може діяти спонтанно, не підготовлено», тому з лінгвістичного погляду стратегії доцільно розглядати «як здатність мовленнєвих одиниць слугувати досягненню позамовленнєвих цілей». При цьому поняття дискурсивної стратегії є, на думку дослідниці, вужчим за комунікативну стратегію, але ширшим за мовленнєву [12, с. 243]. Складність концепту дискурсу зумовлює ієрархію дискурсивних стратегій, а саме глобальну, локальну та мовленнєві стратегії, які ґрунтуються на різних типах когнітивних структур: глобальна стратегія представляє концептуальне ядро; локальні стратегії утворюють найближчу периферію й базуються на структурах, до яких належать стереотипи; мовленнєві стратегії як виразники дальньої периферії втілюють стереотипні уявлення в мовну форму, яка реалізується через різноманітні тактики (актомовленнєві, змістові, діалогові) [12, с. 245; 13, с. 207–208].

Т.А. ван Дейк і В. Кінч виокремлюють 3-поміж дискурсивних стратегій культурні, соціальні, інтеракційні, прагматичні, семантичні, схематичні, стилістичні й риторичні [7, с. 80]. На думку дослідників, культурні стратегії стосуються ефективного відбору інформації про культурне походження мовця/автора чи культурні умови створення дискурсу або апелюють до інформації про культурний фон слухача/читача, який значною мірою визначає його сприйняття і розуміння дискурсу. Цей вид стратегії має широку сферу застосування, адже поняття культурного контексту є дуже складним і багатограним [7, с. 80–82]. Соціальні стратегії включають інформацію про загальну соціальну структуру групи, про інститути, ролі або функції учасників, а також соціальні норми, цінності чи ідеології, які визначають жанри дискурсів, їхні стилеві відмінності, можливі мовленнєві акти тощо [7, с. 82]. Одним із завдань мас-медіа визначають зокрема інтроспекцію суспільства: спостереження за всіма ланками суспільства, визначення і поширення подій, релевантних для всієї громадськості, що підкреслює провідну роль мас-медіа в репрезентації навколишньої дійсності і їхню персуазивну функцію. При цьому самі мас-медіа постають майданчиками для соціальних дебатів, де представники різних соціальних інститутів інтерпретують значущі теми і визначають суспільну думку [14, с. 123]. Глобальні культурні і соціальні стратегії формують підґрунтя для окремих комунікативних стратегій, які використовуються в різноманітних ситуаціях соціальної взаємодії, тобто інтеракційні стратегії передбачають розуміння інтерактивних намірів, цілей і мотивацій мовця/автора, оскільки вони стосуються когнітивних або дійових змін слухача/читача, і навпаки [7, с. 83]. Прагматичні стратегії є різновидом інтеракційних стратегій і пов'язані з прагматичною функцією мовленнєвих актів, коли структура та семантика висловлювання визначають або обмежують можливі мовленнєві дії, тобто пов'язують текстові структури з контекстом, а також поєднуються з невербальними джерелами інформації (жести, міміка, положення тіла) [7, с. 84–87]. Семантичні стратегії є вирішальними в моделі розуміння дискурсу і репрезентують семантичний зміст та прагматичні або соціальні функції дискурсу на двох взаємопов'язаних рівнях: локальному (речення, пропозиція) та глобальному (дискурс або його фрагменти) [7, с. 88–91]. Схематичні стратегії відображають типову макроструктуру того чи того виду дискурсу, сприяючи кращому розумінню його контенту, функцій, комунікативної мети [7, с. 91]. Стилїстичні й риторичні стратегії спрямовані на організацію дискурсу на морфо-фонологічному, синтаксичному та семантичному рівнях. Зокрема риторичні структури втілюють особливий або оригінальний спосіб висловлення речей, сприяючи кращій організації семантичного представлення дискурсу і тим самим кращому розумінню, а, отже, й покращують комунікативну взаємодію. Стилїстична варіативність вимови, вибору лексики, синтаксичних моделей тощо має неабияке значення для інтеракційної інтерпретації дискурсу, оскільки може вказувати на наміри, цілі, стратегію, ставлення та стосунки мовця/автора до слухача/читача [7, с. 93–94].

Поняття «комунікативної стратегії» (далі – КС) є ключовим у комунікативній лінгвістиці і в цьому дослідженні розуміємо його як «правила і послідовності комунікативних дій, яких дотримується адресант для досягнення певної комунікативної мети» [15, с. 339], а також систему «стратегій, об'єднаних інтегральною ознакою комунікативної ефективності» [6, с. 168].

За твердженням О. Селіванової, КС «мають ознаки гіпотетичності, тогностичності, евристичності, зумовленості культурою, нормами комунікативної поведінки соціуму, етносу, а також комунікативною компетенцією мовця, його картиною світу» [16, с. 239]. На думку А. Загнітка, «визначальним чинником формування й реалізації комунікативної стратегії є комунікативна компетенція суб'єкта», що охоплює лінгвістичну, соціолінгвістичну, соціокультурну, стратегічну й дискурсивну компетенції і відповідно до яких комунікант використовує мовні ресурси [17, с. 206].

У царині медіадискурсу Н. Степанова зараховує до найбільш типових стратегій оцінну, референційну (визначення ситуації, наприклад, по лінії «криза-не криза»), аргументативну, персуазивну (переконання), експлікативну (пояснення), описову [4, с. 40]. Більш детальну типологію КС мас-медійного дискурсу пропонує В. Посмітна, виокремлюючи такі стратегії: 1) КС формування громадської думки; 2) КС інформування громадськості про найбільш важливі події; 3) КС формування, коригування картини світу; 4) КС критичного аналізу діяльності держструктур; 5) КС створення публічного іміджу певної організації, структури, окремої особи; 6) КС популяризування політичних ідей; 7) КС зацікавлення громадськості в отриманні інформації; 8) КС емоційного впливу; 9) КС маніпулювання [5, с. 124–125].

А. Корольова глумачить КС як «комплекс певних мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети..., що спирається як на план поведінки комунікантів (їхні мовленнєві й немовленнєві дії), так і на комунікативні цілі з урахуванням певних психологічних установок» [18, с. 50]. Подібну ідею знаходимо у В. Борисова, на думку якого, КС визначають не тільки вибір мовленнєвих засобів, а й послідовність мовних дій учасників комунікації, і в цьому контексті вчений виокремлює «комунікативну стратегію дій» і визначає її як стратегічні принципи дій (плани дій), які визначають вибір і організацію мовленнєвих дій та їхніх компонентів (ілюцій, пропозицій, актів висловлювання) і можливий вплив цих дій на адресата, і які мовець/автор обирає залежно від стратегічного і реактивного потенціалу мовних зразків дії відповідно до стратегічних цілей [9, с. 53–54]. В. Борисов наголошує, що КС дії реалізується насамперед за умови інтеракції, тобто в діалогічному контексті, і виокремлює та детально досліджує директивні, кооперативні й некооперативні стратегії на матеріалі політичних телеінтерв'ю, беручи до уваги когнітивні (концептуальні, референційні і композиційні структури знань) і медіальні фактори (ситуація, учасники, функція налаштування співрозмовників [9, с. 235]. У цьому контексті варто зауважити, що сучасні технічні засоби комунікації створюють можливості для інтеракції не тільки під час безпосереднього спілкування (наприклад, теле- або радіоінтерв'ю), а й у межах інших видів медіадискурсу (форуми, блоги, коментарі до медіатекстів). Таким чином КС дії можна розглядати і як елемент онлайн-медіатексту, персуазивна функція якого має на меті вплив на реципієнта і його світосприйняття.

Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків. Онлайн-медіатекст є одним із основних джерел отримання інформації в сучасному медіапросторі і, таким чином, має вагомий вплив на формування громадської думки і суспільної свідомості. Визначальним при цьому є широкий спектр лінгвістичних стратегій, використання яких формує позитивне або негативне ставлення громадян до тих чи тих подій. Аналіз

різноманітних типів стратегій, зокрема комунікативних, уможливує розуміння механізмів мовного впливу з метою консолідації суспільства і його гуманізації. Викладені теоретичні положення становлять підґрунтя для подальших прикладних досліджень онлайн-медіатексту на матеріалі окремих мов.

Література:

1. Reuters Institute Digital News Report 2022 / N. Newman, R. Fletcher, C.T. Robertson, K. Eddy, R.K. Nielsen Oxword : Reuters Institute for the Study of Journalism. 2022. 164 p.
2. Загнітко А.П. Словник сучасної лінгвістики : поняття і терміни. Т. 3. Донецьк : ДонНУ, 2012. 426 с.
3. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М. : Едиториал УРСС, 2002. 284 с.
4. Степанова Н.В. Основы теории дискурса : Учеб. пособие. СПб.: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2017. 48 с.
5. Посмітна В.В. Комунікативні стратегії та тактики мас-медійного дискурсу в аспекті потенційної загрози деструктивного мовного впливу. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. № 39. Т. 3. 2019. С. 123-126.
6. Теорія медіалінгвістики : підручник / Л. Шевченко, Д. Сизонов / за ред. Л.І. Шевченко. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2021. 214 с.
7. Van Dijk T.A., Kintsch W. Strategies for discourse comprehension. New York : Academic Press, 1983. 418 p.
8. Johannsen B. Strategie und Kultur. Neue Perspektiven für den öffentlichen Kultursektor. Bielefeld : transkript Verlag, 2019. 336 S.
9. Borisov V. Kommunikationsstrategien und Selbstdarstellung im politischen Fernsehinterview : zur Erlangung des akademischen Grades Dr. phil. genehmigte Dissertation. Berlin, 2012. 255 S.
10. Dole J., Nokes J., Drits D. Cognitive Strategy Instruction. URL: https://www.researchgate.net/publication/268425680_Cognitive_Strategy_Instruction_Cognitive_Strategy_Instruction (дата звернення: 26.02.2023).
11. Онищук О. В. Динаміка трансформації когнітивних стратегій в умовах інформаційного плюралізму. Актуальні проблеми філософії та соціології : Науково-практичний журнал. Одеса, 2020. Вип. 26. С. 32–36. DOI: <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i26.902>
12. Фролова І. Є. Дискурсивна стратегія як організуючий конститuent вербально-соціальної інтеракції. Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. 2009. № 3. С. 242–249.
13. Фролова І.Є. Дискурсивна стратегія як когнітивно-комунікативний феномен. Культура народів Причорномор'я. 2006. № 82. Т. 2. С. 207-209.
14. Schäfer M.S. Korrespondenzanalyse von Mediendiskursen : zur empirischen Verbindung von Öffentlichkeitstheorie und Diskursanalyse. / G. Ruhrmann, J. Milde, A.F. Zilich (Hrsg.). Molekulare Medizin und Medien : zur Darstellung und Wirkung eines kontroversen Wissenschaftsthemas. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2011. S. 121–146. URL: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-395046> (дата звернення: 26.02.2023).
15. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: Академія, 2004. 342 с.
16. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
17. Загнітко А.П. Комунікативно-стратегічні типи мовленнєво-мисленнєвих маніпуляцій : час ведмедика Волдо. Записки з українського мовознавства. 2019. Вип. 26 (2). С. 203-216.
18. Корольова А.В. Стратегії і тактики комунікативної поведінки учасників спілкування в ситуаціях конфлікту. Studia Linguistica. Збірник наукових праць. Вип. 1. Київ : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. С. 48–53.

Piankovska I. Strategies of media text

Summary. The article analyzes approaches to understanding the concept of «strategy» in linguistics, characterizes the main types of language strategies, outlines the typology of communicative strategies of media text.

Online media text is one of the main sources of obtaining information in the modern media space and has a significant impact on the formation of public opinion and public consciousness. A wide range of linguistic strategies, the use of which forms a positive or negative attitude of citizens to certain events, is decisive. The analysis of various types of strategies, in particular communicative ones, makes it possible to understand the mechanisms of language influence with the aim of consolidating society and humanizing it.

The article presents the understanding of the concept of «strategy» in science in general, in linguistic studies and, in particular, in media linguistics. The main linguistic strategies of discourse include cognitive and linguistic.

Cognitive modeling of situations of the surrounding reality in the media discourse is realized through the use of appropriate means of the lexical, grammatical, syntactic, stylistic level. Language strategies are divided into grammatical and discursive strategies. Discursive strategies include cultural, social, interactional, pragmatic, semantic, schematic, stylistic, and rhetorical. The approaches to understanding communicative strategies are analyzed, their characteristic features are indicated (hypothetical, heuristic, determined by culture, norms of communicative behavior of society, ethnicity, as well as communicative competence of the speaker, his picture of the world). Some approaches to the typology of communicative strategies of media discourse are described. The article also presents an understanding of communicative strategies as a sequence of language actions to achieve a communicative goal.

Key words: media text, strategy, cognitive strategy, language strategy, discursive strategy, communicative strategy.

*Савчук Н. М.,**orcid.org/0000-0002-8835-3921**кандидат філологічних наук, доцент,**доцент кафедри прикладної лінгвістики та журналістики**Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини*

ФОРМУВАННЯ ВИСОКОГО РІВНЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У СФЕРІ ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ

Анотація. У статті визначено основні аспекти формування високого рівня комунікативної культури у сфері професійного спілкування під час вивчення навчальної дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням».

У зв'язку з тим, що в наявних словниках з української мови та в інших джерелах не представлено визначення терміну «комунікативна культура», було охарактеризовані наукові підходи вчених до визначення таких понять, як «комунікація», «спілкування», «комунікативна діяльність».

Визначено головні критерії сформованості комунікативної культури в майбутніх фахівців, що характеризують високий рівень її прояву, а саме: досконале володіння нормами літературної мови на всіх рівнях мовної системи; обізнаність щодо комунікативних якостей мовлення та врахування їхніх особливостей у процесі створення усних висловлювань та виконання творчих завдань у письмовій формі; відповідальне ставлення особистості до мови та мовлення; сформованість мовленнєвих навичок, контрольних і стимулювальних умінь.

Зроблено висновки, що формування комунікативної культури майбутніх фахівців у процесі вивчення навчальної дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням» є цілеспрямованим процесом, що передбачає знання норм і правил користування мовою, володіння термінологією відповідно до обраного фаху, сприяє розвитку вміння формувати висловлювання, правильно виражати свою позицію, уміння вести діалог, публічні виступи, володіти голосом, дикцією, манерою спілкування, мати власний стиль мовлення та успішно реалізовувати себе в різних сферах комунікації.

Крім того, визначено, що формування комунікативної культури у сфері професійного спілкування має ґрунтуватися на таких положеннях: планування й проведення занять на основі залучення студентів до ситуативного спілкування, моделювання професійних та виробничих ситуацій; використання інтерактивних форм і методів навчання, а також завдань на розв'язання певних професійних проблем із застосуванням діалогу, дискусії, дебатів.

Ключові слова: комунікативна культура, спілкування, комунікація, інтерактивні методи, мовленнєвий етикет.

Постановка проблеми. Інтеграція України до європейського освітнього простору потребує впровадження в систему професійної освіти нової фахової ділової комунікації, тобто мовної освіти, яка має стати важливою складовою професійної підготовки, у зв'язку з тим, що змістове наповнення категорії

«інтелігентне мовлення» розкриває мову як творчу практику людей, які взаємодіють між собою. Усе це можна реалізувати в процесі вивчення навчальної дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням», що орієнтована на формування високого рівня комунікативної культури у сфері професійного спілкування. Саме комунікативна культура є однією з головних детермінант розвитку суспільства. І, як відомо, рівень комунікативної культури індивіда залежить від рівня сформованості загальної культури, що забезпечує оптимізацію інтелектуального, духовного та морального розвитку фахівця.

На сьогодні сучасний фахівець має досконало володіти українською мовою та застосовувати її під час реалізації функціональних обов'язків. Необхідно зазначити, що знання професійної мови майбутньому фахівцю допоможуть значно краще оволодіти обраним фахом, підвищити ефективність своєї праці, оскільки саме мова визначає культуру та професійну компетентність фахівця. Отже, сформувати мовну особистість, яка володіє культурою усного й писемного мовлення, тобто грамотно користується мовою, уміє гідно поводитися в будь-яких ситуаціях і обставинах, а також здатна повною мірою застосовувати набуті знання, уміння та практичні навички з метою удосконалення мовної моделі поведінки в професійній сфері, допоможе опанування навчального курсу «Українська мова за професійним спрямуванням». У межах нашого дослідження процес формування комунікативної культури розглядається як важливий компонент підготовки компетентного фахівця, який володіє мистецтвом слова, що є однією з умов для досягнення успіху в різних сферах, а також знаннями про мовні норми та правила етикету під час спілкування, культурою усного та писемного мовлення. Для фахівців професії типу «людина – людина» комунікативна культура є однією з основних умов досягнення високого рівня професіоналізму, у зв'язку з тим, що в процесі взаємодії можна створити адекватне уявлення про людину, її бажання, потреби, полегшити процес професійної адаптації. Окрім того високий рівень сформованості комунікативної культури сприяє успішній реалізації знань, умінь і практичних навичок у процесі спілкування та налагодження конструктивної взаємодії під час виконання професійних завдань.

Отже, формування комунікативної культури в професійному спілкуванні в процесі вивчення навчального курсу «Українська мова за професійним спрямуванням» набуває особливої значущості, оскільки пронизує й зв'язує в єдине ціле усі складові моделі майбутнього фахівця як професіонала та особистості.

Зв'язок з попередніми дослідженнями. Чимало вчених, зокрема Г. Андреева, Г. Балл, Л. Орбан-Лембрик, Т. Яценко, займалися вивченням проблемних аспектів комунікації та культури спілкування. Зазначені дослідники розглядали поняття «культура спілкування» як цілісну систему, яка містить взаємопов'язані морально-психологічні компоненти. Водночас низка науковців, як-от Н. Бабич, С. Єрмоленко, М. Жовтобрюх, А. Коваль, М. Пилинський та В. Русанівський, приділяли увагу вивченню проблемного питання щодо мовної й мовленнєвої культури. У психологічних та педагогічних працях О. Газмана, В. Кан-Калика, Г. Костюка та А. Мудрика досліджено проблему формування культури мовлення.

Отже, проаналізувавши наукові погляди вчених, маємо підстави констатувати, що на сьогодні не існує досліджень, які спрямовані на визначення основних аспектів формування високого рівня комунікативної культури у сфері професійного спілкування під час вивчення навчального курсу «Українська мова за професійним спрямуванням».

Мета статті – визначити основні аспекти формування високого рівня комунікативної культури у сфері професійного спілкування під час вивчення навчальної дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням».

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до мети дослідження, передусім вважаємо за необхідне приділити увагу аналізу навчальної дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням». У процесі вивчення цього курсу майбутні фахівці в закладах вищої освіти отримують знання про мовленнєвий етикет та культуру мови під час спілкування, а також оволодівають тактикою поведінки в процесі взаємодії для подальшого застосування в майбутній професійній діяльності, отримують інформацію про культуру ведення різної документації відповідно до загальноприйнятого офіційно-ділового стилю, генерують стійкі комунікативні компетенції, які є важливими для професійного спілкування.

Зважаючи на вищезазначені аспекти, особливу увагу маємо приділити комунікативній культурі. Як відомо, важливою частиною життя будь-якої людини є комунікація і спілкування, а отже, її культура, адже вони взаємопов'язані між собою: культура людини розпочинається з мови.

Аналізуючи категорію «культура», маємо зазначити, що в тлумачному словнику української мови вона розглядається як комплекс матеріальних і духовних цінностей; рівень розвитку суспільства; те, що продукується з метою задоволення потреб; вихованість та освіченість [1, с. 1]. Так, на думку М. Буланова-Топоркова, культура визначає матеріальний та духовний рівень розвитку певних історичних періодів та специфічних сфер діяльності чи життя [2, с. 75]. Отже, можемо констатувати, що культура – це те, що створив індивід. На сьогодні існують декілька видів культури, проте в контексті нашого дослідження зосереджуємо увагу на категорії «комунікативна культура», яка виступає компонентом загальної культури особистості. У зв'язку з тим, що в наявних словниках з української мови та в інших джерелах не представлено визначення терміну «комунікативна культура», вважаємо за необхідне пояснити його через такі дефініції, як «комунікація», «спілкування», «комунікативна діяльність».

Передусім проаналізуємо поняття «комунікація». Так, у словникових джерелах цей термін характеризується як обмін інформацією, налагодження взаємодії та підтримання її на

належному рівні [3, с. 9]. С. Гончаренко зазначає, що комунікація – це певна риса особистості, здатність до реалізації процесу спілкування з іншими людьми, доброзичливість, що формується впродовж життя та в професійній сфері людини [4, с. 174].

Комунікація передбачає взаємообмін інформації, у якому вагому роль відіграє якість надання інформації, її змістове наповнення, що допомагає не тільки правильно та чітко уявити певну проблему, але й сформуванню стратегії і тактики поведінки в процесі її розв'язання, пошуку більш ефективних методів, прийомів і засобів з метою реалізації попередньо побудованих завдань. Крім того, на думку дослідниці, успішність комунікації залежить від ясності та доступності інформації [3, с. 11].

Водночас М. Бітянова у своїх наукових дослідженнях розглядала комунікацію як акт спілкування, що охоплює комунікативний (обмін інформацією між партнерами в процесі взаємодії) і перцептивний (процес виховання й пізнання індивідами один одного з подальшим налагодженням міжособистісної взаємодії) аспекти [5, с. 56].

Отже, на основі аналізу поглядів вчених можемо зробити висновок, що поняття «спілкування» та «комунікація» є компонентами комунікативного процесу, адже передбачають обмін інформацією між людьми, налагодження міжособистісних взаємин, прояв ініціативності під час комунікації.

Крім того, зазначимо, що володіння знаннями щодо спільних та відмінних рис під час спілкування та комунікації набуває важливого значення для фахівця з метою реалізації успішної комунікативно-мовленнєвої діяльності, яка визначається відповідним рівнем сформованості знань про мовленнєві норми та правила спілкування, умінням застосовувати в процесі взаємодії вербальні та невербальні засоби спілкування, розширенням спектру голосових модуляцій, суттєвим урізноманітненням й забарвленням голосової виразності, володінням технікою та логікою мовлення.

У контексті аналізу таких дефініцій, як «культура мови» й «культура мовлення», слушною є думка М. Пентилюк, яка зазначає, що культура мови – це, насамперед, наука, що вивчає нормативність мови, яка проявляється на усіх рівнях мовної системи, за якими і здійснюється класифікація мовних норм, та її відповідність тим вимогам, що стоять перед мовою в соціумі, при цьому культура мовлення передбачає володіння мовою на високому професійному рівні, відповідно до її норм під час реалізації мовленнєвої діяльності індивіда [6, с. 12].

На основі аналізу науково-педагогічних джерел визначено, що до процесу оволодіння мовою та її культурою належать уміння розмовляти без уживання русизмів та суржику, дотримуватися мовленнєвого етикету, писати без помилок і калюк, логічно будувати речення з дотриманням причинно-наслідкових зв'язків, володіти правилами тактики в процесі комунікації, застосовувати різноманітні засоби комунікації в процесі реалізації майбутнього фаху на основі креативного підходу. Володіння мовою на високому професійному рівні є головною складовою загальної культури індивіда, допомагає реалізувати професійну підготовку до обраного фаху. Тому саме в процесі вивчення навчальної дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням» можна сформувати високий рівень комунікативної культури.

Навчання української мови професійного спілкування спрямоване на розкриття важливої інформації про нормативність сучасної української мови; формування вмінь і практич-

них навичок застосування різноманітних засобів мови під час реалізації професійного мовлення; збагачення словникового запасу; розвиток практичних навичок щодо виконання роботи з текстами різних стилів і жанрів відповідно до мети мовлення та сфери спілкування; надання необхідних відомостей про основні аспекти культури ведення документування різних текстів відповідно до офіційно-ділового стилю, оволодіння знаннями про головні правила їх укладання [7, с. 150].

Отже, навчальна дисципліна «Українська мова за професійним спрямуванням» спрямована насамперед на формування мовленнєвої компетентності, що виражається в розвитку комунікативної культури, яка підпорядковується загальноприйнятим вимогам вербального спілкування, до основних компонентів якого належить: правильність мовлення, мовна майстерність та свідомість, тобто уміння оцінювати та покращувати мовленнєву діяльність комунікантів у процесі всієї навчальної діяльності.

Крім того, відповідно до практичного досвіду викладання навчальної дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням» ми визначили головні критерії сформованості комунікативної культури в майбутніх фахівців, що характеризують високий рівень її прояву, а саме: досконале володіння нормами літературної мови на всіх рівнях мовної системи; проінформованість щодо комунікативних якостей мовлення та врахування їхніх особливостей у процесі створення усних висловлювань та виконання творчих завдань у письмовій формі; відповідальне ставлення особистості до мови та мовлення; наявність мовленнєвих навичок та контрольних і стимулювальних умінь.

Отже, з метою формування високого рівня комунікативної культури у сфері професійного спілкування під час вивчення української мови за професійним спрямуванням майбутнім фахівцям доцільно пропонувати виконувати комплекс розроблених викладачем завдань із метою розвитку умінь та практичних навичок реалізації ефективної мовленнєвої діяльності для виконання роботи за фахом, тобто здійснення осмисленого чи інтуїтивного наміру адресанта, який визначає внутрішню програму та спосіб її втілення за рахунок правильного, раціонального, вмотивованого і точного застосування мовних засобів, оволодіння культурою ведення монологу, діалогу та полілогу, збагачення словникового запасу професійною термінологією, підбір доцільних та адекватних способів реалізації окресленої мети засобами української мови.

На наш погляд, для формування високого рівня комунікативної культури у сфері професійного спілкування під час вивчення української мови за професійним спрямуванням необхідно на практичних заняттях пропонувати завдання на моделювання реальних професійних і виробничих умов спілкування, що сприяють стимулюванню майбутніх фахівців до користування знаннями мови у практичній сфері, правильно консолідувати мовні одиниці, реалізовувати мовленнєву діяльність на основі визначеної комунікативної мети, здійснювати підбір належних форм та типів мовлення, брати до уваги функціональні стилі мовлення, розвивати вміння налагоджувати комунікацію та взаємодіяти з людьми, здійснювати самопрезентацію за допомогою засобів мовленнєвої комунікації. Наприклад, для формування високого рівня комунікативної культури можна запропонувати такі завдання: відповідно до панівних вимог документування написати офіційно-діловий текст, тобто лист-прохання, рекламний лист (на вибір); крім того, майбутні

фахівці мають прокоментувати відповідну інформацію стосовно функцій спілкування та змоделювати кілька ситуацій, які підтверджують їх реалізацію, насамперед в усній формі. Працюючи над матеріалами, які розміщені в різноманітних словниках, студент не лише самостійно займається пошуком необхідної інформації, але й поетапно розвиває лексикографічну компетентність, покращує своє мовлення, що й надалі допоможе майбутньому фахівцю оволодіти основними правилами новітньої редакції українського правопису; навчитися правильно ставити наголоси; покращити вимову звуків і звукосполучень; збагатити свій словниковий запас.

А з метою мотивації майбутніх фахівців до оволодіння комунікативною культурою необхідно на заняттях із навчальної дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням» зосередити увагу на важливості врахування індивідуальних особливостей співрозмовника в процесі налагодження взаємодії, зокрема віку, професії, статі, його соціального статусу, для правильності та доцільності висловлювань, мотивування співрозмовника до змістовного продовження діалогу.

Також важливим, на наш погляд, для формування комунікативної культури в професійному спілкуванні є використання на заняттях із навчальної дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням» інтерактивних форм і методів навчання: застосування імітаційних рольових, ділових та навчальних ігор; реалізація методу «мозкового штурму», що стимулює майбутніх фахівців до певної мисленнєвої діяльності під час висловлювання власних поглядів за умови дослуховування до думок інших; методу проєктів для навчання студентів самостійно мислити, знаходити та розв'язувати проблеми на основі використання знань із різних галузей, формування інтегративних умінь, прогнозування результатів та можливих наслідків різних варіантів розв'язання; встановлення причинно-наслідкових зв'язків [8, с. 77; 9, с. 92].

Також необхідно зазначити, що майбутнім фахівцям необхідно постійно працювати над умінням правильно висловлювати свою позицію як в усній, так і писемній формі; вчитися обирати найбільш ефективні варіанти побудови висловлювання. Крім того, студенти мають приділяти особливу увагу професійній мові, тобто оволодіти термінологією, моделювати мовленнєві ситуації відповідно до обраного фаху, набувати основних аспектів риторичних знань і вмінь та вивчати ази ділового етикету, насамперед мовленнєвого.

Зазначимо, що в процесі вивчення навчальної дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням» наближення процесу навчання до потреб комунікації можливе лише за умови організації мовних завдань і функцій. Так, наприклад, оволодівши інформацією для розв'язання однієї мовної задачі, студент отримує знання про один з «вузлів» загального механізму системи промови і може брати активну участь у спілкуванні в межах цієї ситуації. Просуваючись в опануванні системою промови, студент на кожному етапі освітнього процесу зможе почувати себе компетентним мовним співрозмовником [10, с. 15]. Отже, під час застосування комунікативного методу майбутні фахівці набувають комунікативної компетенції, тобто здатності користуватися мовою залежно від певної ситуації відповідно до обраного фаху, що, безумовно, сприятиме розвитку їхньої комунікативної культури.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отже, можемо констатувати, що формування комунікативної

культури майбутніх фахівців у процесі вивчення навчального курсу «Українська мова за професійним спрямуванням» є цілеспрямованим процесом, що передбачає знання норм і правил користування мовою, володіння термінологією відповідно до обраного фаху, сприяє розвитку вміння формувати висловлювання, правильно виражати свою позицію, уміння вести діалог, публічні виступи, володіти голосом, дикцією, манерою спілкування, мати власний стиль мовлення та успішно реалізовувати себе в різних сферах комунікації.

Крім того, формування комунікативної культури у сфері професійного спілкування має ґрунтуватися на таких положеннях: планування і проведення занять на основі залучення студентів до ситуативного спілкування, моделювання професійних та виробничих ситуацій. На практичних заняттях перевагу варто надавати інтерактивним формам і методам навчання, а також завданням на розв'язання певних професійних проблем із застосуванням діалогу, дискусії, дебатів.

Перспективи подальших досліджень убагаємо у вивченні дидактичних можливостей застосування інформаційно-комунікаційних технологій для формування комунікативної культури у сфері професійного спілкування під час вивчення навчальної дисципліни «Українська мова за професійним спрямуванням».

Література:

1. Яременко В., Сліпущко О. Новий тлумачний словник української мови: у 3-х томах. Київ : Аконіт, 2001. 926 с.
2. Лівенцова В.А. Формування культури професійного спілкування у майбутніх менеджерів невиконавчої сфери : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Тернопіль, 2002. 206 с.
3. Косенко Ю.В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. Суми : Сумський державний університет, 2011. 187 с.
4. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник. Київ: Либідь, 1997. 373 с.
5. Колоїз Ж.В., Березовська-Савчук Н.А. Українська мова професійного спілкування в аспекті теорії стилів та культури мовлення : практикум. Кривий Ріг : ФОП Маринченко С.В., 2019. 131 с.
6. Пентиліук М.І. Культура мови і стилістика. Київ : Вежа, 1994. 240 с.
7. Шевчук С.В., Клименко І.В. Українська мова за професійним спрямуванням : підручник. 2-ге вид., випр. і допов. Київ : Алерта, 2011. С. 150–151
8. Дроздова І.П. Актуальні проблеми методики аудиторних і позааудиторних занять із розвитку українського професійного мовлення студентів-нефілологів. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Психологія і педагогіка». Острого: Вид-во Національного ун-ту «Острозька академія», 2014. Вип.29. С. 77–82.

9. Пасинок В. Г. Основи культури мовлення : навч. посіб. Київ : Центр учбової літ., 2019. 243 с.
10. Основи культури фахової мови : навч. посібник / укл. : Г.А. Коцюбовська, Н.А. Баракатова. Дніпро : НМетАУ, 2018. 36 с.

Savchuk N. M. Formation of a high level of communicative culture in the sphere of professional communication while learning the ukrainian language for a professional direction

Summary. The article defines the main aspects of the formation of a high level of communicative culture in the field of professional communication during the study of the Ukrainian language in a professional direction.

Due to the fact that existing dictionaries of the Ukrainian language and other sources do not provide a definition of the term "communicative culture", the scientific approaches of scientists to the definitions of such concepts as "communication", "communication", "communicative activity" were characterized".

The main criteria for the formation of communicative culture in future speech specialists have been formed, which characterize a high level of its manifestation, namely: perfect mastery of the norms of the literary language at all levels of the language system; awareness of the communicative qualities of speech and taking into account their peculiarities in the process of creating oral expressions and performing creative tasks in written form; the responsible attitude of the individual to language and speech; the existence of speech skills and control and stimulating skills.

Conclusions were made that the formation of the communicative culture of future specialists in the process of studying the Ukrainian language in a professional direction is a purposeful process, which includes knowledge of the norms and rules of language use, mastery of terminology in accordance with the chosen profession, contributes to the development of the ability to form statements, correctly express one's position, the ability to conduct a dialogue, public speeches, to have a voice, diction, manner of communication, to have one's own style of speech and to successfully realize oneself in various spheres of communication.

In addition, it was determined that the formation of communicative culture in the field of professional communication should be based on the following provisions: the construction of classes based on the inclusion of students in situational communication, modeling of professional and industrial situations; in addition, in practical classes, preference is given to interactive forms and methods of learning; as well as the task of solving certain professional problems using dialogue, discussion, and debate.

Key words: communicative culture, communication, communication, interactive methods, speech etiquette.

*Сковронська І. Ю.,**кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри іноземних мов та культури фахового мовлення
Львівського державного університету внутрішніх справ**Юськів Б. М.,**старший викладач кафедри іноземних мов та культури фахового мовлення
Львівського державного університету внутрішніх справ*

МОВЛЕННЄВА ТА ПОВЕДІНКОВА АВТЕНТИЧНІСТЬ МАЙБУТНІХ ПРАВООХОРОНЦІВ НА ЗАНЯТТЯХ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Анотація. У статті наголошується на формуванні іншомовної особистості здобувача вищої освіти, яка дає йому можливість бути ефективним учасником міжкультурної комунікації у конкретному соціумі. Дотримання автентичності навчального матеріалу і автентичності мовленнєвої поведінки здобувачів вищої освіти є ефективним засобом підвищення мотивації і зацікавлення до вивчення та вживання іншомовної розмовної лексики з урахуванням соціокультурних особливостей, пізнання невідомої мовної культури і в такий спосіб сприяє утворенню і сприйняттю дискурсу в навчально-мовленнєвих і соціальних та соціально-побутових ситуаціях. Автентичним ми називаємо такий дискурс, який є якісним з позиції його функціонування і використання тих мовленнєвих механізмів, які сприяють здійсненню спілкування у природних умовах існування. Автентичний текст характеризується чималим добром автентичної і загальної лексики, а також правильним граматичним оформленням висловлювання. У ньому відображено неповторний колорит країни, мова якої вивчається, а також інформацію, що є цікавою та значущою для здобувачів вищої освіти і відповідає їх професійній спрямованості, потребам та інтересам. Володіючи інформацією про іншомовну культуру користувач легше вступить у міжкультурні контакти з іншою особою. Тому, ефективність спілкування між представниками різних культур полягає не тільки в подоланні мовного бар'єру, а й міжкультурного. Дієвим засобом втілення цих навчальних вимог у практичне використання є ужиток у ході навчання фрагментів автентичних текстів сучасних англійських періодичних видань, які поєднуються з індивідуальним досвідом здобувачів вищої освіти, розширюють уяву і поглиблюють мислення, включають незнайому лексику, яка використовується носіями мови.

Застосування в навчальному процесі іншомовного лінгвокраїнознавчого матеріалу є ефективним засобом підвищення мотивації до вивчення та вживання іншомовної розмовної лексики з урахуванням соціокультурних особливостей, дотримання мовленнєвої автентичності майбутніх фахівців у сфері правоохоронної діяльності. Одним із засобів втілення цих вимог на практиці є застосування у процесі навчання фрагментів автентичних текстів сучасних англійських друкованих видань, які співвідносяться з особистим досвідом здобувачів вищої освіти, розвивають уяву і мислення, включають незнайому лексику, яка використовується носіями мови. Володіючи знаннями про іншомовну культуру мовець легше вступить у міжкультурні контакти з іншою особою. Тому, ефективність спілку-

вання між представниками різних культур полягає не тільки в подоланні мовного бар'єру, а й міжкультурного.

Ключові слова: мовленнєва автентичність, фрагмент автентичного тексту, комунікативна компетентність, міжкультурний контакт, мовленнєва поведінка, мовний бар'єр, носій мови.

Постановка проблеми. Виклики, які постають перед науково-педагогічними працівниками та здобувачами вищої освіти, продиктовані тими суворими реаліями війни, в яких вимушені ми працювати сьогодні. Питання якості освіти ніколи ще не стояло так гостро. Конкуренція між молодими фахівцями зокрема, і фахівцями у кожній сфері загалом надзвичайно висока. Тому здійснювати професійну діяльність не лише в межах своєї мовної спільноти, але й у іншомовному середовищі є вимогою часу. Згідно з сучасними міжнародними стандартами, які визначають рівень володіння іноземною мовою, випускник вищого закладу освіти зобов'язаний уміти висловлюватися без істотного витрачання часу на пошук точних мовних засобів у ході досягнення ним соціальних і професійних цілей, демонструвати вірний ужиток мовленнєвих прикладів і засобів спілкування. На сучасному етапі іноземна мова є інструментом полікультурного розвитку особистості і засобом, що забезпечує її інтеграцію до нового суспільства. Саме в процесі вивчення іноземної мови закладається основа до позитивного прийняття студентами елементів іншої культури, вибудовується толерантне ставлення до представників світових культурних спільнот. Для досягнення ефективності в міжкультурному спілкуванні необхідно не тільки оволодіти мовленнєвими уміннями і навичками, але й навчитися користуватися мовою відповідно до умов соціокультурного життя носіїв цієї мови. Міжкультурне спілкування є більш складним в порівнянні з комунікацією, оскільки воно передбачає володіння не тільки мовним кодом, а й системою культурних значень лінгвістичних одиниць, системою значень того, що відбувається. Соціокультурна інформація полегшує засвоєння мовних елементів і збагачує їх [1, с. 275]. Володіючи інформацією про іншомовну культуру користувач легше вступить у міжкультурні контакти з іншою особою. Тому, ефективність спілкування між представниками різних культур полягає не тільки в подоланні мовного бар'єру, а й міжкультурного.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми відбору автентичного навчального матеріалу в розрізі формування

соціокультурної компетенції присвячені роботи таких вчених як О.Б. Бігич, І.І. Єременко, Н.В. Мороз, В.Ю. Паращук, Л.І. Березенська, Т.М. Колодько, С.О. Шехавцова, М.І. Соловей, В.П. Наталін, Ю.І. Веклич, Г.І. Вороніна та інші. На думку М. Мороз соціокультурна компетенція – це інтегративне утворення, яке включає: країнознавчі, лінгвокраїнознавчі, соціолінгвістичні знання; уміння та навички співставляти мовні засоби з метою і умовами спілкування; уміння організувати мовленнєве спілкування відповідно до соціальних норм поведінки; уміння використовувати мовні засоби відповідно до національно обумовлених особливостей [2, с.56]. Вчені Бігич О.П. Наталін В.П. Єременко І.І. аналізують змістовні аспекти автентичності навчального тексту і пропонують етапи роботи з ними у процесі автономного навчання професійно орієнтованого англійського навчання. Аналізуючи три етапи роботи з фаховими текстами, Гречухіна І. наголошує, що саме на основі оригінальних текстів можна опанувати необхідні термінологічні одиниці, оскільки лише на рівні тексту професійні терміни постають як цілісна комунікативна система [3, с. 49]. Розробляючи дидактичну схему формування у студентів міжкультурної комунікації, вчений Беґека Д.А. пропонує певний алгоритм дій студента в опрацюванні автентичного комунікативного матеріалу: визначення назви автентичного тексту, аудіо-тексту, відеоролику, ілюстрації, визначення зав'язки, кульмінації, розв'язки подій у тексті, виокремлення соціокультурних компонентів, проведення дискусії з наголосом на порівнянні фонових фактів з елементами рідної культури, моделювання навчально-мовленнєвої ситуації на основі поданого автентичного матеріалу, усний переказ змісту, основної ідеї, частин автентичного тексту, письмова робота (анотація, переказ та ін.) [1, с. 276].

Мега старті полягає у визначенні ролі автентичного матеріалу у формуванні у здобувачів соціокультурної іншомовної комунікативної компетентності, без якої досконалий і повний образ сучасного працівника правоохоронної сфери навіть не мислиться. А тому завдання науково-педагогічних працівників – якомога більше сприяти дотриманню мовленнєвої автентичності здобувачів; допомагати їм якомога більше дізнаватися про культурні особливості і традиції країни, мова якої вивчається. Матеріалом дослідження є фрагменти текстів сучасних англійських періодичних видань та навчальних посібників з англійської мови для правників та для фахівців у сфері правоохоронної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Методичний аналіз лінгвостилістичного потенціалу сучасних автентичних англійських текстів у навчанні розмовного мовлення показав, що вони забезпечують: 1) різноманітність тематики; 2) розширюють діапазон комунікативних ситуацій; 3) вводять лексико-стилістичний та екстралінгвальний матеріал, який відображає особливості сучасного розмовного мовлення. Автентичні тексти повинні розвивати естетичні потреби здобувачів вищої освіти, які тісно пов'язані з метою, інтересами, спроможностями, ідеалами особистості, і можуть бути сформовані лише за умов добору автентичних високоякісних текстів [4, с. 51].

Принцип добору частин автентичних текстів за тематикою зумовлений об'єктивним зв'язком лінгвістичних та екстралінгвістичних чинників з реалізацією адекватної мовленнєвої поведінки: використання мовленнєвих ситуацій, навчальних і природних, що допомагає швидкому становленню динаміч-

ного стереотипу [5, с. 9]. Ситуативно-тематичний принцип є важливим під час групування мовного матеріалу з метою визначення його частотності та подальшого ужитку у конкретній мовній ситуації. У той же час фахово-спрямованими є мовленнєві ситуації і теми. Вони повинні стосуватися тих професійних і суспільних сфер комунікації, яких в подальшому будуть працювати майбутні фахівці.

Проілюструємо використання англійської фахової лексики на прикладі фрагменту з автентичного тексту з теми «Law enforcement in Ukraine and Great Britain», який, на наш погляд, показує професійне буття правоохоронця, його непривабливі та приємні сторони: ... «*We spend our time chasing criminals. You can be on the desk doing routine office work...It really means ... walking round keeping your eyes open.... It involved doing shift systems which is early, late, nights... You can come on duty thinking oh, you know: 'What a great day' and you end up with something terrible, happening, ... Every day is different*» [6, с. 165]. Отже, даний фрагмент з наповненням різноманітних синтаксичних конструкцій, моделей словотвору є основним джерелом інформації, пов'язаної з трудовою діяльністю майбутніх фахівців, змістовною базою для професійного дискурсу, творчої бесіди, дискусії, коментарів, обговорення.

У сучасних англійських автентичних текстах спостерігається явище колоквілізації словникового складу, тобто розкутість слововживання, використання мови сленгізмів, зміна стилістичного статусу слів, збільшення кількості відхилень від граматичних норм, огрубіння мовного вираження, емоціоналізації лексичного фонду мови, використання фахових, соціальних діалектів, ідіоматичних мовленнєвих одиниць з різним ступенем усталеності та структурної організації, які мають синкретичні, неподільні прагматичні значення [7, с. 5]. (Напр.: *sl. Bang to rights* – *syn. «dead to rights»* – *to catch criminal at the scene; foul play* – *an act that intentionally causes death; pat down* – *an act of checking the body of a person for weapons or drugs; to use soft hands* (the non-violent touching of a subject) *and hard hands* (involving punches, kicks, etc.); *go to jail* – *to be imprisoned; the long arm of the law* – *humor. justice, esp. In the form of the police, considered as something that criminals cannot escape from; innocent till proven guilty* – (of a person) *not guilty of a crime or sin, blameless; crime doesn't pay (saying)* – *people who commit crimes will not become rich, but will be caught and punished* [8, с. 38].

У носіїв англійської мови завдяки вживанню таких слововосполучень активізується чинник, що впливає на думку та формує ставлення до закону та правосуддя, яке здійснюється у даному соціумі. Маємо приклад автентичного тексту, в якому висловлюється: негативна думка суспільства щодо чинного законодавства; питання судочинства, призначення і виконання покарання; розгляд мотивів, як суспільних так і соціально-психологічних, що підштовхують особу до вчинення злочинів; усвідомлення чи неусвідомлення своєї вини; реакція суспільства на злочин; суспільний погляд та уявлення про осіб, які охороняють правопорядок: «*My brother works as a police officer and tells me that drug-dealers, muggers, and burglars can be out of on the streets only after a few weeks or months after committing their crimes or even let off with fines. Some rapists and murderers are let out of prison after three of four years. As a result of this, many people are losing faith in the British system of justice... I totally agree with American idea of «three strikes and out»* – that

after committing three crimes criminals are locked up for life. That is the only way of protecting our society and deterring young people from life of crime» [9, с. 31].

Зазвичай носії англійської мови використовують дану лексику, щоб надати розповіді більш експресивного та емоційного характеру. Вони є невіддільною складовою іншомовного культурного та історичного спадку, але для нас вони можуть бути складними для сприйняття, оскільки ми не знаємо, який зміст вкладений в той чи інший фразеологізм, за яких обставин та умов він виник. Саме завдяки фразеологічним одиницям формується підґрунтя для розвитку фахового запасу сталих зворотів мови, що стосуються судових процесів, криміналістики, роботи правоохоронних органів, адвокатської діяльності тощо. Наприклад, **stand accused of** – *charged with doing something wrong* (*He stands accused of armed robbery*); **break jail** – *to escape from prison* (*He was jailed for life for murder. The prisoners have broken jail*); **behind bars** – *in prison* (*He is behind bars now*); **be on trial** – *to be charged in a court of law* (*He is behind bars now for armed robbery*); **aid and abet** – *to help somebody in criminal activity* (*He was accused of aiding and abetting the murderer*); **give somebody the benefit of the doubt** – *to give a decision that someone is not guilty of a crime* (*Your duty is to give the defendant the benefit of the doubt*); **assault and battery** – *an attack which includes not only threats but the actual use of violence* (*He is being charged with assault and battery*); **old offenders (hardened criminals)** – *men who have been guilty of many times* (*Putting this young man into prison alongside hardened criminals is the surest way to make him reoffend*) [6, с. 2]. Наведені вище лексичні сполучення надають мовленню користувача особливого семантичного потенціалу. Поєднання у фразеологізмах номінативних та емоційно оцінних елементів дає змогу комунікантам, зокрема фахівцям правоохоронної системи, правникам, учасникам правових процедур використовувати у мовленні лексичні сполучення такого характеру не лише для передавання логічного змісту думки, а й для вираження емоційного ставлення до розгляду відповідних судових справ.

Окрім функціонування лексичних особливостей автентичного фахового матеріалу, граматичний рівень характеризуються низкою як типових і нетипових конструкцій: наявністю складних речень з багатьма складнопідрядними, (*According to the Public Act of Great Britain where 12 or more persons who are present together use or threaten unlawful violence for a common purpose or the conduct of them (taken together) is such as would cause a person of reasonable firmness present at the scene to fear for his personal safety, each of those persons using violence for the common purpose is guilty of riot*); безособових конструкцій (*It is strongly felt by many people that capital punishment is the equivalent of judicial murder*), модальних дієслів, умовних речень, пасивних форм (*The only time that life sentences should be given is when a person is so dangerous that the community is at risk if he or she is let out of prison*), засобів міжфразового зв'язку (*Further more, the death penalty is seen as a savage and an affront to human dignity*) [5, с. 10], що допомагають мовцям реалізувати відповідні комунікативні наміри, при цьому дотримуватися загальної цілісності, послідовності та аргументованості висловлювання. Отже, соціокультурна інформація виражається наявністю в текстах стійких зв'язків і сполучень та відповідних асоціацій, що відображають реальну дійсність та структуру формування та формулювання думки, що властива певній нації [10, с. 10].

Висновки. Немає сумніву, що продуктивний ужиток частин автентичних текстів на фахову тематику під час занять з іноземної мови є важливим матеріалом для навчання розмовного мовлення. Водночас вагомим та цінним є той естетичний потенціал, який за умов урахування змістовних, мовних і методичних якостей даних текстів відображає реальну картину світу, вербальний менталітет народу, мову якого вивчаємо. Набуття мовної професійно-комунікативної компетенції розуміється як формування практичних, когнітивних, освітніх, професійних та соціальних цілей, пов'язаних з реалізацією майбутнього фахівця конкретної спеціальності (у нашому випадку – правоохоронця) у визначеному соціумі. Високий рівень володіння іноземною мовою допомагає реалізуватися молодому фахівцеві під час спілкування з зарубіжними колегами у професійній сфері, підвищує ефективність комунікації, допомагає краще орієнтуватись в робочих ситуаціях. Саме оригінальний, автентичний текст допомагає майбутнім фахівцям правоохоронної сфери максимально наблизитися до реальних умов спілкування іноземною мовою, готує їх до самостійного використання мовних засобів у професійному спілкуванні, формує їх як професіоналів сучасного зразка.

Література:

1. Бегека Д.А. Дидактична схема підготовки магістра іноземної мови до формування міжкультурних комунікативних умінь студентів. *Учені записки Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського*. 2010. Том 23(62). Частина 1. С. 275–279.
2. Мороз Н.В. Формування соціокультурної компетенції як складової професійної підготовки курсантів вищих військових навчальних закладів: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04. Хмельницький, 2007. 234 с.
3. Гречухіна І. Фаховий текст в навчання іноземної мови у вищому навчальному закладі немовного профілю. *Актуальні проблеми навчання іноземних мов для спеціальних цілей: збірник наукових статей*. Львів, 2018. С. 49–53.
4. Наталин В.П. Критерій змістовної автентичності навчального тексту. *Іноземні мови в школі*. 1999. №2. С. 50–52.
5. Березенська Л. І. Гуманкова О. С. Козловська О. І. Автентичний текст – основа формування соціокультурної компетенції учнів загальноосвітньої школи. *Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка*. 2004. №17. С. 9–10.
6. Зеленська О.П. Types of crimes. Навчальний посібник. Київ, 1999. 279 с.
7. Кіржнер С.Е. Навчання майбутніх юристів усного професійно спрямованого англійського монологічного мовлення з використанням автентичного англійського мовлення та автентичної відеограми: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. Київ, 2009. 21 с.
8. Police. John Taylor – Jenny Dooley. Express Publishing. Book 1. 2011. 38 p.
9. Law. Virginia Evans. Jenny Dooley. David J. Smith. Express Publishing. 2011. 39 p.
10. Колодзько Т.М. Формування соціокультурної компетенції майбутніх учителів іноземних мов у вищих педагогічних навчальних закладах: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04. Київ, 2007. 20 с.

Skovronska I., Yuskiv B. Speech and behavioral authenticity of future law enforcement officers at English classes

Summary. The article emphasizes the formation of a foreign-language personality of a student of higher education, which gives him the opportunity to be an effective

participant in intercultural communication in a specific society. Observing the authenticity of educational material and the authenticity of speech behavior of students of higher education is an effective means of increasing motivation and interest in learning and using foreign language colloquial vocabulary, taking into account socio-cultural features, the knowledge of an unknown language culture, and in this way contributes to the formation and perception of discourse in educational and speech, social and everyday situations. Authentic is what we call such discourse, which is qualitative from the point of view of its functioning and the use of those speech mechanisms that contribute to the implementation of communication in natural conditions of existence. The authentic text is characterized by a considerable selection of authentic and common vocabulary, as well as the correct grammatical design of the statement. It reflects the unique flavor of the country, the language of which is studied, as well as information that is interesting and significant for students of higher education and corresponds to their professional direction, needs and interests. Possessing information about a foreign language culture, the user will more easily enter into intercultural contacts with another person. Therefore, the effectiveness of communication between representatives of different cultures lies not only in overcoming the language barrier, but also the intercultural one. One of the means

of implementing these requirements in practice is the use in the learning process of fragments of authentic texts of modern English-language periodicals, which correlate with the personal experience of students of higher education, develop imagination and thinking, and include unfamiliar vocabulary used by native speakers. The use of foreign linguistic and regional studies material in the educational process is an effective means of increasing the motivation to study and use of a foreign language colloquial vocabulary, taking into account socio-cultural features, observing the speech authenticity of future law enforcement professionals. One of the means of implementing these requirements in practice is the use in the learning process of fragments of authentic texts of modern English-language printed publications, which correlate with the personal experience of students of higher education, develop imagination and thinking, and include unfamiliar vocabulary used by native speakers. Possessing the knowledge about the culture of a foreign language, the speaker will more easily enter into intercultural contacts with another person. Therefore, the effectiveness of communication between representatives of different cultures lies not only in overcoming the language barrier, but also the intercultural one.

Key words: speech authenticity, fragment of an authentic text, communicative competence, intercultural contact, speech behavior, language barrier, native speaker.

Соколова О. В.,
orcid.org/0000-0002-0684-2888
аспірант,
викладач кафедри викладання другої іноземної мови
Запорізького національного університету

ПРАГМАСТИЛИСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОФІЦІЙНИХ ПРОМОВ ГЕРХАРДА ШРЕДЕРА

Анотація. Статтю присвячено прагмастилістичним особливостям стратегій і тактик у промовах федерального канцлера ФРН кінця 20-го початку 21-го століття Герхарда Шредера. Це були важкі часи, коли світ змінювався та ускладнювався, не завжди справляючись з наслідками потрясінь 1980–1990-х рр. Спочатку Оксамитові революції та об'єднання Німеччини, а потім розпад СРСР, крах комуністичних режимів повністю перекроїли політичну карту Європи та світу. Уряд Шредера отримав можливість почати історію практично з «чистого аркуша», поставивши зовнішню політику ФРН на рейки «нормальності» та повернувши країні статус «світової держави».

В статті приділено увагу особі політичного діяча Герхарда Шредера, як «мовний особистості», що дає можливість усвідомити не лише важливість опису текстової структури його офіційних промов, але й значущість всебічного дослідження самого феномену оратора. Мовна особистість, безпосередньо «людина-мовець» в її здатності здійснювати певні мовленнєві вчинки, виступає як інтегральний об'єкт вивчення різних напрямів науки про мову, таких як когнітивна лінгвістика, соціо- та етнолінгвістика, політична лінгвістика.

У статті визначено поняття стратегій і тактик у політичному дискурсі. Для досягнення поставленої мети було дібрано 114 прикладів комунікативних тактик Г. Шредера методом наскрізного виписування, згруповано їх у стратегії та зроблено висновок щодо їхніх функцій та впливу на адресата. Виокремлено інформаційно-інтерпретаційну стратегію, що презентована тактикою визнання проблеми та позначення шляхів її вирішення, тактикою розгляду інформації під новим кутом зору та тактикою акцентування позитивної інформації; стратегію стратегії самопрезентації з тактиками ототожнення з народом, неявної самопрезентації, солідаризації. Рідше політик звертається до стратегії на підвищення.

Вдаючись до інформаційно-інтерпретаційної стратегії, Герхард Шредер не тільки повідомляє про проблеми, але й пропонує (і, навіть, спонукає) діяти певним чином. Водночас політик застосовує стратегію самопрезентації, описує свої сильні сторони та наголошує, що він як федеральний канцлер готовий взяти на себе відповідальність за свої слова. В межах стратегії на підвищення канцлер активно використовує тактики подяки, похвали тощо. Завдяки комплексному використанню оратором маніпулятивних стратегій утверджується віра адресата в успішність інтеграційного процесу в Європі. Перспективу подальших досліджень вбачаємо в дослідженні прагмастилістичного аспекту офіційних виступів інших німецьких політиків вищого рангу.

Ключові слова: дискурс політичної промови, комунікативні стратегії і тактики, інформаційно-інтерпретаційна

стратегія, стратегія самопрезентації, стратегія на підвищення, метафора, синоніми.

Постановка проблеми. Проблема ефективності мовної комунікації та мовного впливу є багатогранною та надзвичайно актуальною у сучасній науці. Багато в чому це пов'язано з інтенсивним розвитком політичних, економічних та міжкультурних відносин у сучасному світі, а також із прагненням сучасного суспільства до вдосконалення та розвитку ефективності людської діяльності у всіх галузях.

Ефективне мовленнєве спілкування має особливе значення, коли люди використовують мову для соціально значущих цілей, і в першу чергу, у політиці та дипломатії. Особлива соціальна значущість такої сфери людської діяльності, як політика, робить її об'єктом численних лінгвістичних студій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наявність великої кількості робіт, пов'язаних із дослідженням політичного дискурсу, говорить про високу актуальність вивчення багатьох його аспектів. Дискурс офіційної промови вивчається на матеріалі різних мов і з різних позицій. Серед робіт, присвячених жанру публічної промови слід назвати дослідження Т.С. Комісарової, М.Д. Гулей, М.О. Діденко, М.С. Дорофєєвої, Х. Шойрле. З'явилися дослідження дискурсу конкретного політичного діяча, наприклад, дискурс Б. Обама (О. Запорожець), Дж. Байдена (З.Р. Батринчук), П. Порошенка та В. Зеленського (Павао Єгрович). Проте, не зважаючи на значний інтерес учених до вказаної проблематики, ще недостатньо вивчені саме прагмастилістичні особливості кооперативного політичного дискурсу.

Мета презентованої статті дослідження полягає у виявленні та описі комунікативних стратегій і тактик у політичному дискурсі екс-канцлера ФРН Герхарда Шредера, а також у встановленні та аналізі лексичних, синтаксичних і стилістичних засобів вираження цих стратегій і тактик.

Виклад основного матеріалу. Слід зазначити, що комунікативну стратегію трактують, як правило, як сукупність заходів, що мають на меті ефективний вплив на адресата. Засобами вираження цих стратегій постають комунікативні тактики. Деякі українські вчені, наприклад, В.В. Зірка [1] та О.В. Дмитрук [2] та інші вважають, що терміни «стратегія» й «тактика» є тотожними. На противагу їм, інша група таких дослідників акцентують увагу на різниці значень цих термінів [3; 4]. Так, під стратегією мовленнєвого спілкування розуміють «оптимальну реалізацію інтенції мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучкої їх видозміни в конкретній ситуації» [5, с. 53].

Вчений М.Л. Макаров вважає, що стратегія мовленнєвого спілкування – це ланцюг рішень мовця, комунікативних виборів тих чи інших мовленнєвих дій і мовних засобів [6, с. 193]. Конкретні мовленнєві дії (тактики) у процесі застосування стратегії передбачають вибір тих мовних засобів, які максимально реалізують стратегічний план на деякому локальному рівні» [7, с. 112]. А отже, під тактиками розуміють конкретний етап реалізації комунікативної стратегії, для якого характерний набір прийомів, що визначають використання тих чи тих мовних засобів.

Як було зазначено, вибір мовних стратегій та тактик у ході політичного виступу завжди нерозривно пов'язані з особистістю політика, особливостями його національної культури. Проте, напрацювати єдино правильну класифікацію практично неможливо, адже кожен політик володіє своїм унікальним риторичним портретом, а поряд із ним існують різноманітні жанри політичного дискурсу. Тому цілком виправданим є явище, коли риторичний портрет окремого політика охоплює комплекс характерних лише для нього (частних) стратегій.

Найбільш поширеною в політичних промовах Г. Шредера є *інформаційно-інтерпретаційна стратегія*. Канцлер не просто констатує наявність проблем внутрішньої та зовнішньої політики країни; він всіляко вказує на можливі шляхи їх вирішення. У цьому контексті звертає на себе увагу варіювання тактиками, до яких вдається оратор, інтерпретуючи та пояснюючи проблемні питання.

Зазначимо, що провідною тактикою у реалізації цієї стратегії є тактика визнання існування проблеми та визначення шляхів її вирішення. Промови Г. Шредера починаються часто з окреслення проблеми. Так, європейська інтеграція часто позиціонується як виклик, що вимагає чітко спланованих послідовних дій. Підкреслюється також глобальний характер інтеграції, що вимагає об'єднання зусиль не тільки урядів, але й національних спільнот.

Промови канцлера ФРН звичай містять чіткі (експліцитні) настановлення на подолання труднощів і проблем сьогодення, які виражаються модальним дієсловом *müssen* зі значенням обов'язковості, конструкцією *haben+zu+infinitiv* та дієсловом *sollen*. Лексема *müssen* доповнюється назвами дій, до яких потрібно вдаватися, як то *klären*, *bestimmen* тощо: *Es geht zum Beispiel um die Frage, was denn "Modernisierung" in unserer Gesellschaft heißt, was eine "moderne Gesellschaft" oder auch einen "modernen Staat" ausmacht. (...) Dies hängt damit zusammen, dass wir den Begriff vor dem Hintergrund wirklich radikaler Veränderungen an der ökonomischen Basis unserer Gesellschaft, aber auch in der Gesellschaft selbst, neu klären und bestimmen müssen* [26.01.2004].

В значенні перших двох мовних одиниць актуалізується сема об'єктивного обов'язку. Часто при вживанні *müssen* відсутня вказівка на того, хто несе відповідальність на проведення дій. Тоді має місце пасивна конструкція, а оратор таким чином уникає прямого звернення до адресата.

Das ist die Aufgabe, die diese und die künftigen Generationen von politischen Entscheidungsträgern zu leisten haben werden. (...) Deswegen muss man nicht gleich bei jeder Hürde vom Scheitern reden oder schreiben [12.04.2002]. У випадку з дієсловом *sollen* канцлер нібито нагадує про необхідність відповідних заходів: *Dann muss geklärt werden - das ist auch die Arbeit des Konvents - , wie denn das Verhältnis zwischen der europäischen*

Ebene einerseits und den nationalen Ebenen andererseits auch staatsrechtlich organisiert werden soll [12.04.2002].

Висвітлюючи передумови рішення проблеми, оратор переконує адресата у тому, що його точка зору є єдино правильним рішенням, якого вимагає ситуація. Він вживає при цьому такі комбінації лексико-граматичних засобів, як:

1) дієслово *müssen* + складнопідрядне речення з умовним сполучниковим/ безсполучниковим зв'язком:

Europa muss nach außen zunehmend mit einer Stimme sprechen und eine gemeinsame Sicherheits- und Verteidigungspolitik haben. Gelingt uns das nicht, sind wir nur Beobachter der Globalisierung statt Mitgestalter [06.06.2000].

Das moderne Wissen eröffnet uns außerordentliche Möglichkeiten. Nur wenn wir diese Möglichkeiten auch ausschöpfen, werden wir im internationalen Wettbewerb bestehen [26.01.2004].

2) дієслово *müssen* + прислівник *nur*: *Das dritte mir wirklich wichtige Element ist, dass die gesamte deutsche Gesellschaft spürt, wie wichtig dieser Kampf um der Demokratie willen ist. Wir müssen einen zivilgesellschaftlichen Widerstand gegen diese Erscheinungen mobilisieren. Nur in diesem Dreiklang haben wir die Chance, einen wirklich erfolgreichen Kampf zu führen* [4. September 2000].

3) прислівник *nur (dann)*, який додає умові відтінок категоричності. Сполучення цього прислівника з дієсловом *gelingen* посилює думку про успішність ідей та задумів оратора: *Die europäische Integration kann überhaupt nur gelingen – sie ist übrigens ein Prozess, der noch dauern wird –, wenn sie nicht nur Herzenssache von Politikerinnen und Politikern, von Staatsmännern oder einiger weniger Mitgliedstaaten, sondern Herzenssache der Völker selbst ist. проблема і її рішення* [12.04.2002].

4) складні прикметники з оцінним компонентом: *Mich beschäftigt in diesem Zusammenhang die Frage, wie wir über Nizza hinaus das kurzfristige Ziel einer Reform der Entscheidungsverfahren mit der mittel- und langfristigen Gestaltung der Union verbinden können. Ich halte ein zweistufiges Verfahren für aussichtsreich: (...)*

Імплицитна вказівка на шляхи вирішення проблеми виражається через дієслово *brauchen*. Так, в одній із своїх промов Шредер зазначає про актуальність створення уставу прав європейців: *Dieses Europa muss führbar bleiben. Deshalb müssen bestimmte Aufgaben erledigt werden. Wenn es um die Verfasstheit geht, braucht man einen Katalog von Grundrechten, die für alle Europäer gelten sollen. Da gibt es übrigens eine wunderbare und sehr verdienstvolle Vorarbeit mit der Charta* [12.04.2002]. Він навіть не стільки наполягає, скільки вказує на потребу створити європейський реєстр прав людини.

Ця лексема, як і його контекстуальний синонім *erfordern*, є часто складовою такої стилістичної фігури як персоніфікація. Канцлер вживає її, коли хоче створити ефект безособовості: мов би не конкретний політичний діяч вимагає/прагне чогось, а сама ситуація диктує потребу в цьому: (...) *Dieser gemeinsame Währungsraum erfordert wiederum von Frankreich und Deutschland ein besonderes Maß an politischer Koordination, eine Entschiedenheit bei der Erreichung der politischen Union (...). Denn eines ist klar: Diejenigen, die den Euro beschlossen haben – (...) - , haben ihn zur damaligen Zeit in Kenntnis der Tatsache eingeführt, dass er eine politische Union braucht, wenn er auf Dauer eine der erfolgreichsten Währungen der Welt werden soll* [12.04.2002]. Так, у наведеному прикладі носіями дії є європейський валютний союз та його валюта – євро.

Щоб наголосити на невід'ємності певних дій для досягнення успіху, оратор вживає комбінацію прийменника *ohne* та заперечного займенника *kein*. Остаточним «вердикт» робить конструкція *also gilt: Also gilt: Ohne Innovation kein Wachstum, keine soziale Sicherheit und auch keine Teilhabe. Aber es gilt eben auch: Ohne Teilhabe, ohne soziale Gerechtigkeit, die erst die Fähigkeiten eines jeden Einzelnen mobilisieren - übrigens nicht nur mobilisieren, sondern auch einfordern - , kann, bleiben die Chancen des Wissens nur wenigen vorbehalten und die Potenziale unserer Gesellschaft werden nicht hinreichend genutzt* [26.01.2004].

Іноді Шредер мов готує реципієнта до того, щоб той прийняв його варіант рішення і вдається для цього до тактики розгляду інформації під новим кутом *зору*. Коментуючи актуальний на момент виступу стан речей, канцлер часто проводить паралелі між минулим та сьогоденням. Наприклад, в одній із промов, присвяченій німецько-французьким взаємовідносинам, оратор вміло переходить від історичних засад співіснування двох європейських країн, яке не завжди було безхмарним, до сьогодення і, вживаючи парантезу, робить акцент на важливості останнього: *Zunächst einmal - ich denke, das weiß hier und darüber hinaus jeder: Deutschland und Frankreich tragen eine besondere Verantwortung für die Europäische Union. Das hat historische, aber auch – und das sollte im Vordergrund stehen - vor allen Dingen aktuelle Gründe. Es hat im Übrigen auch ideelle Gründe; darüber wird noch zu reden sein* [12.04.2002].

Численні метафори, вжиті Г. Шредером, свідчать про позитивну динаміку в розвитку європейського регіону, про те, що Західна Європа налаштована на створення, а не на руйнування: *Die Überwindung - das ist die historische Dimension dessen, was man mal Erbfeindschaft zwischen Frankreich und Deutschland nannte – dessen, was dem Kontinent, und zwar dem ganzen Kontinent, so unendlich viel Leid gebracht hat, war und ist einer der Grundpfeiler der Europäischen Union und einer der prinzipiellen Begründungszusammenhänge für die Römischen Verträge* [12.04.2002].

Привертає увагу частотність вживання прикметників та прислівників *historisch, damals, aktuell, modern, jetzig*, які утворюють антонімічні та синонімічні пари. Якщо перші мають більш-менш системний характер, то другі цілком залежать від контексту. По-новому виглядає, наприклад, значення прикметника *modern*: *Modern ist, jedenfalls nach meinem Verständnis, eine Gesellschaft, die alles daransetzt, das grenzenlose Wissen, das wir als Menschheit inzwischen haben, zu nutzen und zu vermehren (...)* [26.01.2004]. Оратор інтерпретує його не просто як «сучасний», «актуальний», а як «наразі важливий». Темпоральна лексема *jetzig* вступає у контекстуальні синонімічні зв'язки з дієприкметником *integriert*: *Wenn ich in diesem Zusammenhang Europa sage, meine ich zunächst das integrierte Europa. Aber da gebe ich Ihnen völlig Recht, Herr Mangold: Es wird darauf ankommen, dass das nicht auf Westeuropa beziehungsweise das jetzige integrierte Europa beschränkt wird* [12.04.2002].

Все це, на думку оратора, свідчить про те, що Європа стала іншою. Наразі це не просто сукупність країн, що у найкращому випадку мирно співіснують одна з одною. Стратегія європейського розвитку ґрунтується сьогодні на цільній співпраці країн на всіх рівнях суспільства та у всіх галузях буття.

Важливою стратегією політичного дискурсу Г. Шредера є *стратегія самопрезентації*, яка реалізована тактикою ототожнення або ідентифікації політика з народом, наприклад: *Wir, die Deutschen, sind an einer zügigen Erweiterung nach Osten*

interessiert. Wir sind es übrigens nicht nur wegen des politischen Projektes Europa, sondern wir sind es auch aus einem eigenen nationalen ökonomischen Interesse heraus [04. 09. 2000].

Канцлер демонструє свою активну політичну позицію, і, виступаючи від імені народу, зазначає про свої *наміри* та плани. Для цього він вживає конструкції на кшталт *im Begriff sein* або модальне дієслово *wollen*:

In diesem Sinne sind wir heute im Begriff, eine neue Stufe der Modernisierung zu nehmen, und zwar, indem wir die Förderung wissenschaftlicher Erstklassigkeit mit der Innovation unserer sozialen Verantwortung verbinden [26.01.2004].

Wir wollen also, dass Europa die wachstumskräftigste, die am meisten dynamische, jedenfalls die innovativste Region wird. Europa ist aufgrund seiner großen geistigen und wissenschaftlichen Tradition dazu fähig [26.01.2004]

Значно рідше вживається презенс повнозначного дієслова у функції модального зі значення наміру: *In einem ersten Schritt reformieren wir in Nizza die europäischen Entscheidungsverfahren und verabschieden die Grundrechtscharta als politische Proklamation* [4. September 2000].

Як бачимо, у наведених прикладах політик ототожнює себе з німецьким народом, постає пересічним громадянином завдяки використанню лексем *wir, zusammen*. А вживання парантези *„ich rede jetzt über Deutschland“* демонструє готовність політика відповідати за всю країну. Мета тактики ототожнення – не тільки об'єднати слухачів з автором, а й викликати довіру та симпатію у виборців, сформувати в адресатів відчуття єдиного народу, до якого належить і канцлер.

Подекуди стратегія самопрезентації обмежується «сухим» викладенням досягнень уряду та самого канцлера і нагадує більше звіт: *Die Bundesregierung hat den Reformstau in unserem Land aufgelöst bzw. ist dabei, die Reste dieses Reformstaus zu beseitigen* [4. September 2000]. Щоб утримати увагу адресата, оратор вдається до вживання лексики з семантикою розвитку та граматичних конструкцій, презентованих часовими форм, що демонструють актуальний (позитивний) стан речей (презенс) або здобутки минулого (перфект):

Und indem wir auf allen Ebenen die Anwendung der Forschung und des Wissens verbessern, aber eben auch den Zugang zum Wissen verbreitern und vertiefen [26.01.2004]

Wir haben im vergangenen Jahr gezeigt, dass wir zu Reformen fähig sind, auch wenn die Umsetzung mit vielen Schwierigkeiten verbunden ist [26.01.2004].

Події та явища, що репрезентовані у промовях Шредера, характеризуються позитивно завдяки вживанню відповідних прикметників та словосполучень: *Übrigens: Im Kulturellen - weil wir gerade dabei sind - ist 1992 Arte entstanden, ein Sender mit einer Vielfalt höchst differenzierter Themen von hohem Interesse und hohem intellektuellen Anspruch, ein Sender also, der eine deutsch-französische Perspektive und das, was sie inhaltlich bedeutet, tagtäglich in die Wohnzimmer bringt* [12.04.2002].

Водночас політик активно використовує особовий займенник *ich*: *Da ich nun sozusagen «all-zuständig» bin, darf ich auch über dieses Thema - wie übrigens auch über andere Themen - reden. Alle gelegentlichen Mutmaßungen, die damit verbunden werden, sind schlicht falsch* [26.01.2004]. Такі конструкції позиціонують канцлера як сильну особистість, яка має викликати довіру. Особливу роль при цьому відіграє присвійний займенник *mein*: *Meine Regierung hat zusammen mit unseren Partnern*

für den immer größer werdenden Erfolg von Hans Blix und seinen Mitarbeitern hart gearbeitet [12/2003].

Наступний приклад демонструє тактику неявної самопрезентації канцлера, яка реалізується оратором опосередковано через представлення себе у вигідному світлі: *Ich habe zu einem frühen Zeitpunkt sehr bewusst die Bewerbung von Valéry Giscard d'Estaing für den Vorsitz in diesem Konvent unterstützt. (...) Ich habe seine Bewerbung also nicht nur der Person wegen unterstützt, sondern weil es auch ein Stück Demonstration, wenn Sie so wollen, der deutsch-französischen Zusammenarbeit werden und sein sollte* [12.04.2002].

Вживання прикметника *sicher* виконує ту саму функцію, що й займенник *ich* та сприяє реалізації тактики запевнення: *Ich bin sicher: Gemeinsam können wir es schaffen, optimale Rahmenbedingungen für eine solche Innovationsoffensive zu schaffen. Die Bundesbildungsministerin hat in ihrer Rede einige sehr präzise Ankündigungen gemacht, und ich unterstreiche das, was sie gesagt hat, ausdrücklich. Sie können sicher sein, dass die Bundesregierung zu ihren Ankündigungen stehen wird* [26.01.2004].

Щоб заручитися максимальною довірою європейської аудиторії, Г. Шредер апелює до основних європейських цінностей – миру, єдності, добробуту та безпеки. Тактика солідаризації належить до найпоширеніших у політичному дискурсі й передбачає об'єднання навколо конкретної проблеми. Ця тактика належить до найпоширеніших у політичному дискурсі й передбачає об'єднання національної спільноти навколо конкретної проблеми. Політик у такому разі не протиставляє себе народу і, а постає разом з аудиторією, розв'язуючи проблему, тобто є не владою, а частиною німецького народу. Тому дуже доцільним є вживання канцлером парантези у наступному прикладі: *An dem Einsatz der NATO sind auch Soldaten der Bundeswehr beteiligt. So haben es Bundesregierung und der Deutsche Bundestag beschlossen – in Übereinstimmung mit dem Willen der großen Mehrheit des Deutschen Volkes* [24. März 1999]

Слід зазначити, що тактика солідаризації /єднання покликана встановити контакт між політиком та аудиторією через акцентування уваги реципієнта на спільних інтересах. Це стосується не тільки національних, але й міжнародних інтересів: *Wir wissen, dass sich das alles unter dem Aspekt der Globalisierung und Internationalisierung vollzieht. Aber auch das, was wir seit dem 11. September so bitter verspürt haben, sind neue Herausforderungen – Herausforderungen, die wiederum auch mit Europa zu tun haben. Denn diese Herausforderungen können wir nur gemeinsam bewältigen. Wir können sie wirklich nur bewältigen, wenn wir zu immer intensiveren Formen der regionalen Zusammenarbeit, naturgemäß aber auch der internationalen Zusammenarbeit kommen* [12.04.2002]. У наведеному прикладі мовець апелює до адресата, тобто до європейського загалу, із закликом до об'єднання. При цьому він підкреслює важливість спільних дій, які не тільки зроблять внесок у процес глобалізації, але й сприятимуть інтернаціоналізації суспільно-економічних процесів на континенті.

Наступною за частотністю у промовах Г. Шредера є **стратегія на підвищення**. Вона реалізується через тактику наведення аргументів, які висвітлюють досягнення адресанта чи інших осіб (попередників тощо). Оратор використовує тактику аналіз-«плюс», засновану на фактах, що передбачають імпліцитне вираження позитивного ставлення до ситуації або до осіб: *Allein im Zeitraum von 1993 bis 1998 haben sich die deutschen*

Exporte nach Estland mehr als verdreifacht. Ein klares Zeichen der Expansion und Aufnahmefähigkeit der estnischen Wirtschaft, aber auch der zunehmenden Verflechtung zwischen unseren Volkswirtschaften [06.06.2000].

Активно використовується тактика похвали, вживаються іменники / словосполучення з конотацією зразковості та цінності. У наступному прикладі канцлер повідомляє про перспективи співробітництва Німеччини і Франції: *Es ist eine Zusammenarbeit, die oft genug und nicht ohne Grund als nachahmenswertes Vorbild für eine erweiterte europäische Zusammenarbeit gesehen worden ist* [12.04.2002].

Estland hat damit einen wertvollen Beitrag zur Überwindung der Spaltung Europas geleistet [06.06.2000].

Значущими для реалізації цієї тактики є лексеми зі значенням розвитку та динаміки: *Die Stadt - das wissen Sie so gut wie ich - beherbergte bis zuletzt französische Soldaten, die von ehemaligen Befreiern zu Partnern geworden sind, nicht zuletzt in dieser Stadt und durch diese Stadt. Das Frankreich-Zentrum - darauf ist bereits hingewiesen worden - hat sich hier außerordentlich positiv entwickelt und weit über Freiburg hinaus einen hohen Rang, was die Kompetenz angeht, auch zu deutsch-französischen Fragen Stellung zu nehmen* [12.04.2002].

Досягнення на шляху європейської інтеграції зображуються канцлером метафорами, які передають довгоочікуваність сподівань та прагнень: *Zuletzt - auch das sollte die kulturelle Dimension unterstreichen - haben Präsident Chirac und ich im vergangenen Jahr in Berlin die Deutsch-Französische Filmakademie ins Leben gerufen. Ich denke, auch dieses Kind muss zum Wachsen und Gedeihen gebracht werden* [12.04.2002].

Зазначені мовні засоби знаходять своє вираження у фрагменті виступу, де Шредер висловлюється з приводу співробітництва Німеччини та Франції у військовій галузі. Тут вживається не тільки прикметник *beispielhaft*, але й іменник *Schritt*, що є метафорою зі значенням розвитку/ прогресу: *Die Deutsch-Französische Brigade, die 1989 gegründet wurde, war, wie sich jetzt herausstellt, ein erster und außerordentlich wichtiger Schritt zur Bildung des Eurokorps ein paar Jahre später. Das wiederum ist Voraussetzung oder beispielhaft dafür gewesen, was sich jetzt langsam herauskristallisiert, nämlich die Schaffung einer europäischen außen- und sicherheitspolitischen Identität* [12.04.2002].

Дії окремих політиків позитивно оцінюються канцлером за допомогою лексем зі значенням раціональності, обережності і, одночасно, рішучості: *Exakt das ist der Inhalt der Resolution 1368 der Vereinten Nationen. Ich finde, es ist auch richtig, in dieser Situation festzustellen, dass die Vereinten Nationen in den letzten Monaten eine wirklich beeindruckende Rolle gespielt haben. Sie sind gestärkt worden. Das ist sicher Ergebnis des Willens der Völkergemeinschaft. Das ist aber auch und vor allem Ergebnis einer behutsamen, klugen, aber gleichwohl entschiedenen Politik des VN-Generalsekretärs Kofi Annan* [22.12.2001]. Справжній політик, на думку Шредера, має бути не тільки принциповим, але й гнучким та дипломатичним: *... mutiges und zugleich verantwortungsvolles Streben nach Freiheit und Demokratie brachte ihnen 1991 die Unabhängigkeit wieder - ohne Blutvergießen. Es trug zugleich zum Ende der kommunistischen Diktaturen in Mittel- und Osteuropa bei.* [06.06.2000].

В період становлення Євросоюзу дискурс політичних промов Г. Шредера характеризується використанням інформацій-

но-інтерпретаційної стратегії, що презентована в основному тактикою визнання проблеми та позначення шляхів її вирішення, тактикою розгляду інформації під новим кутом зору і, незначною мірою, тактикою акцентування позитивної інформації. Ця стратегія вдало поєднується з елементами стратегії самопрезентації (тактикою отождолення з народом, тактикою неявної самопрезентації, тактика солідаризації) та стратегією на підвищення. Такий підхід є досить ефективним під час розбудови Євросоюзу, оскільки сприяє не тільки зближенню європейських країн, розвитку плацдарму для ефективного співробітництва, але й зміцненню довіри громадськості до уряду та канцлера і підтримки нею проголошеного політичного курсу країни.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо в дослідженні прагматистичного аспекту німецькомовного політичного дискурсу на матеріалі офіційних промов сучасного канцлера ФРН Олафа Шольца.

Література:

1. Зірка В. В. Мовна парадигма маніпулятивної гри в рекламі: Автореферат дис. канд. філол. наук: 10.02.04 / Київськ держ. лінгвіст. унів.-т. Київ. 2005. 24 с.
2. Дмитрук О. В. Маніпулятивні стратегії в сучасній англомовній комунікації (на матеріалі текстів друкованих та Інтернет-видань 2000-2005 рр.): Автореф. дис.канд. філол. наук: 10.02.04 / Нац. ун-т ім. Т.Шевченка. Київ. 2006. 19 с.
3. Одинцов В. В., Кожин А. Н. и др. Композиционные типы речи. *Функциональные типы русской речи*. 1982. С. 130–210.
4. Формановская Н. И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. Москва. 2002. 212 с.
5. Бацевич Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики. Київ. 2004. 342 с.
6. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. Москва. 2003. 280 с.
7. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русского языка. Москва. 2008. 288 с.
8. <https://www.t-online.de/gerh...> GerhardSchröder: News Reden Interviews Texte Regierungserklärungen

Sokolova O. Pragmastic features of official speeches of gerhard schroeder

Summary. The article is devoted to the pragmatic features of strategies and tactics in the speeches of the Federal Chancellor of the Federal Republic of Germany at the end of the 20th and the beginning of the 21st century, Gerhard Schroeder. These were difficult times, when the world was changing and becoming more complicated, not always coping with the consequences of the upheavals of the 1980s

and 1990s. First, the Velvet Revolution and the unification of Germany, and then the collapse of the USSR, the collapse of the communist regimes completely redrew the political map of Europe and the world. Schroeder's government got the opportunity to start history almost from a "clean sheet", putting the foreign policy of Germany on the rails of "normality" and returning the country to the status of a "world power"

The article focuses on the personality of the political figure Gerhard Schröder as a "linguistic personality", which makes it possible to realize not only the importance of describing the textual structure of his official speeches, but also the importance of a comprehensive study of the orator's phenomenon itself. Linguistic personality, specifically "human speaker" in his ability to perform certain speech acts, acts as an integral object of study of various areas of language science, such as cognitive linguistics, socio- and ethnolinguistics, political linguistics.

The article defines the concepts of strategies and tactics in political discourse. To achieve the goal, 114 examples of H. Schroeder's communicative tactics were selected by the method of end-to-end writing, they were grouped into strategies and a conclusion was made regarding their functions and impact on the addressee. The information-interpretive strategy, which is presented by the tactics of recognizing the problem and indicating the ways to solve it, the tactics of considering information from a new angle and the tactics of emphasizing positive information, is singled out; the strategy of the strategy of self-presentation with the tactics of identification with the people, implicit self-presentation, and solidarity. Less often, a politician turns to a promotion strategy.

By resorting to an information-interpretive strategy, Gerhard Schröder not only reports on problems, but also suggests (and even encourages) action in a certain way. At the same time, the politician uses a strategy of self-presentation, describes his strengths and emphasizes that he, as the federal chancellor, is ready to take responsibility for his words. As part of the promotion strategy, the chancellor actively uses the tactics of thanks, praise, etc. Thanks to the speaker's complex use of manipulative strategies, the addressee's faith in the success of the integration process in Europe is confirmed. We see the prospect of further research in the study of the pragmatist aspect of the official speeches of other high-ranking German politicians.

Key words: political speech discourse, communicative strategies and tactics, information and interpretation strategy, self-presentation strategy, promotion strategy, metaphor, synonyms.

*Стежко Ю. Г.,**кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри іноземних мов за фахом
Національного авіаційного університету*

АЛЮЗИЯ В ПУБЛІЦИСТИЦІ ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ НАРАТИВІВ

Анотація. Постмодерністські новації в організації нарративу проявилися в широкому застосуванні стилістичного прийому алюзії як особистісної інтерпретації дійсності. Стрімке зростання ролі mass media у формуванні суспільної свідомості й обумовило потребу дослідження алюзії.

У статті порушується проблема інтертекстуальності алюзії як тексту в тексті та її латентної смислової наповненості. Наводяться визначення алюзії, її різновиди та характеристика зв'язків із прецедентними текстами. На конкретних прикладах розкриваються відмінності алюзій, цитатій та ремінісценцій. Зауважується, що особливість алюзій полягає у тому, що їх декодування, на відміну від інших стилістичних засобів, потребує рефлексії щодо імпліцитно вираженого прецеденту. Розкривається мовно-культурне значення алюзії. Зазначається, що в постмодерністській концептуалізації заперечується фіксована значущість тексту, що смисл тексту твориться у процесі читання як декодування алюзії крізь призму модусу буття особистості, ментальної репрезентації досвіду. За своєю специфікою публіцистика не припускає іншого смислового наповнення нарративу, ніж це передбачено інтенцією наратора. Алюзії надають можливість втілення авторських інтенцій у нарратив, які стають підставою формування читачем симулякра дійсності - постправди. За вдало обраної фокалізації нарративу алюзія як стилістичний прийом публіцистики постає ефективним засобом соціальної інженерії. В такий спосіб досягається об'єктивація журналістської суб'єктивності у суспільну свідомість.

Звертається увага, що алюзивна форма вираження нарративу підсилює рецепцію емотивністю та забезпечує бажане наратору оціночне сприйняття. Відзначається обумовленість свободи слова у публіцистиці відповідальністю за дотримання національних інтересів. Наводяться запобіжники від зловживань політикою лібералізму у сфері інформації, від маніпулятивного використання mass media.

Ключові слова: алюзія, інтертекстуальність, постмодернізм, нарратив, декодування, фокалізація.

Постановка проблеми. Демократичні зрушення у галузі інформаційної політики обумовили медіократизацію суспільства. Зростання ролі mass media значною мірою посприяли розквітанню журналістської креативності, винахідливості у застосуванні стилістичних прийомів інтерпретації дійсності. Тож якщо за часів модерну сферою ужитку алюзії була, головню, художня література, то з експансією постмодернізму у галузь інформаційної культури алюзія як спосіб нарративного подання інформації набула свого поширення і на публіцистику. Постмодерністський вплив істотно змінив характер суспільно-політичного дискурсу, відбулася переоцінка цінностей, зросла роль публіцистики в діалозі влади та суспільства. Як засвідчив аналіз публікацій на суспільно-політичні тематику,

алюзія своєю популярністю завдячує здатності надати художнього забарвлення сухому стилю публіцистики, завдяки чому латентний смисл нарративу краще сприймається та закарбовується у пам'яті читача.

В привабливій, колоритній стилістичній обгортці алюзії за вдало обраного способу організації повідомлення (скажімо, focalization externe, за класифікацією G. Genette) читач наслідую журналістський нарратив.

Отже, «allusion is a powerful writing technique that can help you connect with your audience» [1]. Таким чином алюзії надають можливості наратору підносити власну суб'єктивність на рівень суспільної свідомості. На тлі зростання ролі mass media у формуванні суспільної думки загострюється потреба в дослідженнях стилістичних прийомів публіцистики, зокрема, алюзії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукової літератури засвідчив увагу до проблеми алюзії з боку ряду відомих вчених. Зокрема, варто звернути увагу на здобутки таких вчених як Ю.С. Васейко, Т.В. Кібальнікова, К.К. Нечаєва, Н.В. Никашина, Н.О. Сунько, Н.Д. Супрун, О.І. Єгорова, Ю.В. Крапива, P. Lennon, C. Stein. Утім, на наш погляд, низка питань залишаються дискусійними, зокрема, функціонування та класифікація алюзій, їх ужиток та декодування. Недостатньо висвітленими видаються й особливості перекладу алюзивної інформації.

Мета дослідження. Метою нашої розвідки є висвітлення алюзії як стилістичного прийому публіцистики у формуванні суспільної свідомості.

Методи. У запропонованій розвідці застосовуємо такі загальнонаукові методи як метод експертних оцінок, сходження від абстрактного до конкретного, дескриптивний метод лінгвістики.

Методологічною основою дослідження маємо постмодерністську концептуалізацію лінгвістики та сучасну наратологію.

Виклад основного матеріалу. Кожне дослідження має ґрунтуватися на чіткому розумінні основних понять. Тож насамперед спробуємо окреслити основні ознаки алюзії. У первісному значенні поняття «алюзія» (від латинського «alludere») можна тлумачити як грайливість, кепкування, глузування. Наразі ж поняття «алюзія» за усієї її вагомості у смислового наповненні тексту не отримало однастайності щодо визначення. Проте з усього розмаїття визначень нам імпонують влучні формулювання, наведені О. Селівановою та С. Stein, які ми й візьмемо до уваги. Алюзія, – пише О. Селіванова, – це «вияв текстової категорії інтертекстуальності, прийом художньої виразності, що змістовно збагачує текстову інформацію, створюючи чисельні асоціації за рахунок явного натяку на події, факти, реальних осіб, інші тексти, їх персонажів» [2, с. 25]. За С. Stein, «allusion is an implied or indirect reference to a person,

place, event, or circumstance in your writing. With allusion, you don't ever specifically say what the reference may be. Instead, you hint or suggest at what you may be referencing» [1].

Аналіз наведених та інших дефініцій аллюзії дозволяє окреслити істотне в характеристиці аллюзії, а саме – імпліцитне посилення читача до національно-культурного чи інтернаціонального культурного, історичного, художнього, політичного тощо тексту. Практично усі дослідники аллюзії пов'язують її осмислення із так званими прецедентними текстами (текстами-референтами), відзначають інтертекстуальність як ключову характеристику аллюзії. Інтертекстуальність, за словами французької дослідниці Ю. Крістєвої (Kristeva Yu.), означає, що «будь-який текст вбирає у себе інший текст і є реплікою у його бік» [3]. Аллюзія передбачає посилення читача до прецедентного тексту, за що її справедливо визнають текстом у тексті. «Будь-який текст це вбирання та трансформація якогось іншого тексту» [3].

Розглядаючи сутнісну рису аллюзії, таку як інтертекстуальність, не варто залишати поза увагою її схожість з іншими стилістичними прийомами, які також передбачають інтертекстуальні зв'язки і також широко застосовуються для популяризації публіцистики. Аллюзію досить часто уподібнюють то до ремінісценції, то до цитаті. Утім, за усієї схожості зазначених стилістичних форм усе ж вони розрізняються як за виразністю, так і за інтертекстуальністю. Аллюзія не є безпосереднім переказом текстового фрагменту, як це маємо у цитаті, а є лише натяком на нього. «Аллюзія відрізняється від цитати тим, що аллюзивне запозичення має імпліцитний зв'язок з текстом-донором шляхом асоціацій» [4, с. 253]. Дослідниця Н. Сунько за критерій відмінності визнає фактор дослівності, кажучи, що «цитата – це дослівна одиниця відтворення претексту, аллюзія – згадка слова або фрази з претексту» [5, с. 38]. І далі. «Цитатою, – пише вона, – вважають відтворення певного уривка претексту, тоді як аллюзією – покликання не на певний текстовий фрагмент, а на ситуацію, виражену в претексті в цілому або його певній частині» [5, с. 38]. Відтак поняття «аллюзія» і «цитатація» хоч і мають спільне – інтертекстуальний зв'язок із текстом-донором – проте різняться способом рецепції.

Ще більш тонка, ледве помітна межа відділяє аллюзію від ремінісценції, що становить підставу для їх ототожнення. Відмінність між ними полягає у тому, що ремінісценція, на відміну від аллюзії, становить апріорно визначене, психологічно усталене зіставлення аллюзивної інформації із прецедентним текстом. Наприклад, читаємо в інтернеті: «Добре відомий серіал про доктора Хауса є, звісно ж, аллюзією (виділено нами – Ю.С.) на відомого детектива Шерлока Холмса авторства А. Конан-Дойля. Навіть їхні імена перегукуються – Хаус і Холмс, і не тільки їхні (Вілсон та Ватсон, ще й обидва медики)» [6]. Але наскільки правомірним таке зіставлення можна визнати аллюзивним? Як на нас, то за усієї схожості з аллюзією, зазначений авторкою зв'язок між творами підпадає радше під визнання серіалу про доктора Хауса ремінісценцією твору А. Конан-Дойля, позаяк зв'язок виявляється експліцитно, в той час як декодування аллюзії потребує рефлексивного мислення – імпліцитної ретроспекції прецеденту. Але для нашого дослідження головними є не відмінності аллюзії від цитаті та ремінісценції, а її комунікативний потенціал, спроможність впливати на читача.

Отже, аллюзія як лексема чи фразема сама по собі не має комунікативного смислу, зв'язок із читачем здійснюється притаманною їй інтертекстуальністю. «The meaning of a text

is not comprised of the words and phrases in the text, but rather develops through an interactive process between the reader and the text» [7, с. 4]. При цьому автор тексту не вдається до пояснень аллюзії, а покладається на актуалізацію читачем знань прецедентних текстів. Осягнення закодованого в аллюзії смислу відбувається через рефлексію читача щодо імпліцитного посилення до денотату з прецедентного тексту.

Спектр різновидів аллюзій доволі широкий – як з огляду на їх орієнтованість на різні соціальні групи читачів публіцистики, так і розмаїття прецедентних текстів. Як правило, прецедентний ресурс публіцистики становлять літературні, релігійні тексти та історичні події, міфи та промови відомих політиків, державних діячів, антропоніми, топоніми. Наприклад, для аллюзивного позначення певних політичних подій чи характеристики персоналії у політичних текстах відзначається широке залучення як прецедентів біблійних на кшталт «тридцять срібняків» (натяк на зрадництво), «Вавилон» («Вавилон 17» «Вавилон ХХ» «Повернення до Вавилону») в різних смислових інтерпретаціях біблейського «змішування мови». Так само прецедентами є фразеологізми з історії «Троянський кінь», «Клондайк» (наприклад, «Троянський кінь» вже на кордоні), «Український Клондайк» [8, с. 18], натяк на підступність, загрозу). Можна згадати приклади ужитку номінативних антропонімів на кшталт «Рокфеллер» (натяк на багатство), «Сократ» (натяк на мудрість), топонімів: «Содом і Гоморра», «Помпеї» тощо.

Аллюзія – стилістичний прийом, який здатен більш тонко та повно передати усі відтінки гумору, іронії, гротеску, ніж інші стилістичні прийоми. Власне ця її характерна риса й закарбована в первісному визначенні – з латинського «alludere». Ця особливість аллюзії яскраво проявляється у художніх творах. Чудовою ілюстрацією тонкої іронії аллюзії маємо новели О. Генрі. «Тоді ця дама, – кажу я Енді, – вступає в герць з владою Вашингтона з арсеналом п'ятдесяти листів нерозбірливої писанини авторства члена Кабінету, які слали їй, коли їй було п'ятнадцять, вкупі з рекомендаційним листом від бельгійського короля Леопольда» [6]. Письменник іронічно характеризує героїню, натякаючи на репутацію бельгійського короля Леопольда II як відомого ловеласа. (Новели О. Генрі рясніють аллюзіями, а досить часто і самі стають прецедентними текстами в публіцистиці). Осмислення усієї глибини іронії застосованої О. Генрі аллюзії передбачає знання читачем європейської літератури, історії, культури та здатність до сприйняття витонченої іронії автора щодо героїні.

Задля ілюстрації аллюзивних посилань до промов політиків та політичних публікацій можна навести заголовок статті Т. Engelhardt «America Isn't 'Back.' Here's Why» [9], надрукованої у журналі «The Nation», July 28, 2021, у якому безпомилково вгадується натяк на передвиборчі тези президента. Або ж «Famous Allusion Example: I Have a Dream by Martin Luther King, Jr. The Martin Luther King speech *I Have a Dream* begins like this: "Five-score years ago a great American in whose symbolic shadow we stand today signed the Emancipation Proclamation." The use of "Five-Score years ago" in the first sentence alludes to another popular speech by President Abraham Lincoln nearly 100 years earlier» [1]. Аллюзивний текст і прецедентний текст виражають спільну сутність наративу – американський расизм (змінюється лише суб'єктність фразеологізму «*I Have a Dream*»).

Значну роль у публіцистиці відводиться конотації аллюзії, яка становить свого роду другий план. Аллюзивна форма

вираження інформації, разом зі змістом нарративу, містить емотивність, яка підсилює його рецепцію. Наприклад, у фрагменті «prisoners are still being held in Guantanamo, that offshore Bermuda Triangle of injustice...» [9], окрім інформації щодо місцезнаходження в'язнів закладена у тексті алюзивність алегорично доповнює повідомлення емотивним забарвленням, обумовленим репутацією в'язниці Гуантанамо. Так само застосована алюзія у фрагменті тексту «would an Iraqi mushroom cloud have one day risen over New York or some other American city?» [9] навіє екзистенціаль страху, натякаючи на можливе застосування Іраном ядерної зброї.

Стилістичний прийом алюзії супутньо забезпечує бажане наратору оціночне судження щодо предмету, натяку, що обумовлює її популярність у публіцистиці. При цьому вважається, що для представників різних соціальних груп оціночне судження може різнитися, адже «for all people the mechanism of 'encryption' and 'decryption' is different and depends on various reasons, one of which is the different psychology of people» [10, с. 27]. Ми вдалися до широкої ілюстрації інтертекстуальності з тим щоб висвітлити специфіку декодування алюзії.

Дійсно, декодування алюзії проходить крізь свого роду густе сито ментальної репрезентації досвіду, екзистенційного світу читача та лише зрештою прочитане закарбовується у його свідомості. Але журналістам як нікому іншому відома схильність пересічного читача до так званої «економії мислення», відданість простим рішенням. Тож у наведеному прикладі повідомлення про в'язнів Гуантанамо алюзивно закладений потенціал негативізму в оцінці режиму в'язниці - за вдало організованого повідомлення воно не допускає інших асоціацій, окрім закодованих у наративі читача.

На практиці журналістський нарратив у публіцистиці завжди є конструкцією соціальної інженерії, адже «в наративі проявляється характер, емоційні стани мовця, його «стратегія», тобто. вплив на читача чи слухача. У наративі важливою є не стільки сама історія, скільки думка автора історії...» [11, с. 22]. А точка зору наратора підноситься читачеві, як правило, з позицій об'єктивного оповідача (focalization externe). Насправді ж нарратив у публіцистичному формулюванні не є оповіддю неупередженого спостерігача, в наративі виявляється уся суб'єктивність оповідача, стратегія впливу на читача.

Але декодування алюзії зверненням читача до прецедентного тексту не є дзеркальним відтворенням його смислу. Постмодернізм не визнає фіксованої значущості тексту. Актом творення смислу визнається читання. Насамперед тому, що «when we use allusion in our writing, we may hint at something or casually mention something, but we never go into details or specifics. Instead, we leave it up to the readers to make a connection to the implied reference» [1]. У смислотворенні вважається головним не те, що сказав оповідач, а чого він не сказав. Такою є реальність постмодернізму, за Ж. Деррідою. Вважається, що читач сам доміслить алюзію, виходячи із власних переконань та почуттів. Проте у публіцистиці не усе так очевидно.

Погодьмося, що актом творення смислу є читання, але напрошується питання: наскільки читач самостійний у творенні смислу (який у публіцистиці віддається на розсуд читачеві)? Відповідь – самостійність є у можливості творити постправду (post-truth) як симулякр дійсності. Постправда є феноменом психіки людини як глибоко закарбоване переконання. Більш докладно технологія формування постправди

висвітлена у [12]. Мусимо визнати, що в публіцистиці не те соціальне призначення, щоб поступатися читачеві прерогативою у творенні смислу нарративу. В публіцистичних текстах, як правило, використовується однозначна референція, значно рідше – безвідносна (невизначена) референція. Читачеві за вдало застосованою алюзією та організацією нарративу не залишається простору для його інтерпретації. Тож стосовно публіцистики сумнівним видається твердження F. Marmolejo-Ramos et al.: «What is most remarkable, and often not realized, is that the words on the page merely provide the scaffolding for the meaning of a text. The lion's share of a text's meaning is actually constructed by the reader» [7, с. 4]. Але та левова доля сенсу, яка вважається творінням читача, насправді виявляється технологічно сконструйованою наратором підставою для творення постправди як суб'єктивної інтерпретації уже інтерпретованої журналістами дійсності. Особливість публіцистики у тому й полягає, що її наративи орієнтовані на людину переконань, а не на шукача істини. Формуючи постправду, читач переконується в оволодінні істиною – відбувається самозомбування. Публіцистичні тексти за своїм призначенням формування суспільної думки не залишають читача наодинці перед невизначеністю, свободою інтерпретації журналістського нарративу.

Технологічно конструювання нарративу визначається застосуванням певного типу focalization з розрахунку на ментальність та інтелектуальний рівень читачького соціуму. Скажімо, широко уживаному в українських mass media для алюзивного позначення політичної позиції фразеологізму «між крапельками» можна надати як позитивного, так і негативного конотативного забарвлення в залежності від способу організації повідомлення та контексту. Тож маємо тримати в полі зору, що алюзія у публіцистиці це щось більше, ніж просто художній засіб надати тексту привабливості. «Майже кожен журналістський словотвір знаходить свій відгук у свідомості читачів, незалежно від його відповідності щодо відображення реального стану речей, і надалі він уже живе своїм життям у несвідомому в якості стереотипу сприйняття дійсності» [13, с. 16]. Вдало вкраплена в наратив алюзія постає потужним засобом соціальної інженерії, здатним за одних намірів проінформувати читача, а за інших – обумовити феномен постправди, ввести читача в оману. Тож національним публіцистам доводиться спростовувати фейки, які розповсюджуються недружніми до України засобами інформації.

Вагомість алюзії як засобу впливу на суспільну свідомість, небезпека поширення фейкових нарративів про українську дійсність варто оцінювати з точки зору доцільності цензурування контенту та відповідальності за відомим принципом – «не нашкодь». Журналістська етика передбачає бачення взаємозв'язку між «суб'єктивним наміром та об'єктивним наслідком», «свободою та відповідальністю», розуміння того, що «дійсна свобода не є благом («ми прокляті нашою свободою», – Ж.-П. Сартр), адже вона пов'язана з тягарем відповідальності» [14, с. 69]. Політична відповідальність публіциста полягає в усвідомленні того, що нарратив як вияв суб'єктивної думки неминуче отримає суспільну оцінку. На жаль, журналісти схильні багато говорити про свободу слова, але мало про відповідальність, а, як відомо, професіоналізм журналіста оцінюється за наслідками його діяльності.

Отже, лібералізація інформаційної політики, вагома роль mass media у формуванні суспільної думки обумовлюють потребу: по-перше, вдосконалення нормативно-правової основи функціонування інформаційних джерел включно з пра-

вом держави на цензурування та заборону; по-друге, запровадження заходів щодо формування високої інформаційної культури суспільства; по-третє, завоювання довіри до національних засобів масової інформації на засадах високої відповідальності та моральності публіцистів. Читач публіцистики має бути свідомим того, що «вірні слова не витончені. Красиві слова не заслуговують на довіру» [15]. Алюзії в публіцистиці передаються, як правило, вражаючи красивими словами.

Висновки. Таким чином, алюзія в публіцистиці становить потужний засіб інформаційного забезпечення суспільства. Її потуга як важеля формування суспільної свідомості криється у комунікаційній ефективності дописувача із читачем. Характерна для алюзії легкодоступність, привабливість форми представлення нарративу розкриває широкі можливості реалізації авторських інтенцій як об'єктивізації на читацький загал суб'єктивної інтерпретації дійсності. Зазначене накладає особливу відповідальність на публіциста за наслідки його професійної діяльності. Критерієм рівня професіоналізму журналіста є відповідність наслідків діяльності національним інтересам, служіння незаперечній цінності - державній суверенності.

Запропоноване нами дослідження з ужитку алюзії у публіцистичних практиках має посприяти визначенню заходів правового характеру щодо вдосконалення національної інформаційної політики.

І насамкінець. Наше статейне дослідження не вичерпує уся багатогранність стилістичного прийому алюзії у публіцистиці. Зокрема, поза увагою залишилися питання декодування та перекладу алюзії, потребує розгляду й національно-культурна маркованість алюзій. Тож перспективність теми є очевидною.

Література:

- Stein C. Allusion Examples and Why You Need Allusion in Your Writing. 2022. URL: <https://thinkwritten.com/allusion/>
- Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: Довкілля-К. 2011. 844 с.
- Кристєва Ю. Бахтин, слово, діалог, роман. *Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму*. 2000. URL: <http://www.philology.ru/literature1/kristeva-00.htm>
- Кібальнікова Т.В. Алюзія як вияв інтертекстуальності в американському феміністичному політичному дискурсі. *Наукові записки ЦДПУ. Серія: Філологічні науки*. Кропивницький: КОД. Вип. 187. 2020. С. 251–256.
- Сунько Н.О. Алюзія як маркер інтертекстуальності в англійськомовному газетному заголовку. *Дис. канд філол наук*, 10.02.04 Чернівці 2015. URL: http://specrada.chnu.edu.ua/res/specrada/7/dis_sunko.pdf
- Беген-Герус Ю. Алюзії або «великодні яйця» перекладу. *Everest. Переклади*. 2017. URL: <https://everest-center.com/alyuziyi-abo-velikodni-yajtsya-perekladu/>
- Marmolejo-Ramos F., Elosúa de Juan M., Gyax P., Madden C. & Mosquera R. In Press, *Pragmatics & Cognition*. Reading between the lines: The activation of embodied background knowledge during text comprehension. 2014. URL: http://doc.rero.ch/record/209012/files/Marmolejoetal_2009_preprint.pdf
- Крапива Ю. В. Алюзія в публіцистичному тексті (на матеріалі журнальних статей українського інтернет-видання «Політика і культура»). *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Філологія»*. Вип. 71. 2014. С. 16–19.
- Engelhardt T. America Isn't 'Back.' Here's Why. *The Nation*. 01.08.2021. URL: <https://www.thenation.com/article/world/america-isnt-back/>
- Mahkamova M.R. Modern Problems of Linguistics and Methods of Teaching English. *Obrazovatel'nyj process*. 2018. 1, pp. 26–28. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modern-problems-of-linguistics-and-methods-of-teaching-english>
- Онопrienко В.И. Нарратив как стратегия и практика постмодернистского обновления методологии социогуманитарного знания. *Вісник Національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія*. 2010. № 1. С. 22–25.
- Стежко Ю.Г. Постправда у реаліях інформаційного ландшафту України. *Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Світові конфлікти у XXI столітті: філософська рефлексія соціальних, економічних, екологічних, політичних та релігійних аспектів» 25 жовтня 2018 року в КПІ імені Ігоря Сікорського*, Київ: Тов «НВП Інтерсервіс» 2018. С. 104–106
- Стежко Ю.Г. Фразеологічне новаторство у сучасній українській публіцистиці. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2022 № 53. Т. 2. С. 13–16.
- Стежко З.В., Стежко Ю.Г. Суперечливість свободи та парадокси відповідальності (антропологічний аналіз) *Антропологічні виміри філософських досліджень*. № 13. 2018. С. 65–78. doi: 10.15802/ampr.v0i13.131937
- Лао-Цзы. Дао Дэ Цзин. URL: http://psylib.org.ua/books/_laotz01.htm

Stezhko Yu., Allusion in pulicism as the way for the implementation of narratives

Summary. Postmodern innovations of the narrative organization were manifested in the wide application of the stylistic trick of allusion as a personal interpretation of reality. The rapid growth of the role of mass media in the formation of public consciousness has led to the need to study the allusion.

The paper touches the issue of intertextuality of the allusion as a text within a text and its latent semantic content. Definitions of allusion, its varieties and characteristics of connections with precedent texts are given. Basing certain examples are being revealed differences between allusions, quotations and reminiscences. It is remarked that the allusions feature is in that their decoding, unlike other stylistic means, requires reflection what about an implicitly shown precedent.

The linguistic and cultural designation of allusion is being opened here. It is noted that the postmodern conceptualization denies the fixed significance of a text, that the sense of the text is being created in the process of reading as a process of allusion decoding through the prism of the being modus of personality, the mental representation of the experience. According to its specificity, journalism does not admit a different semantic content of the narrative, than is forecast by the intention of the narrator. Allusion provides an opportunity to implement the author's intentions into his narrative, which becomes a reason for the reader's formation of a simulacrum of the reality - the post-truth. With a well-chosen focalization of the narrative, allusion as a stylistic kind of publicistic appears as an effective method of the social engineering. The objectification of journalistic subjectivity in public consciousness is achieved in this way.

Attention is paid that the allusive form of narrative expression makes stronger a reception using an emotionality and provides the narrator with the desired evaluative perception. It is remarked the conditionality of freedom of speech in journalism by the responsibility for the observance of national interests. Safeguards against abuses of the policy of liberalism in the field of information and manipulative use of mass media are provided.

Key words: allusion, intertextuality, postmodernism, narrative, decoding, focalization.

Столярова А. А.,

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації
Навчально-наукового інституту філології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ГРЕЦЬКА СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА ЕКОНОМІЇ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ НА ФОНІ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ КРИЗИ В ЄВРОПІ (ЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ)

Анотація. У статті розглянуто лінгвостилістичні особливості текстів соціальної реклами економії енергії новогрецькою мовою. Увага до цієї теми в Греції викликана гострою енергетичною кризою, що вибухнула в Європі у 2022 р. Актуальність дослідження зумовлено тим, що представлена розвідка є першою спробою вивчення зразків соціорекламних повідомлень даної тематики на грецькомовному матеріалі.

Проведене дослідження дозволило дійти висновку, що в Греції, на відміну від заможних країн Західної Європи, немає розвинутої індустрії соціальної реклами. З огляду на це функції соціальної реклами економії енергії у цій країні перебрали на себе статті в онлайн- і друкованій пресі, що заспокоюють громадян та містять поради, як вберегти себе від зайвих витрат при максимальному збереженні комфорту.

Аналіз вживаних у розглядуваних текстах мовних засобів показав, що їхні автори використовують традиційний арсенал стилістичних засобів для привертання уваги, створення доброзичливої атмосфери комунікації, заспокоєння і переконання адресата. У більшості статей поради сформульовано імпліцитно, за допомогою дієслів 1-ї особи множини (πλένουμε, αλοσυνδέουμε, μειώνουμε), іноді дієслів у наказовому способі у 2-й особі однини (κάνε, βγάλε тощо), адже звертання на «ти» сприяє зближенню мовця і адресата. Задля створення дружньої і довірливої атмосфери комунікації автори статей вдаються до прикметників із позитивною конотацією (απλός, πρωτότυπος, έξυπνος, σωστός, σωτήριος), іноді грають на контрасті, сполучаючи в одному уривку прикметники з позитивною і негативною конотацією (μικρές αλλαγές – μεγάλες διαφορές). Тексти написані мовою, наближеною до розмовної, у них широко представлені англіцизми (tips, feel free, food waste). Зафіксовано випадки вживання прислів'їв, у яких відбито народну мудрість, пов'язану з боротьбою з нестатками (напр., Πενία τέχνας κατεργάζεται). Характерною рисою соціорекламних текстів є їхня експресивність, що досягається за рахунок досить широкого вживання окличних речень (Πρόκειται για ένα υλικό, η χρήση του ολοίου μλорεί va αλοβεί σωτήρια!).

Візуальний компонент аналізованого виду соціальної реклами не є оригінальним і найчастіше представлений неактуальними зарубіжними (не грецькими) зразками комп'ютерної графіки, у яких підкреслюється необхідність економії з екологічних міркувань, а не через енергетичну кризу.

Ключові слова: соціальна реклама, енергетична криза, економія електроенергії, лінгвостилістичні засоби, син-

таксичний рівень, лексичний рівень, фразеологізми, засоби графічної образності.

Постановка проблеми. На кожному етапі свого розвитку людство в цілому та кожне суспільство зокрема стикається з труднощами, які треба успішно долати, аби впевнено рухатися вперед. Усвідомлення владою наявності у суспільстві певної проблеми закономірно веде до пошуків ефективних засобів її вирішення. При цьому абсолютно очевидно, що запорукою успішного подолання тієї чи іншої проблеми є не криміналізація певних діянь, введення заборон та розробка системи покарань за порушення, а передусім вплив на суспільство в цілому з метою роз'яснення згубності тих чи інших дій для спільноти та переконання у перевагах певних моделей поведінки. «Спочатку спробувати переконати, а потім вже карати» – саме таким є гасло сучасних демократичних суспільств. Відповідно, виникає питання про дієві засоби такого впливу на суспільство.

Комерційна реклама як засіб поширення інформації про ті чи інші товари і послуги відома з давніх-давен. Соціальна ж реклама як специфічний різновид рекламного дискурсу є відносно молодим жанром, яким користуються представники влади з метою корекції поведінкових моделей у суспільстві, а також для розвінчування існуючих міфів, руйнації стереотипів, просування прогресивного мислення. Це може бути кампанія, спрямована проти паління, нетверезого водіння, вживання алкоголю, домашнього насильства, різних видів дискримінації тощо. Проти перелічених діянь передбачено відповідне покарання, проте всім зрозуміло, що важливіше змінити ставлення людей до проблеми, сформувані суспільну думку про неприйнятність цих діянь, тоді й до покарання вдаватися доведеться набагато рідше.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Феномен соціальної реклами привертає увагу фахівців різних галузей знання – соціологів, психологів, лінгвістів. Останніх цікавлять передусім особливості вживання в цьому виді рекламних повідомлень мовних засобів, що сприяють їх ефективності, а також лінгвокультурні особливості соціальної реклами в різних країнах. Серед свіжих публікацій українських лінгвістів, у яких вивчається феномен соціальної реклами на матеріалі різних мов, варто, зокрема, згадати розвідки Д. М. Добровольської [1], А. Л. Чернової, [2] О. С. Телетова і С. Г. Телетової [3], Л. В. Павлової та Г. С. Тарасової [4].

У межах цього дослідження ми поставили перед собою мету дослідити лінгвостилістичні особливості соціальної реклами економії енергії у грецькій онлайн-пресі. Актуальність розвідки зумовлено тим, що представлено дослідження – перша спроба вивчення соціорекламних повідомлень вказаної тематики на грецькомовному матеріалі. Матеріалом дослідження слугувати тексти статей, присвячених порадам з економії електроенергії в грецьких електронних ЗМІ, наявні у відкритому доступі в мережі Інтернет. Через недостатню розвиненість у Греції соціальної реклами, яка вимагає від авторів творчого підходу і, відповідно, є доволі дорогою, ці статті перебрали на себе функції соціальної реклами. Загалом було проаналізовано 40 зразків відповідних статей, датованих 2022-м роком.

Виклад основного матеріалу. 2022-й рік став зламним як для Європи, так і для всього світу через безпрецедентну геополітичну напругу, викликану різким погіршенням відносин між найбільшими державами світу. Це протистояння викликало гостру економічну кризу в ЄС: прагнення до енергетичної незалежності призвело до нестачі природного газу та електроенергії в усіх країнах-членах, а відтак до спаду промисловості та інших негативних наслідків. За умов коли «зелена» енергетика ще не здатна забезпечити всіх потреб європейських держав, постало питання про необхідність економії газу, води, електроенергії у кожному домогосподарстві. Згуртувати людей та донести їм думку про необхідність самообмеження – саме таке відповідальне завдання постало перед розробниками соціальної реклами в усіх без винятку країнах Європи. Завдання непросте, адже благополучна Європа давно забула про те, що значить самообмеження, особливо коли йдеться про базові блага.

Криза охопила всіх від заможної Скандинавії до небагатих країн Південної Європи, включаючи Грецію. Якщо, скажімо, в Німеччині необхідність жорсткої економії викликала справжній шок та призвела до буму справді креативної соціальної реклами, спрямованої на інформування населення з приводу того, як саме економити, то в Греції люди живуть в умовах політики затягування поясів вже з 2008 р. Крім того, у Греції немає такої розвиненої індустрії соціальної реклами, як у західноєвропейських країнах, зокрема англомовних, які активно розвивають цей напрямок, починаючи з середини ХХ ст. Зразки соціальної реклами, на які можна натрапити в грецькому медіадискурсі, частіше за все виявляються перекладами з англійської та інших західноєвропейських мов, тому за таких умов важко говорити про культурну самобутність грецької соціальної реклами.

Що ж стосується ситуації, яка склалася у 2022 р., то її разюча відмінність від наслідків попередньої кризи, від якої досі потерпають греки, полягає в тому, що раніше вони мали економити, бо їхні доходи були замалими, щоб дозволити собі розкіш не вимикати світло, то тепер економити мусять всі незалежно від статку, оскільки в самій країні бракує енергії. Через недостатнє фінансування сектору соціальної реклами ми не зустрінемо в Греції бігбордів з виразними зображеннями та короткими звучними гаслами, що закликають до економії електроенергії, або дотепних рекламних роликів відповідного змісту. Натомість функції сучасної соціальної реклами з її лаконічними, часто римованими гаслами, доповненими дотепною графікою, в Греції перебрали на себе статті в онлайн- та паперовій пресі, у яких читачам у друж-

ньому ключі даються поради і перераховуються хитрощі, які дозволять їм досягти бажаного результату. Найчастіше вони мають такі доволі однотипні заголовки: «10 απλοί τρόποι για να εξοικονομήσουμε ενέργεια και χρήματα» [5], «Είκοσι συμβουλές για εξοικονόμηση ενέργειας» [6], «Τips εξοικονόμησης ενέργειας για... μνημένους» [7], «Τips και σωστές πρακτικές για εξοικονόμηση ενέργειας» [8], «Εξοικονόμηση ενέργειας: Τι να κάνουμε στο σπίτι – οι 21 προτάσεις» [9], «Εύκολοι τρόποι για να μειώσετε την κατανάλωση ενέργειας στο σπίτι σας» [10].

Візуально такі статті оздоблюються малюнком або колажем, створеними за допомогою комп'ютерної графіки, на яких переважає зелений колір, зображено дерева, природу та будинки, іноді електричну лампочку, всередині якої розташовано дітей серед зелені і т. ін. ([6], [8], [9], [10]). Простежується чіткий сигнал: економити – значить поважати природу. Очевидно, що більшість зразків такої графіки не грецького авторства. Доволі часто вони навіть містять англомовний текст. До того ж, ці зображення явно датовані часами, коли на Заході закликали економити з екологічних міркувань, а не через гостру енергетичну кризу. Такі зображення і в Західній Європі більш неактуальні, адже за умов, коли з метою порятунку населення розконсервували навіть вугільні станції – основних винуватців глобального потепління, говорити про екологічне мислення не доводиться. Очевидно, за браком інших зображень грецькі журналісти широко користуються арсеналом наявних з тих часів у відкритому доступі ілюстрацій.

Самі ж статті-рекомендації маємо повне право віднести до соціальної реклами. Загальний їхній меседж мажорний: заощаджувати – це добре, це повага до природи та користь для гаманця. У доброзичливому та часто гумористичному тоні читачам даються поради про те, як саме можна зекономити. При цьому їм навіюється думка: «Якщо тобі вдасться заощадити завдяки нашим порадам, значить ти розумний». Це, безперечно, підбадьорює і сприяє підвищенню самооцінки читача, що знаходиться у скрутній ситуації.

Аналіз текстів розглядуваних статей на синтаксичному рівні показує, що в них використовуються всі види речень за метою висловлювання: розповідні, питальні та спонукальні. **Розповідні**, як правило, слугують для наведення «скрутних» фактів нашої дійсності або ствердження можливості виходу з непростого становища:

Οι δουλειές του σπιτιού καταλήγουν σε δεύτερο επάγγελμα. Όλα αυτά απαιτούν ένα ακόμη δωρο, στο οποίο μάλιστα όχι μόνο δε λαμβάνεις αποδοχές, αλλά αντίθετως καταλήγεις να πληρώνεις υπέρογκα ποσά – ειδικά με την τρέχουσα ενεργειακή κρίση. [5]

Με μικρές αλλαγές στις καθημερινές μας συνήθειες μπορούμε να εξοικονομήσουμε ενέργεια και να δώμε μεγάλες διαφορές στους λογαριασμούς μας. [5]

Спонукальні речення оформлюються по-різному. Деякі з них містять форми дієслів у наказовому способі, експліцитно закликаючи читача до дій:

Επομένως κάνε τη γυμναστική σου, βγάλε το σκύλο βόλτα – και μόλις το ρολόι περάσει τις 9, να αρχίσεις να δουλεύεις. [5]

Важливо відзначити, що набагато частіше використовуються форми наказового способу у 2-й особи однини, оскільки звертання на «ти» стимулює зближення автора й адресата та краще сприяє досягненню комунікативної мети повідомлення. Проте є автори, що звертаються до своїх читачів і на «ви»:

Καθαρίστε τακτικά όλα τα θερμαντικά σώματα. [8]

Διατηρείστε σε σταθερή θερμοκρασία τα κλιματιστικά. [8]

Проведений аналіз дозволив встановити, що, аби не здаватися категоричними і нав'язливими, більшість авторів розглядуваних соціорекламних статей частіше за все оформлюють рекомендації дієсловами в індикативі:

Πλένουμε τα ρούχα σε γεμάτο πλυντήριο ... Αποσυνδέουμε τις ηλεκτρικές συσκευές από την πρίζα ... Μαγειρεύουμε με κλειστό καπάκι ... Την ώρα του ύπνου μειώνουμε τη θερμοκρασία στους 17–18 °C. [5]

Як видно з наведених прикладів, автори вдаються до мовленнєвої тактики зближення з адресатом, використовуючи дієслова у 1-й особі множини.

Однією з рис соціорекламних текстів є їхня експресивність та яскраво виражена оцінність. Грецькі статті з порадами економити енергію не становлять виняток. Авторі нерідко вдаються до емоційного забарвлення текстів, вживаючи окличні розповідні речення. Ось декілька прикладів:

Πρόκειται για ένα υλικό, η χρήση του οποίου μπορεί να αποβεί σωτήρια! [7]

Λεδομένου ότι η ιδέα να γεμίσετε την κατάλυση με τρόφιμα είναι σήμερα, με τον πληθωρισμό στα ύψη, μάλλον απαγορευτική, μπορείτε να τα αντικαταστήσετε με ... παγάκια! [7]

Αξιοποιώντας τα αποφάγια μειώνετε τις ημέρες μαγειρέματος! [7]

Питальні речення можуть застосовуватися у випадках, коли стаття побудована у форматі «питання – відповіді»:

Πώς μπορεί ένα νοικοκυριό να πετύχει την πολυπόθητη μείωση της ενεργειακής κατανάλωσης; [8]

Лексичний рівень розглядуваних статей насичений одиницями, що покликані створити доброзичливу, довірливу атмосферу між автором та читачем, підбадьорити адресата. Передусім ідеться про широке вживання **прикметників** із позитивною конотацією. Так, у межах декотрих текстів трапилося по декілька таких прикметників:

μεγάλες διαφορές στην εξοικονόμηση ενέργειας, έξυπνες και γρήγορες λύσεις, 10 απλοί τρόποι ..., εύκολοι τρόποι να μειώσουμε ..., «έξυπνη» κατανάλωση. [5]

σωστή ενεργειακή συμπεριφορά, πιο πρωτότυπα tips, χρήση του αλουμινόχαρτου μπορεί να αποβεί σωτήρια. [7]

Заголовки статей та самі їхні тексти можуть містити прикметники, що вихваляють адресата, високо цінують його за намагання економити та наголошують, що це розумна поведінка вузького кола посвячених:

Tips εξοικονόμησης για ... μυημένους [7]

Όλοι μας πρέπει να γίνουμε πιο ευρηματικοί [7]

Інші частини мови, що трапляються у таких текстах, також нерідко є позитивно зарядженими:

Tips που θα βοηθήσουν να προχωρήσουν ένα βήμα παραπέρα, κερδίζοντας ακόμη περισσότερα [7]

Для ефективнішого донесення основної думки статті до адресата автори можуть вдаватися до **антитези** – стилістичної фігури, заснованої на використанні у межах невеликого уривку лексичних одиниць з протилежними значеннями:

Όρα για μικρές αλλαγές και μεγάλες διαφορές στην εξοικονόμηση ενέργειας με όφελος έως 350 ευρώ τον χρόνο. [5]

У наведеному випадку сполучення прикметників з протилежним значенням слугує також меті заспокоїти читача, адже від нього знадобляться зовсім невеликі зусилля, а ефект перевершить всі очікування.

Аби бути ближчими до читачів та зрозумілими їм, автори послуговуються невимушеною розмовною мовою, нерідко вкрапляючи у тексти написані латинкою **англіцизми**, адже вони широко побутують в усному мовленні на відміну від своїх грецьких відповідників:

καθημερινά tips, ...μόλις το ρολόι περάσει τις 9, feel free να αρχίσεις τις δουλειές. Άλλωστε χρειάζεται ένα καλό break από την εργασία. [5]

Πείτε τέλος στο food waste! [7]

Одним із засобів ефективного прагматичного впливу на аудиторію є використання прецедентних текстів, у т. ч. **фразеологічних одиниць**, зокрема прислів'їв:

«Πενία τέχνας κατεργάζεται», λέει μια σοφή παροιμία που σήμερα αποδεικνύεται πιο επίκαιρη από ποτέ. [7]

Серед західноєвропейських авторів соціальної реклами популярні також мовна гра, обігрування та трансформація відомих фразеологізмів, проте у нашій виборці ми не зустріли таких прикладів.

Сучасна соціальна реклама передбачає залучення не лише вербальної складової, а й невербальної, а саме **графічної образності**, оскільки в будь-якому виді реклами неабияку роль відіграє наочність, яка підсилює комунікативну ефективність повідомлення. До засобів просторово-композиційної образності належать графічні та параграфічні засоби – використання різних шрифтів, варіювання їх розміру і кольору, специфіка розташування тексту на плакаті чи іншому носії, у т. ч. його розташування відносно графічного зображення тощо. Проте створення такої полікодової соціальної реклами – досить дороге задоволення, оскільки передбачає залучення та плідну співпрацю майстрів слова (які придумують лаконічні й дотепні гасла, залучають гру слів) і майстрів пензля (точніше, комп'ютерної графіки). Соціальну рекламу такого рівня можуть дозволити собі лише заможні країни Західної Європи. У Греції соціальна реклама економії обмежується статтями-порадами, що завдяки використанню традиційних стилістичних прийомів впливу на адресата, підбадьорюють читача та вселяють у нього віру в успішне подолання труднощів. Максимум, що може трапитися в оздобленні таких статей – це закордонна картинка, витвір західної комп'ютерної графіки. Причому у випадку реклами економії в умовах гострої енергетичної кризи, як ми вже згадували вище, нерідко використовуються неактуальні наразі зображення, що пропагують економію через екологічні причини.

Мало не єдиними зразками використання оригінальної графіки є зображення, що ними оздоблені статті відповідної тематики, спонсовані Державною енергетичною корпорацією Греції (*Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού (ΔΕΗ)*). Вона позиціонує себе не стільки як постачальник послуг, скільки як організація, що дбає про добробут та гаманець своїх клієнтів [11], [12]. Згадані зображення є плодом творчого тандему графістів та «мовників»: у них візуальний аспект органічно поєднується з лаконічними окличними та питальними репліками:

ΔΕΗ myEnergyCoach: ο εξειδικευμένος σύμβουλος με λύσεις εξοικονόμησης ενέργειας και κόστους! [11]

«Θες μια συμβουλή;

Υπάρχει ένας καλύτερος τρόπος

για ένα καλύτερο αύριο».

ΔΕΗ και DDB δείχνουν τον δρόμο [12].

Висновки. Проведене дослідження дозволяє дійти висновку, що в Греції немає розвиненої індустрії соціальної реклами, через що в грецькому медіапросторі ми практично не знаходимо зразків яскравого поєднання лаконічних і дотепних гасел із якісною графікою. Функції соціальної реклами економії енергії в Греції перебрали на себе статті з корисними порадами щодо того, як вберегти себе від зайвих витрат. У дібраних для аналізу зразках автори статей послуговуються традиційним набором стилістичних засобів для привернення уваги, створення доброзичливої атмосфери комунікації, заспокоєння адресата. У більшості статей поради сформульовано коректно і ненав'язливо, за допомогою дієслів 1-ї особи множини, іноді дієслів у наказовому способі у 2-й особі однини. Рідше трапляються рекомендації, експліцитно виражені імперативними дієсловами у 2-й особі множини. Задля створення доброзичливого фону для комунікації з адресатом автори вдаються до прикметників із позитивною конотацією, іноді грають на контрасті, сполучаючи в одному уривку прикметники з позитивною і негативною конотацією. Тексти написані мовою, наближеною до розмовної, у них широко представлені англіцизми. Трапляються випадки вживання прислів'їв, у яких відбито народну мудрість, пов'язану з боротьбою з нестатками.

Перспективи подальших досліджень. У подальшому видається перспективним порівняльне дослідження особливостей соціальної реклами економії енергії у Греції, Україні та англомовних країнах.

Література:

- Добровольська Д. М. Полікодовість соціальної реклами: перекладацький аспект. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2015. Вип. 5. С. 101–107. URL: <http://oljournal.in.ua/v5/15.pdf> (дата звернення: 05.02.2023)
- Чернова А. О. Концептосфера сучасної французької соціальної реклами. *Science and Education: a New Dimension*. 2016. Вип. 78. С. 33–37. URL: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/Concept-sphere-of-modern-French-public-advertising-A.-Chernova.pdf> (дата звернення: 05.02.2023)
- Телетов О. С., Телетова С. Г. Особливості мовленнєвого впливу в рекламних текстах. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. Вип. 4. С. 49–58. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/download/123456789/43389/1/Tielietov_reklamni_teksty.pdf (дата звернення: 05.02.2023)
- Павлова Л. В., Тарасова Г. С. Засоби мовленнєвого та психологічного впливу в соціальній рекламі українського медіадискурсу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Лінгвістика*. 2018. Вип. 34. Т. 1. С. 71–75. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/41228/1/2018_Pavlova_Zasoby_movlennievoho.pdf (дата звернення: 05.02.2023)
- 10 απλοί τρόποι για να εξοικονομήσουμε ενέργεια και χρήματα. URL: <https://www.athensvoice.gr/epikairotitita/ellada/779222/10-aploitropoi-gia-na-exoikonomisoume-energeia-kai-hrimata/> (дата звернення: 07.02.2023)
- Είκοσι συμβουλές για εξοικονόμηση ενέργειας. URL: <https://www.amna.gr/home/graphics/677725/Eikosi-sumboules-gia-exoikonomisi-energeiasrn> (дата звернення: 07.02.2023)
- Tips εξοικονόμησης ενέργειας για... μνημόνους. URL: <https://www.olivemagazine.gr/dokimazoume/afteromata/energeia/tips-exoikonomisi-energeias-gia-myimenous/> (дата звернення: 07.02.2023)
- Tips και σωστές πρακτικές για εξοικονόμηση ενέργειας. URL: <https://www.in.gr/2022/02/18/plus/ta-nea-tis-agoras/tips-kai-sostes-praktikes-gia-ekoikonomisi-energeias/> (дата звернення: 07.02.2023)
- Εξοικονόμηση ενέργειας: Τι να κάνουμε στο σπίτι – Οι 21 προτάσεις. URL: https://economytoday.sigmalive.com/oikonomia/ellada/52631_exoikonomisi-energeias-ti-na-kanoyme-sto-spiti-oi-21-protaseis (дата звернення: 07.02.2023)
- 6 Εύκολοι Τρόποι για να Μειώσετε την Κατανάλωση Ενέργειας στο Σπίτι σας. URL: <https://spirossoulis.com/eco-living-oikonomia-6-eykoloitropoi-gia-na-meiosete-tin-katanalosi-energeias-sto-spiti-sas/> (дата звернення: 07.02.2023)
- ΔΕΗ myEnergyCoach: εξοικονόμηση ενέργειας ψηφιακά και φυσικά. URL: <https://inkomotini.news/dei-myenergycoach-ekoikonomisi-energeias-psifiaka-kai-fisika/> (дата звернення: 07.02.2023)
- ΔΕΗ MyEnergy: Μια καμπάνια που δείχνει τον δρόμο για ένα καλύτερο αύριο. URL: <https://www.advertising.gr/advertising-2/kampanies/ei-myenergy-mia-kampania-pou-deichnei-ton-dromo-gia-ena-kalytero-avrio/> (дата звернення: 07.02.2023)

Stolyarova A. Greek public service announcements on energy saving in view of the energy crisis in Europe (linguistic aspect)

Summary. The article examines linguostylistic features of the texts of Greek public service announcements on energy saving, whose emergence is determined by the current acute energy crisis in Europe. The relevance of the study is due to the fact that this is the first attempt to study the samples of PSA messages on this issue in the Modern Greek language.

The conducted research has shown that in Greece, unlike the wealthy countries of Western Europe, there is no developed PSA industry. In view of this, the functions of PSA messages on energy saving in Greece have been taken over by the corresponding articles in the online and printed press. These are aimed at reassuring the citizens and contain advice on how to protect Greek households from unnecessary expenses while maintaining maximum comfort.

The analysis of the linguistic means used in the texts in question shows that their authors use the traditional arsenal of stylistic means to attract attention, create a friendly atmosphere of communication, calm and convince the addressee. In most articles, the advice is formulated implicitly, with the help of the verbs in the 1st person plural (πλένουμε, απασυνδέουμε, μειώνουμε), sometimes verbs in the imperative mood in the 2nd person singular (κάνε, βγάλε, etc.), because addressing people in the singular helps to bring the speaker closer to the addressee. In order to create a friendly and trusting atmosphere of communication with the addressee, the authors of the articles resort to adjectives with positive connotations (απλός, πρωτότυπος, έξυπνος, σωστός, σωτήριος), sometimes they play on the contrast, combining adjectives with positive and negative connotations in one passage (μικρές αλλαγές – μεγάλες διαφορές). The texts are written in a language that is very close to colloquial, they possess a wide range of words of English origin (tips, feel free, food waste). One can also come across cases of the use of proverbs that reflect folk wisdom related to combatting poverty (e.g., Πενία τέχνας κατεργάζεται). A characteristic feature of PSA texts is their expressiveness, which is conveyed with the help of a rather wide use of exclamatory sentences (Πρόκειται για ένα υλικό, η χρήση του οποίου μπορεί να αποβεί σωτήρια!).

The visual component of the analyzed type of Greek PSA is not original and is most often represented by outdated foreign (non-Greek) samples of computer graphics, which emphasize the need to save energy for environmental reasons, and not because of the current energy crisis.

Key words: public service announcements, energy crisis, energy saving, linguostylistic means, syntactic level, lexical level, phraseological units, means of graphic imagery.

Судук І. І.,

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри філології та перекладу

Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

ОСОБЛИВОСТІ ОФОРМЛЕННЯ МАТЕРІАЛІВ УКРАЇНСЬКИХ ЖІНОЧИХ ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Анотація. В умовах воєнного стану особливо гостро постає проблема привернення уваги користувачів до своїх дописів для українських жіночих інтернет-журналів, адже у зв'язку із ситуацією в країні багато хто не має змоги стежити за стрічкою новин, як раніше, а для багатьох не актуально читати контент, який був цікавим до війни. У статті досліджено особливості оформлення матеріалів українських жіночих інтернет-журналів «Пані» та «Коліжанка» після запровадження воєнного стану. Простежено, які зміни відбулися в тематиці дописів, які лінгвістичні та екстралінгвістичні засоби використовують автори журналів для оформлення дописів у соціальних мережах, щоб привернути увагу читачів та зберегти своїх підписників, проаналізовано, зважаючи на кількість реакцій користувачів, наскільки ці засоби є дієвими. Зокрема відзначено, що, крім контенту, який публікували і до війни, у журналах з'явилися й дописи-реакції на події в країні, і зазвичай саме вони набирають найбільше вподобань та коментарів. Також дописи в одному із аналізованих журналів, які стосуються правильного вживання деяких слів і словосполучень в українській мові, викликають жваве обговорення читачів журналу. Серед мовних засобів, за допомогою яких дописувачі в аналізованих журналах намагаються привернути увагу користувачів, слід відзначити наявність багатьох окличних речень, дієслів у наказовому способі, антонімів, засобів категоричного ствердження або заперечення, риторичних запитань, прикметників і прислівників з оцінною семантикою. Виявлено, що параграфемні засоби, якими послуговуються автори журналів, такі, як зображення емоцій, кольорові знаки оклику перед заголовками й лідами, використання усіх великих літер, відповідних зображень, чисел, які мають у нашій культурі певне символічне значення (зокрема 7 і 10), обривання лідів тощо набагато ефективніше допомагають привернути увагу до матеріалів аналізованих журналів, ніж мовні засоби, адже мимоволі впадають у вічі і спонукають користувача прочитати хоча б заголовок допису. Також з'ясовано, зважаючи на реакції читачів певних дописів, що авторам слід зважати, хто саме читає їхні дописи і в якій соціальній мережі дописи якої тематики доцільно розмішувати.

Ключові слова: українські жіночі інтернет-журнали, соціальна мережа, контент, лінгвістичні та параграфемні засоби привернення уваги користувачів, допис, заголовок, лід.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Мовлення засобів масової інформації, а особливо інтернет-видань, є на сьогодні предметом значного зацікавлення дослідників, адже «мовна тканина ЗМІ завжди розмаїта, різнофактурна, чим і цікава для розгляду» [1, с. 101]. Однією з найбільш актуаль-

них проблем для сучасних інтернет-видань є привернення уваги читача до свого контенту, оскільки інтернет-простір «вирізняється надзвичайно широким у кількісному та якісному вимірах контентом, безмежною альтернативою пропозицій, динамічним оновленням, інноваційними можливостями для активного й пасивного споживача» [2, с. 249]. Особливо гостро ця проблема постає зараз, в умовах воєнного стану, для жіночих інтернет-журналів, адже більшість читачів спостерігає за новинами з гарячих точок або ж просто, перебуваючи в складних життєвих обставинах, не має змоги читати, як завжди, стрічку новин. З огляду на сказане актуальним видається дослідити особливості оформлення матеріалів деяких українських жіночих інтернет-журналів та проаналізувати їх ефективність з погляду привернення уваги читачів до контенту видань.

Аналіз останніх досліджень та публікацій та актуальність теми дослідження. Текстовий контент мовознавці та фахівці із соціальних комунікацій досліджують у різноманітних аспектах. Зокрема, його вивчають як об'єкт роботи редактора сайту (А. Дем'янова), розглядають засоби, які використовують автори контенту для привернення уваги до нього (Т. Бондаренко, Н. Фіголь, А. Дедушкіна, А. Калиниченко, Л. Куценко), особливості мультимедійного мовлення (І. Мариненко). Проте, як стверджує І. Мариненко, наразі практично відсутні ґрунтовні праці українських дослідників із проблем лінгвальних особливостей сучасних мас-медіа [3, с. 49]. Також немає й розвідок, які б стосувалися мовлення жіночих інтернет-журналів. В усіх названих вище працях матеріалом дослідження стало насамперед мовлення новинних сайтів чи онлайн-версій друкованих видань, і це також зумовлює актуальність теми нашої статті.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми та матеріал дослідження. Матеріалом для дослідження обрано дописи українських жіночих інтернет-журналів «Пані» та «Коліжанка» у соціальних мережах «Фейсбук» та «Телеграм» у зв'язку з тим, що вони виробили оригінальний стиль оформлення своїх матеріалів, які завдяки цьому помітно вирізняються у стрічці новин. На наш погляд, доречним є простежити наскільки дієвими залишаються обрані авторами засоби привернення уваги користувачів в умовах воєнного стану.

Мета й завдання дослідження. Метою нашої статті є дослідити особливості оформлення матеріалів українських жіночих інтернет-журналів після введення воєнного стану. Для досягнення поставленої мети виконано такі завдання: простежено, які зміни відбулися насамперед у тематиці дописів, які лінгвістичні та екстралінгвістичні засоби використову-

ють автори журналів для оформлення дописів у соцмережах, щоб привернути увагу читачів та зберегти своїх підписників, проаналізовано, зважаючи на кількість реакцій користувачів, наскільки ці засоби є дієвими.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відзначимо насамперед, що на сторінках аналізованих українських жіночих інтернет-видань, незважаючи на воєнний стан, продовжують з'являтися нові матеріали. Зокрема, журнал «Пані» спочатку війни, замість звичного контенту (порад відомих психологів, дописів-мотиваторів, гороскопів, привітань з іменинами тощо) публікував актуальну інформацію про ситуацію в Україні, але через чітку проукраїнську позицію і різкі висловлювання на адресу росіян фейсбук постійно блокував їхні дописи, тому автори створили також телеграм-канал, де публікували вірші про війну, статті про відомих членів ООН тощо. Щодо мовного оформлення цих віршів, відзначимо наявність у них авторських неологізмів, утворених, зокрема, шляхом скорочення слів: «*І не спить наша арта, не дримає ніхота...*» (слово «арта» утворене шляхом скорочення слова «артилерія»), що відбиває тенденцію до появи та активного утворення неологізмів, спричинену новими реаліями.

Для привернення уваги до своїх дописів і спонукання читачів приєднатися до телеграм-каналу автори журналу використовують певною мірою маніпулятивні висловлювання на зразок: «*!! Не дамо заборонити нам говорити про важливі речі, ми маємо знати про нескорених українців. Фейсбук заблокував допис журналістки Христини Коціри про зв'язку ОУН Ванду Горчинську*». Зважаючи на актуальність поширення інформації про героїчних борців за незалежність України та на те, що допис був заблокований, багато читачів журналу перейшло до телеграм-каналу, щоб прочитати його (3.1k переглядів).

Також, щоб спонукати читачів підписатися на телеграм-канал, автори журналу розмістили на сторінці посилання на канал, а нижче фотографію розкішного пухнастого kota із закликом: «*Підпишись, не засмучуй мене*», – і доповнили фразу відповідною реакцією (усміхайликом). Таким чином найбільш поширеним способом привернути увагу до змісту контенту є використання текстів переважно з дієсловами наказового способу в поєднанні із відповідними параграфемними засобами

(знаками оклику червоного кольору на початку речення, зображеннями, реакціями тощо).

Водночас на сьогодні журнал «Пані» продовжує публікувати такий самий контент, який був до війни, значне місце серед якого займають дописи-мотиватори (за нашим визначенням, «мотиватори» – короткі вислови, які спонукують читача до певних дій, що можуть змінити його життя на краще). Саме у висловах-мотиваторах особливо активно поєднуються мовні засоби, (зокрема частотне використання дієслів у формі наказового способу чи складених дієслівних присудків із допоміжними присудковими словами «треба», «слід») із параграфемними (використання всіх великих літер, відповідних зображень тощо). Наприклад: «*Якщо ви хочете змінити життя, то слід ламати НЕ чужі стереотипи, а власні*»; «*Будь щаслива у цю мить*». Також у таких дописах часто використовують окличні речення: «*Сьогодні це один шанс зробити щось хороше!*» Цей мотиватор подано на тлі малюнка з дівчинкою, яка везе комусь на велосипеді букет квітів і чайничок. Такі дописи й надалі викликають досить активну реакцію читачок журналу – подані мотиватори за три години з моменту опублікування набрали кожен близько двохсот вподобань. Крім того, відзначимо, що в журналі «Пані» друкують мотиватори однаковим шрифтом на тлі зображень в однаковому стилі, що вирізняє його дописи серед інших у стрічці. На рис. 1 подано приклади оформлення кількох мотиваторів у журналі «Пані».

Також, як і раніше, на сторінці журналу створюють дописи, у яких цитують відомих осіб, що висловлюються щодо різних ситуацій, які трапляються у людському житті. Такі вислови також значною мірою стосуються ситуації в нашій країні сьогодні: «*В темні часи добре видно світлих людей*» (Еріх-Марія Ремарк) (допис за 29 листопада 2022 року).

Як і раніше (ми розглядали це докладно у попередніх розвідках [4; 5]), у журналі широко використовуються засоби категоричного ствердження або заперечення, на зразок займенників і прислівників *всі, ніколи, ніхто* тощо, окремо або в поєднанні з дієсловами у формі наказового способу для привернення уваги до дописів: «*Світ більше ніколи не буде колишнім. Будьте готові до змін. Гороскоп на серпень для всіх*



Рис. 1. Зразки дописів-мотиваторів у жіночому інтернет-журналі «Пані»

знаків зодіаку». Попри те, що такі категоричні твердження й надалі інтригують і мимоволі привертають увагу, спонукають бодай відкрити допис, він у телеграм-каналі журналу набрав тільки 692 перегляди. Для порівняння один із мотиваторів, наведених на рисунку, набрав 1440 переглядів та 149 вподобань. На наш погляд, це пов'язано з тим, що основним користувачем телеграму залишається молодь, а читачі журналу у фейсбуці не всі підписалися на телеграм-канал. Крім того, у телеграмі відразу видно увесь зміст допису, а у фейсбуці є змога приховати частину заголовка й ліду (лід у журналістиці – це короткий текст (одне чи кілька речень), що стисло уточнює місце, час подій, кількість учасників, представляє яскраву деталь тощо. Лід розміщується після заголовка перед основним викладом. Основна мета ліду – захоплення уваги читача [6]). Читачі зможуть їх побачити тільки, коли відкриють допис. У зв'язку з цим варто зауважити, що для залучення якнайбільшої кількості читачів у тій чи тій соціальній мережі автори повинні враховувати цільову аудиторію своїх дописів (наприклад, з'ясувати, кому можуть бути цікавими гороскопи) і чи багато таких читачів у тій чи тій соцмережі.

Серед параграфемних засобів для формулювання заголовків і лідів до матеріалів також часто використовують цифри, зокрема, круглі числа та числа, яким здавна надають особливого значення, – які є у казках чи вважаються щасливими: «25 проникливих цитат Фазіля Іскандера»; «7 небезпечних ілюзій, з якими варто попрощатися до 40 років» тощо. Такі дописи читають набагато частіше, зокрема й у телеграм-каналі допис «25 проникливих цитат Фазіля Іскандера» набрав 1.6k переглядів.

Водночас журнал продовжує реагувати на значущі події в житті країни. Після обстрілу Криму ЗСУ журнал розмістив зображення Кримського півострова, перев'язаного жовто-блакитним шарфом, із жовто-блакитною табличкою у руках із написом: «Хочу додому».

Відзначимо, що до статей, які журнал «Пані» публікує на фейсбук-сторінці, автори й надалі формулюють заголовки так, щоб заінтригувати читача. Про що йдеться, він дізнається тільки відкривши матеріал. Заголовок часто подають у формі питального речення, яке ніби спонукає дізнатися відповідь на нього, прочитавши матеріал: *Хто і навіщо пише злісні коментарі. Чому троль хоче померти?* Також зазначають, що автором цієї статті є психолог Анна Кір'янова, щоб підкреслити, що подано думку фахівця. Крім того, такий матеріал є надзвичайно актуальним, адже майже будь-які дописи у фейсбуці, особливо ті, що стосуються діяльності відомих осіб: ведучих, співаків, акторів, блогерів тощо – викликають чимало недобррозумілих коментарів, з яких часто можна зрозуміти, що сам допис користувачі навіть не відкривали, а коментують сам заголовок. Як приклад можна навести коментарі до статті «ТСН Гламур» про те, що в одній з блогерок під час благодійного аукціону, кошти з якого мали піти на підтримку ЗСУ, викрали один із лотів. Багато коментаторів навіть схвалюють вчинок викрадача, не прочитавши, вочевидь, на що мали піти кошти. Саме у названому вище матеріалі журналу «Пані» докладно проаналізовано, чому це відбувається і як на такі коментарі реагувати. Проте за 4 години з часу публікації допис набрав тільки 6 вподобань та 4 поширення. Це може свідчити, зокрема, і про те, що інформація читачам уже відома, і про те, що стаття занадто довга або виклад нецікавий.

Це підтверджує висновок дослідниці Т. Бондаренко, що нині споживач схильний лише до перегляду інформації в Інтернеті, а не до її прочитання [2, с. 251], та наші міркування про те, що інтернет-журнали повинні приділяти увагу змістовому наповненню своїх дописів, досліджувати, яка саме категорія користувачів соцмережі читає їхні матеріали (це легко простежити саме на фейсбук-сторінках, адже більшість користувачів соцмережі вказує про себе бодай деяку особисту інформацію), і прогнозувати, що саме може їх зацікавити.

Щодо іншого популярного у соціальній мережі «Фейсбук» жіночого інтернет-журналу «Коліжанка», то після запровадження воєнного стану в Україні всі дописи у ньому становили тільки рецепти різних страв, хоча до війни у журналі публікували і дописи про дотримання здорового способу життя й статті на тему моди тощо, дуже багато було дописів-мотиваторів. Проте унікальний, порівняно з іншими інтернет-журналами, стиль заголовків у цьому виданні, зокрема використання всіх великих літер, значна кількість оцінних прикметників та прикметників у найвищому ступені порівняння у поєднанні із прислівниками «дуже», «надзвичайно», окличних речень, обривання лідів (що спонукає відкрити допис і прочитати його повністю) – все це досі привертає увагу читачів, які й зараз активно реагують на дописи та поширюють їх: *Я вже всі рецепти пробувала, але такий для нас найкращий! ПОМІДОРИ ПОЛОВИНКАМИ. Дуже смачні, ароматні... (за 13 годин з часу опублікування допис набрав 62 вподобання та 98 поширень). *Навіть бабуся була здивована, спробувавши це!* Смакота з фаршу і капуста! (за 18 годин з часу опублікування допис набрав 13 вподобань та 11 поширень). У наведеному заголовку також міститься натяк на простоту приготування страви й доступність інгредієнтів, що було характерним для заголовків журналу й раніше [5, с. 53], а зараз є особливо актуальним у зв'язку зі зниженням рівня життя в умовах воєнного стану.*

Окрім рецептів, у журналі «Коліжанка» також публікують дописи, що є реакцією на події в Україні. Зокрема, до Дня Незалежності України опубліковано вірш, авторкою якого, можливо, є одна із дописувачок журналу, оскільки він завершується рядками, де слова надруковані всіма великими літерами, є окличні речення та вкінці багатьох рядків поставлено три крапки, тобто використано параграфемні засоби, які є типовими для оформлення матеріалів журналу: *Моя душа не наліталась / І просить до неба знов! / Лише ковток, благаю, волі / У синьо-жовті небеса. / Я іншої не хочу долі... / Я УКРАЇНКА!!! Й я жива...* (Орися Мельничук). Після вірша вміщено також зображення соняшників, блакитного неба і зграї білих голубів, які здійснюються увесь. Про художню вартість та грамотність (як бачимо, у підкресленому фрагменті наявне недотримання милозвучності української мови) таких творів не йдеться, вони викликають реакцію читачів журналу насамперед завдяки своєму змісту (вірш набрав 2153 вподобання та 752 поширення за 15 годин з часу публікації). Отже, в умовах воєнного стану публікування дописів патріотичного змісту та реакцій на події в країні поряд із типовими для аналізованих журналів матеріалами, дозволяє їм зберігати читачів.

Насамкінець зазначимо, що на сьогодні журнал «Коліжанка» поступово почав публікувати, окрім рецептів, також дописи на інші теми. Зокрема, скориставшись матеріалами

сайту ukr-mova.in.ua, автори створили допис «10 поширених помилок в українській мові», який привернув увагу багатьох користувачів: за 56 хвилин з часу опублікування він набрав 101 вподобання і 22 поширення. У коментарях читачі висловлюють подяку за допис, додають ще інші помилки та способи їх виправлення і ставлять запитання щодо тих помилок, про які вони досі не знали, що це неправильно, запитують, чому є помилковими ті чи ті висловлювання тощо. Відзначимо також, що й тут у заголовку використано кругле число – 10. Також було відновлено публікування дописів про дотримання здорового способу життя.

Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. Таким чином аналізовані українські жіночі інтернет-журнали на своїх сторінках у соціальній мережі «Фейсбук» та в телеграм-каналі виробили власний стиль дописів, який виявляється як у тематиці матеріалів (мотиваційні висловлювання, поради психологів, рецепти, дописи про дотримання здорового способу життя, а під час дії воєнного стану й дописи-реакції на події в країні), так і їх оформленні. Зокрема, для привернення уваги до своїх публікацій автори журналів використовують такі мовні засоби: окличні речення, багато дієслів у наказовому способі, сам зміст і тематику дописів та заголовків (наприклад, дописи про нескорених українців, які раніше протистояли тоталітарному режимові), антоніми, засоби категоричного ствердження або заперечення (такі, як займенники *всі, ніколи, ніхто* тощо), риторичні запитання, оцінні прикметники та прислівники (*дуже, надзвичайно, найкращий* тощо). Їх вплив завжди підсилений застосуванням параграфемних засобів (зображеннями емоцій, кольором і кількістю знаків оклику, використанням усіх великих літер, відповідних зображень, фотографій, чисел, які мають у нашій культурі певне символічне значення (зокрема, найчастіше використовують числа 7 і 10), обривання лідів (автори часто ставлять три крапки у «найцікавішому» місці)). Перелічені параграфемні засоби, на наш погляд, набагато ефективніше допомагають привернути увагу до матеріалів аналізованих журналів, адже сучасні користувачі зазвичай просто проглядають стрічку новин, не відкриваючи дописи (про це свідчить наявність багатьох коментарів під тими чи тими статтями, з яких можна зрозуміти, що автор коментаря читав тільки заголовок статті). Параграфемні засоби мимоволі впадають у вічі і таким чином привертають увагу читача хоча б заголовку статті, а отже, вміле користування такими засобами допоможе аналізованим журналам, а також іншим виданням зберігати уже наявних у них підписників та залучати нових користувачів.

Зауважимо також, що, пристосувавшись до умов воєнного стану, журнали активніше публікують звичний для них контент, тоді як на початку війни журнал «Пані» створював дописи тільки про новини з фронту, а журнал «Коліжанка» публікував тільки рецепти і поодинокі реакції на події в країні. Проте на сьогодні обидва журнали майже повністю повернулися до тематики довоєнних публікацій, хіба що у «Коліжанці» досить часто зараз почали з'являтися дописи про правильне вживання певних слів і конструкцій в українській мові, які викликають досить жваву реакцію користувачів, що активно обговорюють і поширюють ці дописи. Отже, перспективою подальших розвідок у цьому напрямку могло б

бути дослідження на межі лінгвістики й психології з метою з'ясувати, чи може окреслена вище тенденція бути виявом «звикання» до війни і про що свідчить наявність такої тенденції у сучасному медіапросторі.

Література:

1. Олтаржевський Д. Стиль і мова сучасної корпоративної періодики. *Стиль і текст*. 2009. Вип. 10. С. 99-107.
2. Бондаренко Т. Г. Способи привернення уваги інтернет-аудиторії. *Наукові записки*. 2016. № 1 (52). С. 248-257. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_2016_1_33 (дата звернення 20.01.2020).
3. Мариненко І.О. Особливості мультимедійного мовлення. Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колективна монографія / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В.Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Київ : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. С. 48–58.
4. Судук І., Коропецька Ю. Вербальні та невербальні засоби привернення уваги читача в розважальних українських інтернет-журналах. *Актуальні питання гуманітарних наук : міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка / редактори-упорядники М. Пантук, А. Душний, І. Зиморя. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика», 2021. Вип. 39. Т. 3. С. 128–134.*
5. Судук І.І. Лінгвістичні та паралінгвістичні особливості заголовків і лідів та дописів-мотиваторів в українських довідково-розважальних інтернет-журналах. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Журналістика»*. Київ : Видавничий дім «Гельветика», 2021. Том 32 (71). № 4. С. 51–56.
6. Лід (журналістика). *Велика українська енциклопедія*. URL: https://vue.gov.ua/%D0%9B%D1%96%D0%B4_%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0 (дата звернення 12.06.2021).

Suduk I. The peculiarities of the design of the materials in the Ukrainian online magazines for women “The Pani” and “The Kolizhanka” under martial law

Summary. Under martial law, the problem of drawing the readers' attention to the posts in Ukrainian online magazines for women becomes topical. Due to the situation in the country, many people can no longer to follow the news lines. Moreover, for some people it is no longer interesting to read the content that was of interest for them before the war. The article considers the peculiarities of the design of the materials in the Ukrainian online magazines for women "The Pani" and "The Kolizhanka" after the introduction of martial law. The author studies the changes that have occurred in the topics of the posts, as well as analyses what linguistic and extra-linguistic means are used by magazine authors in order to design posts in social media in such a way as to attract the readers' attention and to preserve the amount of the subscribers. The author of the article studies the effectiveness of these means via the analysis of the readers' reactions. The article states that in addition to the content typical for the pre-war period, there also appear many reaction-posts which demonstrate the attitude of the audience to the events in the country. These reaction-posts usually get the greatest number of likes and comments. Apart from that, the posts which concern the correct use of some Ukrainian words and phrases cause a lively discussion among the readers in one of the analyzed

magazines. Among the linguistic means by which the magazine writers try to attract the readers' attention one should single out the great number of exclamatory sentences, verbs in the imperative mood, antonyms, means of peremptory affirmation or denial, rhetorical questions, adjectives and adverbs with evaluative semantics. Speaking about the effectiveness of drawing attention to the magazine materials the author of the article comes to the conclusion that paragraphemic elements used by writers are much more effective than language means. Such paragraphemic elements are emoticons, colored exclamation marks before headlines and leads, the use of capitalization, images,

numbers which are symbolic for Ukrainian culture (7 and 10 in particular), lead breaks, and other elements used by authors of the analyzed magazines. These elements draw the attention of the readers and encourage them to read at least the title of the post. The analysis of the readers' reactions leads to the conclusion that the magazine writers should consider the reading audience (i.e. who exactly reads their posts, and which social network is appropriate for the topics discussed in the posts).

Key words: Ukrainian online magazines for women, social network, content, linguistic and paragraphemic means of attracting readers' attention, post, headline, lead.

*Томусяк Л. М.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри сучасної української мови**Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

ЕКСПРЕСИВІЗАЦІЯ ДУПЛЕКСИВІВ

Анотація. Стаття присвячена опису синтаксичних умов, за яких дуплексивні структури набувають ознак експресивності, стають елементами системи образно-виражальних засобів і виконують прагматичну функцію впливу на адресата. Інтелектуальний та емоційний плани мови взаємопов'язані, це тісно переплетені складники кожного висловлення, суб'єкт якого сам творить дійсність, обирає мовні засоби, які, на його думку, є найкращою можливістю для втілення авторського задуму. Мовна експресія як лінгвістична категорія втілена у різноманітних засобах лексики, семантики, фразеології, стилістики, поезики, риторики. Це явище часто дотичне до психології, психолінгвістики, філософії, естетики, літературознавства та інших наук.

Беззаперечним є факт, що комунікативний характер висловлення, його актуалізовані компоненти завжди визначені семантичною будовою речення та мовленнєвою ситуацією, контекстом. Врахування комунікативної перспективи речення суттєво видозмінює його семантичний аналіз на рівні речення-висловлення: смислова організація речення забезпечує «компонування» в ньому певної інформації, а комунікативна – ієрархізацію цієї інформації, вона виділяє, актуалізує, наголошує певні частини змісту речення, привертає увагу до цих частин змісту. Для актуалізації компонентів структури речення-висловлення дуже важливим, без сумніву, є порядок слів та інтонація.

Завдяки актуалізації дуплексивні синтаксиси через свій багатий семантичний потенціал, виділювальну інтонацію разом з тим актуалізують словесно-художню образність висловлення, створюють особливу конотативну семантику в комунікативно-прагматичній структурі, зумовлюють відхід від стандарту, експресивізацію дуплексивних структур. Особливо це стосується випадків, коли дуплексиви виділені у реченні різними пунктуаційними знаками, що оформляють висловлення не тільки за вимогами граматичної системи мови, а й з врахуванням комунікативно-прагматичних намірів автора висловлення, авторської модальності та інтуїції. Пунктуація нерідко є авторською, відображає індивідуальний стиль мовця, його уподобання, схильність до експресії, його досвід тощо. Такі «авторські» знаки не пов'язані суворими правилами розстановки, а залежать від волі мовця і набувають стилістичної значущості. Однак при цьому, безперечно, повинні бути певні синтаксичні передумови для появи того чи іншого розділового знака, і тут вибір за автором.

Ключові слова: експресія, експресивність, емоційність, дуплексив, дуплексивна конструкція, парцеляція.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Мова є своєрідним кодом, що формує світосприйняття кожної людини, кодом, призначеним для фіксації всіх видів її діяльності, у тому числі й психічної. Інтелектуальний та емоційний

плани мови взаємопов'язані, це тісно переплетені складники кожного висловлення, суб'єкт якого сам творить дійсність, обирає мовні засоби, які, на його думку, є найкращою можливістю для втілення авторського задуму. Естетична інформація, семантична ємність детермінують експресивно-образну організацію висловлення.

Питання про експресивний синтаксис вперше сформулював Ш. Баллі, який вважав афективний фактор (експресивний) обов'язковим компонентом будь-якого висловлення. Особливість співвідношення інтелектуального та афективного рівнів висловлення Ш. Баллі і його послідовники бачили у тому, що афективний рівень є обов'язковим компонентом висловлення, поза яким останнє не існує. Навіть якщо в самій структурі висловлення відсутні будь-які компоненти – показники експресії, то вона в ньому виражається самими почуттями мовця.

Найсуттєвішим для синтаксису виступає розмежування експресивного та емоційного, з одного боку, і експресивного та стилістично забарвленого, з іншого. Досить популярною є думка про те, що експресія за своїм виявом є значно ширшим поняттям, оскільки емоція в мові завжди експресивна, але експресивне не завжди емоційне. У переважній більшості випадків експресію тлумачать як семантичну категорію (визначальною для неї є функція впливу), яка вступає у зв'язок з іншими складовими прагматичного значення: емоційністю, оцінністю, волевиявленням, стильовою прикріпленістю, естетичним значенням. У зв'язку з цим Ш. Баллі розрізняв в афективному факторі два завдання: вираження суб'єктивного світу мовця і використання мовних засобів для впливу на адресата. Очевидно, різницю між емоційним та експресивним слід бачити у мимовільності, довільності емоції (вона пов'язана з почуттями) і вираженні експресії як засобу впливу, коли мовець усвідомлює спрямованість використання певних мовних засобів.

За енциклопедією «Українська мова», «експресивність – це властивість мовної одиниці підсилювати логічний та емоційний зміст висловленого, виступати засобом інтенсифікації виразності мовного знака, засобом суб'єктивного увиразнення мови. Через експресивність виражальних засобів мовець передає своє ставлення до повідомлення і до адресата» [1, с. 170].

Н. Івкова вважає, що проникнення та наявність експресивного синтаксису в українському писемному мовленні можна пояснити граматичним ладом мови, адже в його основі лежить розмовне мовлення, для якого характерна внутрішня членованість цілісних єдностей. Саме від творчої особистості письменника, його світобачення й ідейно-естетичної концепції залежить наявність і розмаїття засобів експресивного синтаксису в художньому тексті [2, с. 56].

Українська мовознавиця С. Єрмоленко акцентує, що експресивність синтаксису в українській мові пов'язана зі

структурами, які мають у своїй семантиці відтінки невимушеного, розмовного мовлення з відповідним виділенням теми й реми, з актуальним членуванням фрази. Експресивну функцію в тексті здатні виконувати будь-які мовно-виражальні засоби, а не лише усталені прийоми досягнення експресивності, такі як тропи та фігури [3, с. 134]. Мовна експресія як лінгвістична категорія втілена у різноманітних засобах лексики, семантики, фразеології, стилістики, поезики, риторики. Це явище часто дотичне до психології, психолінгвістики, філософії, естетики, літературознавства та інших наук.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з досліджуваної теми. Поняття експресії мовних одиниць, зокрема експресії синтаксичних одиниць художнього мовлення має в лінгвістичних дослідженнях неоднозначне трактування. Більшість сучасних мовознавців досліджують мовні засоби експресії в аспекті системи лінгвоструктурного й функціонально-динамічного плану, тобто розглядають експресивні засоби переважно «у контексті, де яскраво проявляється їх кореляція із стилістично нейтральними мовними одиницями та їх власне виразова функція» [4, с. 6]. Виразність мовних засобів є інтегральною властивістю мовлення. Терміни «виразність» і «експресивність» найчастіше є синонімічними. Однак В. Чабаненко підкреслює, що експресія – це не лише виразність, а й «інтенсифікація виразності, це збільшення впливаючої сили сказаного», експресія – це «надання йому особливої психологічно мотивованої піднесеності» [4, с. 7].

З середини 60-х рр. ХХ ст. у мовознавстві з'явився термін «експресивний синтаксис», проте й досі саме поняття експресивного синтаксису є нечітко окресленим. Мовознавці по-різному трактують його, пропонують різні парадигми наукової інтерпретації художнього тексту, серед яких: *функціонально-прагматична* чи *художньо-естетична*.

Деякі проблеми експресивного синтаксису залишаються недостатньо висвітленими і в українській лінгвістиці. Питання типології експресивних конструкцій також залишаються проблемними. До експресивних прийомів традиційно зараховують ті стилістичні фігури, в основі яких парцеляція, сегментація, лексичний повтор, а також повтор з синтаксичним поширенням тощо.

А. Загнітко вважає, що експресивним можна вважати навіть таке висловлення, «у структурі якого можуть бути відсутні які-небудь спеціальні (формально виражені) показники експресії, адже експресія може виражатися самими почуттями мовця» [5, с. 520]. Субкатегоріями експресивності вчений вважає *інтенсивність*, *емотивність*, *оцінність* та *образність*, які формують і поняття експресеми, що є основною одиницею експресивного синтаксису, з якою пов'язують і такі синтаксичні категорії, як *волюнтативність* та *суб'єктивна модальність*.

Базовими категоріями експресивного синтаксису є такі поняття, як «експресія», «експресивність», «експресема».

У нашому дослідженні ми послуговуємося визначенням експресеми Н. Гуйванюк, яка вважає, що експресема – це елемент лінгвостилістичної системи, мовленнєва одиниця, вжита в експресивно-стилістичній функції, яка суміщає в собі власне лінгвістичне з емотивним, волюнтативним, естетичним, художньо-образним, оцінним тощо [6, с. 455].

Експресемами можуть бути різнорівневі одиниці художньої мови, диференційними ознаками яких є логічно-емоційне підсилення як наслідок формальних і семантичних трансфор-

мацій порівняно з узуальними одиницями мови. Розрізняють експресеми різних рівнів: фонетичні, лексичні, фразеологічні, словотворчі та граматичні (морфологічні й синтаксичні).

Різноманітність дефініцій і проблема розрізнення понять «експресія», «експресивність» та «емоційність» обумовлені різними поглядами дослідників та неможливістю виділення єдиного варіанту. Мові за своєю природою притаманна експресивність, у межах якої вона виконує емотивно-конотативну й експресивну функції. Експресивність, із одного боку, формується мовною нормою (як семантична категорія), а з іншого (як стилістична категорія) – відхиленням від норми, що має функціональний, структурний і семантичний характер. В основу дослідження ми поклали дефініцію В. Чабаненка, який вважає, що експресивністю є підсилена інтенсифікована виразність, така психологічно й соціально мотивована властивість мовного знака, яка підтримує загострену увагу читача чи слухача, активізує мислення, викликає почуттєву напругу.

На сьогодні ще остаточно не визначений перелік засобів експресивного синтаксису, адже у будь-якому художньому тексті носієм експресивної думки може стати та чи та морфологічна категорія, будь-яка синтаксична одиниця з особливою структурою, бо все залежить від індивідуального стилю письменника, його намірів і світосприйняття.

Експресивність як прагматична категорія орієнтована на адресата, основна її функція – цілеспрямований вплив на читача (чи слухача) з погляду образної виразності. Експресивізація на рівні синтаксису – це підсилювальна функція синтаксичної конструкції, яка повинна «справляти враження» на адресата, актуалізувати той чи інший зміст, посилити прагматичний потенціал висловлення.

Беззаперечним є факт, що комунікативний характер висловлення, його актуалізовані компоненти завжди визначені семантичною будовою речення та мовленнєвою ситуацією, контекстом. Врахування комунікативної перспективи речення суттєво видозмінює його семантичний аналіз на рівні речення-висловлення: смислова організація речення забезпечує «компонування» в ньому певної інформації, а комунікативна – ієрархізацію цієї інформації, вона виділяє, актуалізує, наголошує певні частини змісту речення, привертає увагу до цих частин змісту. Для актуалізації компонентів структури речення-висловлення дуже важливим, без сумніву, є порядок слів та інтонація. При структуруванні речення в українській мові логічний наголос виноситься на кінець речення, тобто він перебуває на останній синтагмі, яка містить основне смислове навантаження, виконує роль логічного предиката (в експресивному варіанті мовлення ця система порушується).

Метою нашого дослідження є аналіз конструкцій з дуплексивами, які у художньому тексті набувають ознак експресивності й виконують прагматичну функцію впливу на адресата.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Як показують наші спостереження, у реченнях з дуплексивами – чітко фіксований порядок слів, де дуплексив займає кінцеву позицію у реченні, а отже – це актуалізований, інтонаційно виділений компонент, як-от: *Тараско вернувся на своє подвір'я веселий, щасливий; Володько лежав блідий, знесилений, витягнутий, як мрець; Кілька днів ходив старий понурий і сердитий; Вертався до дядька на Запоріжжя злий, пригноблений, вибитий*

з *колії* (З тв. У. Самчука). Засобами актуалізації, як бачимо, слугує порядок слів, інтонування, логічний наголос.

У мовленнєвій діяльності мовець оперує конкретним висловленням, що має певну функційну перспективу, певну прагматичну орієнтацію. В тому чи іншому контексті чи конституації, при конкретній реалізації речення у мовленні виділяємо смисловий центр фрази, тобто актуалізуємо його. Актуалізація формує речення відповідно до комунікативно-прагматичних інтенцій мовця – автора висловлення та комунікативної спрямованості на адресата чи інших учасників комунікативної ситуації. Термін актуалізація (тобто логічне, семантико-стилістичне й інтонаційне виокремлення елемента структури висловлення) «вживається і як синонім до експресивного виділення компонентів чи синтагм при актуальному членуванні речення. Експресивно-актуальне виділення наявне найчастіше тоді, коли рема виноситься в детермінантну препозицію, рідше виділяється в інтерпозиції чи в абсолютному кінці речення», – зауважує Н.В. Гуйванюк [6, с. 388].

У висловленнях, що містять дуплексив, він найчастіше займає кінцеву позицію і стоїть після присудка. Однак зрідка фіксуємо випадки, де його вжито у препозиції щодо предиката або ж на початку речення: *А надвечір мокрий, втомлений і голодний вертався до села* (У. Самчук); *Часом хмарина набігала – здавалося, що себе молодого стріне, а може, удвох з Улянкою чи Зосою* (В. Лис); *Хорий я лежав* (С. Воробкевич); *У новому костюмі, при краватці, прийшов Олесь на котильйонову забаву – нестерпно самотній* (Р.Іванчук). Однак ілюстративний матеріал засвідчує, що дуплексиви є інтонаційним центром висловлення незалежно від позиції, а зі зміною звичного для нього місця посилюється й експресивність такого висловлення, і вагомість дуплексива, і його функційне навантаження, оскільки саме дуплексивний компонент несе основну семантичну інформацію, є інформативно значущим, активізує увагу адресата, здійснює на нього вплив.

Отже, завдяки актуалізації дуплексивні синтаксеми через свій багатий семантичний потенціал, виділювальну інтонацію разом з тим актуалізують словесно-художню образність висловлення, створюють особливу конотативну семантику в комунікативно-прагматичній структурі, зумовлюють відхід від стандарту, експресивізацію дуплексивних структур. Особливо це стосується випадків, коли дуплексиви виділені у реченні різними пунктуаційними знаками, що оформляють висловлення не тільки за вимогами граматичної системи мови, а й з врахуванням комунікативно-прагматичних намірів автора висловлення, авторської модальності та інтуїції. Пунктуація нерідко є авторською, відображає індивідуальний стиль мовця, його уподобання, схильність до експресії, його досвід тощо. Такі «авторські» знаки не пов'язані суворими правилами розстановки, а залежать від волі мовця і набувають стилістичної значущості. Однак при цьому, безперечно, повинні бути певні синтаксичні передумови для появи того чи іншого розділового знака, і тут вибір за автором.

Найбільш поширеним знаком, що вживається для відокремлення дуплексивів, є, звичайно, кома. Однак досить часто використовується і тире, якому надається перевага перед комою, очевидно, тому, що тире здатне виражати більш різноманітні семантичні відношення в реченні і є сильнішим знаком, вагомим порівняно з комою. Тире посилює актуалізацію дуплексивних компонентів, підвищуючи експресивність, інтонаційно

виділяючи його, сприяє концентрації й конденсації смислу: для читача дуплексив стає найважливішим компонентом у сприйнятті повідомлюваного. Тире у таких випадках є елементом системи стилістико-художніх засобів. Напр.: *Капітан завагався, Зося стояла і незмигну дивилася йому в очі – горда і виструнчена* (В. Лис); *Батько сидів з веслом на кормі – веселий і дужий* (О. Довженко); *Степан... утер горілчані сльози й заснув, як був, – у чоботях, празниковому галіфе та шовковій сорочці*; (Г. Тютюнник); *Зарицький задав постать Письменника – зсутуленого, старого, з темними трагічними очима...* (Р. Іванчук); *Султан полюбив її – уярмлену, понижено, пригнічену* (П. Загребельний).

Уживання тире в таких випадках є, на нашу думку, стилістично маркованим, авторським пунктуаційним знаком, що надає значний заряд експресивності висловлення і тісно пов'язаний з авторськими інтенціями, виражаючи комунікативну позицію мовця-автора. Вибір розділового знака (чи його відсутність, яка і є, власне, домінують у таких структурах) – це відображення волі мовця, авторського осмислення тексту.

Посилення функції розчленування мовлення, а відтак і експресивізації речення-висловлення, спостерігаємо також і у випадках вживання крапки в нетиповій для неї позиції – на місці коми, тире чи навіть можливої відсутності будь-якого розділового знака. Йдеться про явище парцеляції. Спостереження показують, що дуплексивні компоненти при особливій їх актуалізації можуть парцелюватися, виділятися в окрему самостійну частину, яка, однак, семантично і структурно тісно пов'язана з реченням. Залишаючись смисловим і граматично організованим цілим, речення синтагмовано на кілька окремих частин, відмінних інтонаційно. Дуплексиви, відділені від іншої частини речення крапкою, набувають більшої значущості й віддільно-акцентуючого смислу, оскільки на парцелятах зосереджений стилістичний акцент, як-от: *Яків так і залишається сидіти. Закам'янілий. Зрештою починає гойдатися, мов сам себе заколихує* (В. Лис); *Надвечір Володько ступає додому. Веселий, щасливий. Він несе в собі радість...* (У. Самчук); *Він і побачив того чоловіка. П'яного, обіраного, хоч ще не вельми старого* (В. Лис); *Пан вийшов до нас. Сердитий, лютий* (Панас Мирний); *Бронко мав би велику охоту вийти з кімнати. Розчарований* (І.Вільде). Такі парцельовані компоненти набувають більшої змістової й емоційної виразності, посилюється їх семантична й інформативна значущість, сприяють експресивному виділенню думки, а читачеві легше сприйняти повідомлюване, що подається у декілька мовленнєвих тактів. Унаслідок членування речення синтаксично залежні парцеляти стають комунікативно самостійними, однак зміст парцелята, як правило, стає зрозумілим лише тоді, коли його розглядати разом з попередньою частиною речення. Комунікативна самостійність увиразнює дуплексиви і сприяє зосередженню на них уваги адресата. Зміст такого контексту складає синтаксична і смислова єдність, отримана від складання змісту базового речення і парцелята. В інтонаційній характеристиці цієї моделі виражається її основна функційна і психолінгвістична ознака – актуалізація й експресивізація дуплексивів.

Ілюстративний матеріал засвідчує, що здебільшого такі виділені автором в окремі «речення» компоненти функціонують не поодинокі, а в низці однорідних елементів, створюючи сурядний ряд функційно однотипних словоформ. Такі сурядні ряди дуплексивів сприяють посиленню експресії, оскільки

вияскравлюють деталі опису чи характеристику героя (зовнішній вигляд, фізичний або психічний стан) або якогось предмета, ситуації, конкретизують зміст базової частини висловлення, створюють у читача ефект «присутності», безпосередності відчуттів, на які орієнтоване зображуване: *Стояли і дивились. Неголені... Забрюхані... З хворобливо запаленими очима...* (І. Багрянйий); *Селяни на вільній ниві! Восени пригадай, як пішли у гніві по майбутнє твої сини! Драні... Темні... Голодні... Босі...* (С. Плужник). Таким нанизуванням компонентів автор досягає особливого ефекту градації ознаки у художньому мовленні, яке набуває ознак психологізму міркування, народно-розмовного мовлення. Парцелять, що здійснює комунікативну послідовність між реченевими структурами, можна назвати темо-рематичним центром висловлення. Він набуває більшої змістової й емоційної виразності, а отже, сприяє експресивізації думки.

У художньому мовленні натрапляємо на випадки, коли дуплексивні компоненти повторюються, «розгортають» авторське висловлення, підвищують концентрацію певної семантики – автор зосереджує увагу на ключових елементах висловлення, разом з тим підсилює його виразально-зображувальні властивості, як-от: – *Ой, йой! Кого я бачу! Зараз, зараз! – це Лазюк. Убіг розчервонілий, в окулярах... За шкельцями блискучі очі. Володько уперше бачить його в окулярах* (У. Самчук). Дуплексивні синтаксеми *в окулярах*, ужиті дистантно, деталізують зміст висловлюваного, фіксують увагу читача на портретному описі персонажа, надають тексту емоційно-експресивного забарвлення, допомагають авторові створити емоційне тло оповіді.

Висновки з дослідження. Отже, у різний спосіб актуалізовані дуплексиви увиразнюють висловлення, фокусують увагу читача. Актуалізація дуплексивів, як і будь-яких інших мовних одиниць, відповідно до авторських інтенцій, мети, задуму, мовленнєвої ситуації робить їх експресивними.

Література:

1. Українська мова: Енциклопедія / Редкол.: Русанівський В.М. (співголова), Тараненко О.О. (співголова), М.П. Зяблюк та ін. - 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Вид-во "Укр. енцикл." ім. М.П. Бажана, 2004. – 824 с.
2. Івкова Н.М. Членовані конструкції як засіб вираження експресивності в тексті. Матеріали міжрегіональної конференції молодих учених. Горлівка : Вид-во ГДПШМ, 2003. С. 208–210.
3. Єрмоленко С.Я. Синтаксис і стилістична семантика : [монографія]. Київ : Наук. думка, 1982. 210 с.
4. Чабаненко В.А. Основи мовної експресії. К.: Вища шк., 1984. 167 с.
5. Загнітко А. Теоретична граматики української мови: Синтаксис. Донецьк: ДонНУ, 2001. 62 с.

6. Гуйванюк Н.В. Слово – Речення – Текст : Вибр. праці. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2009. 664 с.

Tomusiak L. Expressivisation of duplexives

Summary. The article is devoted to the description of syntactic conditions under which duplex structures acquire expressive features, become elements of the system of figurative and expressive means and perform a pragmatic function of influencing the addressee. The intellectual and emotional planes of language are interconnected, they are closely intertwined components of each statement, the subject of which creates reality himself, chooses the language means that, in his opinion, are the best opportunity for the realization of the author's idea. Linguistic expression as a linguistic category is embodied in various means of vocabulary, semantics, phraseology, stylistics, poetics, and rhetoric. This phenomenon is often related to psychology, psycholinguistics, philosophy, aesthetics, literary studies and other sciences.

It is an undeniable fact that the communicative character of the utterance, its actualized components are always determined by the semantic structure of the sentence and the speech situation, the context. Taking into account the communicative perspective of a sentence significantly changes its semantic analysis at the sentence-utterance level: the semantic organization of a sentence ensures the "composition" of certain information in it, and the communicative one – the hierarchization of this information, it highlights, actualizes, emphasizes certain parts of the content of the sentence, draws attention to these parts content Word order and intonation are undoubtedly very important for the actualization of the components of the sentence-utterance structure.

Thanks to the actualization, duplex syntaxes, due to their rich semantic potential, highlighting intonation, at the same time actualize the verbal and artistic imagery of the expression, create a special connotative semantics in the communicative-pragmatic structure, lead to a departure from the standard, expressiveness of duplex structures. This especially applies to cases when duplexes are highlighted in a sentence with different punctuation marks that shape the statement not only according to the requirements of the grammatical system of the language, but also taking into account the communicative and pragmatic intentions of the author of the statement, the author's modality and intuition. Punctuation is often the author's, reflecting the individual style of the speaker, his preferences, inclination to expression, his experience, etc. Such "author's" signs are not bound by strict rules of arrangement, but depend on the will of the speaker and acquire stylistic significance. However, at the same time, there must be certain syntactic prerequisites for the appearance of this or that punctuation mark, and here the choice is up to the author.

Key words: expression, expressiveness, emotionality, duplex, duplex construction, parcellation.

*Топчий Л. М.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри української мови та літератури**Ізмаїльського державного гуманітарного університету*

ПРО ІНКЕКТИВНИЙ ФОНД СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Анотація. Статтю присвячено описові такого лінгвістичного феномену, як інвектива, різкого словесного випадку. Це будь-яка номінативна одиниця, що вжита з метою «зачепити», образити, принизити, дискредитувати адресата і яка несе пейоративну експресію несхвалення, зневаги, презирства. Формою вираження інвективи можуть бути як літературні слова і стійкі мовленнєві звороти з інвективним сенсом, так і позалітературні, що порушують норми суспільної моралі. У цьому дослідженні робиться спроба здійснити опис мовних одиниць, які є засобом формування інвективних смислів у сучасній українській мові. На сьогодні лінгвістичний статус цього явища майже не визначено, тому його різноманітні номінації вживають як синонім лайки, вульгаризму, сленгу, бруднослів'я, образи, матірщини, татуйованої та обценної лексики, гострого викривального виступу, обценізму.

На сучасний момент сформувалися два напрями тлумачення інвективи. Перший – це будь-яка літературна форма слова, що використовується з метою нанесення публічної образи адресату мовлення. Другий – інвектива ототожнюється із табуйованим знаком, який закріплений у мовному узусі, але лежить за межами нормативної літературної мови і має стилістичний маркер «вульгарний», «грубий», «лайливий». Ядро цієї категорії сформовано переважно лексико-семантичними компонентами із концептом «образ», мовленнєвої агресії як основи мовленнєвого акту. Критерій інвективності залежить від семантики слова, від контексту і ситуації конкретного мовленнєвого акту, від прагматичних авторських інтенцій, від соціального стану адресанта. Цей лінгвістичний феномен пов'язаний з порушенням мовних, культурних, етичних і стилістичних норм і властивий усім мовам. Маркери інвективності експлікуються у мові та мовленні майже на всіх рівнях. Інвективна лексика є експресивною, характеризується вульгарністю, грубістю, непристойністю, лежить за межами нормативної мови. Цей мовний пласт є кумулятивним лінгвістичним феноменом, що вбирає будь-які лексичні одиниці національної мови, які реалізують або змінюють свою семантику в негативній (конфліктній) соціокультурній комунікації. Категорія інвективності – це лінгвосоціальне явище, яке стає органічною складовою національної мови.

Дослідження інвективної лексики має велике значення для вивчення специфічних аспектів міжособистісної комунікації, пов'язаних як з конфліктною інтеракцією, так і з багатосторонньою мовною практикою на різних рівнях та в різних типах дискурсу.

Ключові слова: інвектива, образа, вербальна агресія, лайлива лексика, негативна оцінка, некодифікованість.

Постановка проблеми. У лінгвістиці прошарок лексики із різким словесним випадком викликає зацікавлення тим, що слова із негативно-оцінною семантикою, публічно принижуючи гідність особистості та порушуючи мовні, етичні,

культурні норми, формують фонд мовних засобів вираження інвективних смислів. У нашій розвідці категорія інвективності найближча до концепту «образ», мовленнєвого акту у формі вокатива, в основі якого – мовленнєва агресія. З появою наукових досліджень лексики, що виступає засобом вираження вербальної агресії, з наукової тіні в Україні остаточно вийшли інвективи і зайняли таке ж важливе місце, як жаргон і сленг. Невичерпний потенціал і публічний ареал некодифікованої лексики, зумовлений її універсальністю і багатогранністю, сприяв виникненню інтересу до розгляду інвектив з боку різних наукових дисциплін (лінгвістики, соціології, психології, психолінгвістики, юриспруденції).

У даний час цей пласт лексики переміщується до центру уваги наукових дисциплін філологічного та культурологічного профілю, що говорить про актуальність проблематики інвектив для сучасного мовознавства. Цим терміном послуговуються й у розвідках, які присвячені проблемам юридичної лінгвістики. Крім того, актуальність дослідження обумовлена недостатньою вивченістю більшості питань, пов'язаних з визначенням лінгвістичного місця інвективи в мовній системі, способами реалізації інвективної лексики та особливостями її функціонування в різних національних культурах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Номінативні одиниці, інтенції яких – публічне приниження особистості, ганьба та збездечення її у цинічній і різкій формі, тобто інвективи, порівняно недавно стали об'єктом наукового інтересу. Українська лінгвістика відреагувала на інвективізацію мови і мовлення підвищенням інтересу до цього явища. З'явилися окремі статті та монографії, присвячені його вивченню, особливо такої категорії мовних одиниць, яку сучасні лінгвісти позначають як «некодифікована», «табуйована», «обценна», «знижена», «недрукована» лексика (Вільчинська Т., Шевчук В., Коваленко Б., Ставицька Л., Курська О., Завражина Н. та ін.). Описові лайливої лексики з семантико-функційного погляду присвятили свої наукові розвідки Я. Радевич-Винницький, Л.Мацько; з комунікативно-прагматичного – С. Форманова, О. Бойченко, Ю. Бельчиков, Н. Заворотичева. У прагмалінгвістичному аспекті їх розглядали Г. Завражина, Л. Гараєва; у гендерному – Л.Ставицька, Л.Корнева; у лексикографічному – Л. Ставицька, Т. Вільчинська та ін. Особливості стилістичного маркування інвективи аналізує О. Немировська; специфіку її функціонування у різних функціональних стилях мови простежують С.Єрмоленко, А. Миколайчук; проблему функціонального статусу інвективи досліджує С.Форманова. Репрезентацію української інвективи як мовленнєвого жанру і як типу мовлення, аналіз у гендерному аспекті ґрунтовно представлено в її монографії «Інкективи в українській мові». Системний опис лайливої лексики, зокрема одиниць скатологічного характеру, здійснює М.Ткачівська.

Мета статті. Мета нашої розвідки полягає у з'ясуванні інвективного фонду сучасної української мови, у визначенні його семантико-тематичної класифікації.

Реалізація поставленої мети передбачає вирішення низки конкретних завдань: – розглянути інвективу як некодифіковану лексику; – виокремити мовні маркери інвективності; – проаналізувати складові корпусу інвективної лексики; – систематизувати типи інвектив в сучасній українській мові.

Виклад основного матеріалу. Лінгвістичний тезаурус з негативною емоційною оцінкою займає певне місце в мові будь-якого соціуму. Слова і вирази з образливою семантикою кваліфікуються в лінгвістиці як «інвективна лексика». Це, найчастіше, вокативні номінативні одиниці, які потенційно можуть використовуватися як образа адресата. Даний лексичний пласт стає «культурним феноменом соціальної дискредитації суб'єкта засобами інформації, яку йому адресовано» [1, с. 25].

У рамках цього дослідження інвективність визначається як властивість одиниць мови та мовлення характеризуватися потенціалом природної конфліктності. Ядро цієї категорії переважно сформовано лексико-семантичними компонентами, які й експлікують концепт образи. А.Давиденко на підставі коефіцієнта образливості пропонує умовний поділ інвективних лексем на три категорії: на « власне образи; слова зневажливого забарвлення та лексеми, що можуть використовуватися для акту образи» [2, с. 146]. Базовою одиницею інвективності є інвектема. Ця мінімальна одиниця з оцінним компонентом є центром осередку образливості, носієм потенційно образливої інформації, що репрезентується, як правило, у слові, словосполученні, реченні. Інвектемами, зазвичай, стають ядерні слова – актуалізатори, семантичні центри інвективної інформації.

У науковій літературі інвектива розглядається як будь-яке образливе висловлення, у широкому сенсі, і як спосіб вираження вербальної агресії некодифікованими засобами, у вузькому. Це будь-яка номінативна одиниця, що вжита з метою «зачепити», образити, принизити, дискредитувати адресата і яка несе пейоративну експресію несхвалення, зневаги, презирства.

До складу цього тезауруса входять, в першу чергу, так звані, «знижені» (вульгарні, жаргонні, пейоративні) лексеми, що порушують мовні літературні норми і які вживані у всіх типах комунікації, у всіх дискурсах з метою досягнення певного комунікативно-прагматичного ефекту. Особливу категорію інвективного лексикону становить некодифікована (обсценна) лексика.

Для українського обсценного мовного простору відповідними можна вважати такі непохідні лексеми, як *власне матизми*, слова, пов'язані із сексуальною діяльністю; *обсценна лексика* сексуальної сфери; *обсценізми* несексуальної сфери [3, с. 100–101].

Інвективна лексика багатофункціональна і служить, насамперед, засобом репрезентації негативних (агресивних, конфліктних) інтенцій та емоцій учасників комунікації. Цей мовний пласт є кумулятивним лінгвістичним феноменом, що вбирає будь-які лексичні одиниці національної мови, які реалізують або змінюють свою семантику в негативній (конфліктній) соціокультурній комунікації. З огляду на свою експресивну семантику інвективи, що виражають в екстремальній формі оцінні суження про адресата, чітко ілюструють систему цінностей тієї чи іншої лінгвокультурної спільноти.

До розряду інвектив потрапляють усі лексичні та фразеологічні одиниці, які несуть у своєму значенні критичні характеристики суб'єкта і в силу своєї пейоративної семантики можуть потенційно образити адресата. При цьому вони не обов'язково повинні належати до некодифікованого або табуованого пласта лексики та фразеології. Завдати образу людині можна, як відомо, і без застосування інвектив (наприклад, іронією, недоречним жартом або порушенням правил ввічливості), але саме інвективи складають список найбільш «різких» слів у мові.

Отже, інвектива – це засіб здійснення вербальної агресії, який має два різновиди: *агресивний* та *експлетивний* (вигуківий) (*пипець, блін, задовбав*) [1, с. 233].

Інвектива як лінгвістичний феномен пов'язана з порушенням будь-яких норм і властива усім мовам світу. Це – процес, який породжує саме мовлення, це природний продукт, який перебуває у тісному співвідношенні з нормативними параметрами оцінки літературної мови [1, с. 6]. В інвективі як засобу вербального вираження емоцій переважає пейоративний емоційний та оцінний компоненти, які часто майже повністю витісняють денотативні ознаки. Через це така лексика лише частково реалізує основну функцію мови – комунікативну, головною ж її функцією є експресивна (емотивна).

Інвективність як функціонально-семантична категорія експлікується майже на всіх мовних ярусах. Так, на рівні фонетики, перш за все, йдеться про звукову оболонку інвективних одиниць, про кореляцію між звуковою формою слова та його змістом. Наслідком створення інвективного потенціалу – наявність у звуковій формі слова певних поєднань звуків (частіше приголосних) типу [x], [ш], [ж]. На словотвірному рівні маркерами інвективного значення можуть виступати певні афікси: -инд (*а)(дуринда*), -ок (*придурок*), -от (*сволота*), -к (*ідіотка, толка*), -ак (*мудак*) тощо. На синтаксичному рівні дослідники виокремлюють такі показники, як відсутність будівельних елементів, надмірна складність (простота) синтаксичної моделі, зміна синтаксичних значень, паралелізм, а також і порядок слів як вагомий аспект оцінки інвективності. Найчастіше інвективні моделі припускають наявність зворотного порядку слів типу: *«Пішов ти...»*.

Найчисельнішим рівнем маркованих інвективністю слів є лексичний рівень. Цей прошарок інвективного лексикону представлений некодифіковану лексику, яка безпосередньо призначена для образи (*погань, виродок, мурло, покидьок, сволота* тощо). М.Ткачівська наголошує, що існують пласти мови, в яких вже «закладена негативна конотація, домінантна для більшої кількості мовців». До них авторка зараховує «лихі слова», непристойну лайку, обсценізми та матірну лексику [4, с. 230].

Виокремлюються десемантизовані літературні, просторічні, жаргонні лексеми та словоформи, в основі яких – загальний семантичний компонент «негативна оцінка» разом з компонентом «непристойна форма». До складу інвективи також відносять вигуківі висловлювання (*Бісова душа! Чорт забирай! Прокляття!*) та просторічний вокабуляр (*Кобель! Чорт!*) [1, с. 169]. Національно-специфічним різновидом інвективи вважають і прокльони [1, с. 176–190]. Джерелами формування інвективної лексики можуть бути й такі способи переосмислення лексичних одиниць, як пейоратія та евфемія.

Інвективну лексику відрізняє дифузність її значень, що зумовлено її експресивно-оцінним характером. Серед україн-

ських інвектив є безліч таких, які не мають певного значення і можуть використовуватися для звинувачення в різних пороках, починаючи від дурості і закінчуючи неохайністю, що ускладнює класифікацію інвективних засобів.

Проте, класифікацію інвектив за семантичними особливостями традиційно подають відповідно до засуджувальних ними пороків. С.Форманова виділяє чотири основні лексико-семантичні сфери, які орієнтовані 1) на внутрішні риси людини; 2) на зовнішні риси людини; 3) на соціально-національні риси людини та 4) лексико-семантичну сферу, що спрямована на стать та сексуальну активність людини [1, с. 195]. Для найбільш зручного опису та систематизації інвектив у науковій літературі пропонується наступна семантико-тематична класифікація: 1) інвективні лексичні одиниці загального характеру (*дядько лисий, чортів діти, паскуда*); 2) інвективні позначення недоліків розумового розвитку (*дурень, бевзень, вайло*); 3) інвективні позначення зовнішності людини (*корова, бегемот, мавпа*); 4) інвективні позначення негативних рис характеру (*кобель, овца, східна*) та асоціальних моделей поведінки (*курва, шахрай, бандит*); 5) інвективні позначення відхилень у здоров'ї (*каліка, німий, сліпак*); 6) інвективні лексичні одиниці на позначення віку (*стара карга*); 7) інвективні позначення назв професій у переносному значенні (*кат, коновал, м'ясник*); 8) інвективи, пов'язані з національністю, релігійною належністю (*бульбаши, москаль, чурка, єретик*) тощо. Стало поширеним використовувати інвективи на позначення характеристик партій, відомих політичних діячів (*регіонали; комуняки; професор* (В. Янукович) тощо).

Зазначимо, що залежно від того, яка саме людська особливість стає предметом засудження, образа може сприйматися адресатом як більш-менш грубою. Вибір формул з яскраво вираженим пейоративним забарвленням, грубою експресією, зокрема і вживання обценної лексики, також залежить від того, про який недолік йде мова. Так, найбільш серйозними видаються образи, що вказують на фізичні недоліки, що не піддаються виправленню, захворювання, якими страждає адресат (психічні відхилення, дефекти мови, слуху, зору тощо).

Також складовою інвективного фонду є слова, пов'язані з бастардом (з *франц.*- позашлюбна дитина): *байстрюк, вилупок, вишкребок, сучий син* тощо.

Як свідчить аналіз наукової літератури з досліджуваної проблеми, інвектива може бути невербального і вербального типу. Перший тип – це вульгарні жести (демонстрація язика, кулака, дулі, середнього пальця, крутіння пальця біля скронь) та дії (стукотіння кулаком по столу, гримання дверима). До вербального типу належать образливі мовні одиниці, адресовані співрозмовникові, які принижують його та завдають моральної шкоди. У сукупності форми невербальної інвективи підсилюють вербальну [5, с. 83].

Розрізняють також інвективу імпліцитну й експліцитну [6; с. 7]. Під експліцитною інвективою розуміються такі лексеми, зміст яких чітко окреслений, зрозумілий. Такі одиниці мають об'єктивне значення, але у поєднанні з іншими словами можуть семантично модифікуватись, набуваючи при цьому додаткового аксіологічного нашарування.

У імпліцитній (невяній) інвективи негативна семантика висловлювання прихована, проте для співрозмовника вона все одно образлива. До імпліцитних прийомів, через які мовець може принизити адресата, належать такі: використання часток

з семантикою несхвалення; використання питань для докору, приниження адресата; вживання асоціацій, співзвучних з грубими словами; нехтування відповіддю співрозмовника недбалою посмішкою; навмисне переривання відповіді мовця тощо. Така поведінка також негативно, але імпліцитно впливає на співрозмовника.

Диференціація інвективи може відбуватися і за специфікою її використання. Розмежовують інвективу в міжмовній комунікації; інвективу на фасадах будинків, парканах, місцях загального користування та інвективу у художній літературі та засобах масової інформації [7, с. 82].

Розрізняють інвективу і за ступенем образливості. Так, за цим принципом виокремлюють 4 рівні. Перший рівень – це рівень інвективного мовного простору нейтрального характеру (*лох* (дурна людина; наївна, довірлива людина), *гопник* (вуличний злодюжка, груба неотесана людина), *телепень* (нерозумна, вайлувата людина; вайло, тухлий), *дурень* (розумово обмежена, тупа людина). У переносному значенні ці лексеми можуть набувати пейоративної конотації, семантика яких вже буде сприйматися як образлива. Кодифікуються такі лексеми з позначкою «*розм.*», «*зневажл.*», «*жарг.*».

Серед українських інвективних засобів виявлено чимало зооморфізмів, переносно-образне значення яких спрямоване на позначення інтелектуальних здібностей і асоціальних моделей поведінки. Відповідно, до другого рівня найчастіше відносять зоосемантичні метафори із інвективною оцінкою особистості з чітко вираженою негативною експресією (*півень* (задерикувата й запальна людина; пасивний гомосексуаліст), *кобила* (огрядна, дебела дівчина чи жінка), *віслук* (вперта і тупа людина). Кодифікуються ці номінативно-експресивні одиниці позначкою «*лайл.*», «*вульг.*», «*жарг.*», «*розм.*».

Третій рівень формують лексеми з лайливою, обценною семантикою. Так, з негативною оцінкою особистості відзначаються слова *курва* (гуляща жінка; жінка легкої поведінки; розпусниця, повія), *падла / падлюка* (непорядна, підла людина; негідник; дуже погана людина) тощо. Стилістична позначка таких ненормативних утворень – «*лайл.*», «*обсц.*», «*згруб.*».

До четвертого рівня образливості відносяться обценні лексеми з високим зарядом нецензурності, емоційності та експресивності. Складовою обценного лексикона є матизми, матірні лайка, матюк. За Словником української мови, «матюк – вульгарна лайка (звичайно, з образливим словом *мати*)» [8, с. 654]. Л. Ставицька зазначає, що «мат» – російського походження, яке первісно означало «голос» (рос.- *благим матом*). За спостереженнями С.Форманової, походження «матюків», окрім російського, ще й німецьке, польське, угорське.

Практика лихослів'я була започаткована в українській культурі ще в язичництві. Вважається, що «матірні» номінації спершу були адресовані демонічним персонажам з намаганням образити «чортову матір». За припущенням, давні слов'яни, щоб викликати чорта, зверталися до гучної лайки та свисту. Відповідно, лайлива лексема на початку символізувала факт спілкування з «демонами». На думку дослідників, коли первинний адресат лайливої лексики був забутий, інвективи в сучасній комунікації використовуються для психічної розрядки, іноді заради епатажу, позерства, іноді – для зв'язку слів. Слова цього пласту мови можуть і не виконувати функцію інвективи, а слугувати елементом вияву сплеску емоцій, можуть використовуватися як під впливом стану афекту, так

і стають « мовним кодом» у певній частині суспільного класу. У дружньому спілкуванні найгрубіша лайка використовується як засіб експресивності, так і як знак приналежності до певного суспільного прошарку.

Зазначений пласт лексики має найвищий ступінь образливості, брутальності і негативної оцінки. Можна стверджувати, що наявність інвективної маркованості мовлення є яскравим соціальним портретом мовця, оскільки за ознаками ненормативної лексики можна визначити не лише його стать, а й вік, рівень освіти, соціальний стан.

Отже, корпус інвективної лексики української мови може містити як пряму, так і непряму образу, семантичне наповнення якої ґрунтується на лайці, прокльонах, запозиченнях, оцінно-маркованій лексиці, на лексемах скатологічного характеру.

Висновки та перспективи. Категорія інвективності – це лінгвосоціальне явище, що є органічною складовою національної мови, це системно-структурне утворення, одиниці якого реалізуються в мові.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо в аналізі й систематизації основних функцій інвективної лексики у різних дискурсах; у проведенні спостереження над нею у прагмалінгвістичному та комунікативно-дискурсивному аспектах; у введенні в дослідницьку практику інвективологічного аналізу тексту, спрямованого на виявлення одиниць із інвективним потенціалом.

Література:

1. Форманова С.В. Інвективи в українській мові: монографія. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. 336 с.
2. Давиденко А.О. Лінгвістичні аспекти перекладу ненормативної лексики *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Філологія. Одеса, 2015. Вип. 19. Т.2. С. 145–147.
3. Ставицька Леся. Українська мова без табу. Словник нецензурної лексики та її відповідників. Обсценізми, евфемізми, сексуалізми. Київ: Критика, 2008. 454 с.
4. Ткачівська М. Російська лайка або щедра спадщина. *Сучасні дослідження з лінгвістики, літературознавства і міжкультурної комунікації* (Матеріали ІV Міжнародної наукової конференції). Івано-Франківськ, 2017. Вип. ELLSC. С. 229–234.
5. Романюк І.В. Конфліктні діалоги в оповідних текстах І.С. Нечуя-Левицького. *Наук. Вісн. Південноукраїнського нац. пед. у-ту ім. К.Д. Ушинського*: зб. наук. праць. Одеса : Астропринт, 2011. С. 312–318.
6. Маслова Г. М. Інвективно марковані компоненти у «відкритому листі» як об'єкт перекладу. *Наук. вісн. Херсонського у-ту*: зб. наук. праць. Херсон, 2016. Вип. 3. С. 39–43.

7. Форманова С.В. Історія походження української інвективи. URL: [file:///C:/Users/%D0%A2%D0%B0%D0%BD%D1%8F/Downloads/zukm_2010_19_12%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/%D0%A2%D0%B0%D0%BD%D1%8F/Downloads/zukm_2010_19_12%20(3).pdf)
8. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. К.: Наукова думка, 1970–1980.

Topchyi L. The invective foundation of the Ukrainian modern language

Summary. The article is devoted to the description of such a linguistic phenomenon as invective, a sharp verbal outburst. This is any nominative unit used with the purpose of "touching", insulting, humiliating, discrediting the addressee and which carries a pejorative expression of disapproval, disdain, contempt. The form of expression of invective can be both literary words and persistent speech phrases with an invective meaning, as well as non-literary ones that violate the norms of social morality. In this study, an attempt is made to describe linguistic units that are a means of forming invective meanings in the modern Ukrainian language. Nowadays, the linguistic status of this phenomenon is almost undefined, therefore its various nominations are used as a synonym for cursing, vulgarism, slang, foul language, insults, motherhood, tattooed and obscene vocabulary, sharp incriminating speech, obscenity.

At the present time, two directions of interpretation of invective have formed. The first is any literary form of the word used for the purpose of inflicting a public insult on the addressee of the speech. The second – invective is identified with a taboo sign, which is fixed in the linguistic usage, but lies outside the normative literary language and has the stylistic marker "vulgar", "rude", "swearing". The core of this category is formed mainly by lexical-semantic components with the concept of "insult", speech aggression as the basis of the speech act. The criterion of invective depends on the semantics of the word, on the context and situation of a specific speech act, on the pragmatic intentions of the author, and on the social status of the addressee. This linguistic phenomenon is associated with the violation of linguistic, cultural, ethical and stylistic norms and is characteristic of all languages. Invective markers are explicated in language and speech at almost all levels. The category of invective is a linguistic and social phenomenon that becomes an organic component of the national language.

The study of invective vocabulary is of great importance for the study of specific aspects of interpersonal communication related to both conflictual interaction and multilateral language practice at different levels and in different types of discourse.

Key words: invective, insult, verbal aggression, abusive language, negative assessment, non-codification.

Хоменко Т. А.,

кандидат педагогічних наук, доцент,

доцент кафедри германських мов, зарубіжної літератури та методик їхнього навчання
Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка

ТЕОНІМИ В МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ ДАВНІХ ГЕРМАНЦІВ

Анотація. Вивчення мовної картини світу знаходиться в центрі уваги дослідників вже кілька десятиліть. Її пізнання дає змогу зрозуміти ментальність та спосіб життя народу, що важливо при спілкуванні з представникам іншої культури. Поняття мовної картини світу у науку ввів Л. Вайсгербер. З того часу цей термін зазнавав змін. Зараз мовна картина світу розглядається як відображення у значенні лексичних одиниць уявлень про світ певного етносу. На початку 21 ст. Р. Зіmek та В.В. Левицький розглядали проблеми міфології та міфопоетичної картини світу давніх германців. Дана стаття має на меті з'ясувати та описати лексеми-теоніми в мовній картині світу давніх германців в лексико-семантичному аспекті.

В основі вірувань давніх германців лежав політеїзм. Вони вірили у багатьох богів, наділяли їх певними надприродними можливостями. У германців існувало загальне слово *gūða, значення якого затемнене – це той, кого шанують або самостворена субстанція. У них верховним богом вважався Один/Водан. Це ім'я містить пояснення його характеру та багатьох функцій. Один/Вотан уособлював стихійні сили природи, він був богом бурі. Він був лютим богом, богом війни та покровителем воїнів. Одночасно з цим він міг усюди проникати та збирати мудрість, був богом поезії та верховним шаманом.

Його всепроникність та лють уособлена в атрибутах: найвищому троні, чарівному коні, вовках та воронах. Ім'я Одіна/Вотана міститься у назві дня тижня середі (англ. Wednesday), іноді його ім'ям називали людей. Багато сіл та гірських вершин у місцях розселення давніх германців носить ім'я верховного бога Одіна/Водана.

Один витіснив з місця верховного бога Тива/Тюра. Ім'я Тива генетично пов'язане з іменами Зевса та Юпітера, він був богом неба і сонця. Із зміною способу життя давніх германців актуальними стали битви за виживання та експансія на інші землі, тому Тив/Тюр змінив свої функції, перетворившись на бога війни, а потім і зовсім поступився місцем Одіну/Вотану. Тиву/Тюру присвячений день тижня вівторок (англ. Tuesday, нім. Dienstag). Ім'я цього бога зустрічається в топонімах та іменах людей.

Ключові слова: мовна картина світу, лексична одиниця, давні германці, теоніми, верховний бог германців.

Постановка проблеми. Мовна картина світу інтенсивно вивчається дослідниками в останні десятиліття. Матеріальні та духовні реалії народу відображаються у мовній картині світу, тому знання мовної картини світу має велике значення в контексті контакту культур. Одні й ті ж явища життя по-своєму фіксуються кожним народом у його мові. Отже, певним чином відрізняється бачення народами навколишнього світу. Сучасна людина все частіше потрапляє у обставини, коли треба контактувати з представниками іншої культури. Тому необхідно ознайомитися з основними реаліями, що містяться в мовній

картині світу іншого народу. У таких ситуаціях важливо знати про базові поняття мовної картини світу свого співрозмовника, а також про її історичний розвиток.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У наукову термінологію поняття мовної картини світу ввів Л. Вайсгербер у 30-х роках минулого століття. Він зазначав, що картина світу конкретної мови містить духовний зміст, знання, що існують у мові конкретної спільноти [1]. Зараз мовна картина світу розглядається Ю.Д. Апресьяном та його учнями як відображення в семантиці мовних одиниць уявлень про світ, притаманних носіям певної мови та культури, що сприймаються ними як самоочевидні [2, с. 17].

В останні роки в публікаціях розглядалися проблеми про співвідношення мовної картини світу, концептуальної картини світу та художньої картини світу [3], професійну мовну картину світу [4], фразеологічні одиниці-теоніми в українській мовній картині світу [5].

У середині 20-го століття А.Я. Гуревич, В.Я. Петрухін, Т.В. Топорова М.І. Стеблін-Каменський випустили праці, що були присвячені германо-скандинавській міфології. На початку 21 ст. Р. Зіmek, В.В. Левицький займалися питаннями германської міфології та міфопоетичної картини світу давніх германців.

Дану статтю присвячено таким не вирішеним раніше проблемам, як дослідження відображення германо-скандинавських теонімів лексичними та семантично-етимологічними засобами в мовній картині світу давніх германців.

Мета статті – з'ясувати та описати слова-теоніми в мовній картині світу давніх германців в лексико-семантичному аспекті.

Виклад основного матеріалу. В основі вірувань давніх германців лежав політеїзм індоєвропейців. І індоєвропейці, і германці вірили у багатьох богів та приписували їм певні функції. Але у різних груп індоєвропейців верховна істота називалася по-різному. Вважається, що слов'янське слово «бог» має зв'язок з давньоіндійським bhaga- – «той, хто розподіляє блага, любов», у романських народів назва бога має латинське коріння deus (< іє. *dejeqs < *dej-/di- «сяяти, блищати» > «небо») [6, с. 66].

Германське слово *gūða, що означає «бог» має нев'язнену етимологію. Воно зіставляється з дінд. hūta «покликаний», hávatē «кличе» *ghutō «той, кого кличуть, викликають чарівництвом». Також беруть до уваги дінд. слово juhōti «підливає масло у вогонь, жертвує», *gūða «той, кому жертвують, поклоняються, почитають» [6, с. 68]:

a. god «бог», да., дфріз. god, н. Gott «бог», днв. got, дс. god, шв. gud, дісл. guð, гот. guþ, gudis, герм. *gūða «бог» [7, с. 229].

Я. Грімм вказував на зіставлення Gott з перс. *khodā*, що розглядалося як скорочення з авест. *qvadāta* «самоданий, нестворений», санскр. *svadāta* «самостворений» [8, с. 150]. У германно-скандинавській міфології боги походили з двох родів – роду асів та роду ванів:

н. Ase «бог з роду Асів», днв. ans- (в іменах власних), да., дс. *ōs* «бог», дісл. *äss*, рун. *ansur*, гот.-лат. *anses* (мн.) «напівбоги», < герм. **ansuz* «бог з роду Асів»// дінд. *ásuga-* «бог, дух», авест. *ahū* «пан», іс. *ansu-/ṅsu-* «бог, божество, дух»

Назва *ans/as* пов'язувалася із індоєвропейським коренем **an-* «дихати», з герм. **ansuz* – з хет. *ḥaššu-* «цар», гр. *hēnia* «вузда» («бог, що зв'язує»); – з хет. *ḥaššu-* «цар» та *ḥaš-* «народжувати» < іс. **Hons-/Ḥṣ-* «народжувати, робити» (> «засновник роду» > «бог»).

Виходячи з культу ідолопоклонства, коли поклоніння богів мислилося як поклоніння стовпу із зображенням бога (відомий у землях саксів стовп Ірмінсуль), **ansu-* «бог» пов'язувалося з **ansa-* «стовп»: гот. *ans* «балка, колода», дісл. *äss* «стовп, балка», свн. *ans-boum* «міст у вигляді колоди».

Назва іншої групи богів – ванів – пов'язується із позначенням любові, приязні: дінд. *vanas-* «бажання», дісл. *vinp* «друг», да. *wine*, днв. *wini* «друг», іс. **ṷen-* «бажати, хотіти, прагнути» [6, с. 69].

Верховним богом давніх германців вважався Водан або Одін (**Wōdinaz*, дісл. *Ōdinn*, днв. *Wuotan*, да. *Wōden*); назва **wōdinaz* має етимологічні зв'язки з німецьким словом *Wut* «лють» < герм. *Wōdaz* «одержимий, шалений, лютий»/

Я. Грімм вказував, що готською мовою це ім'я мало б форму *Vōdans*, давньоверхньонімецькою мовою його писали як *Wuotan*, лангобарди – *Wōdan*, *Guōdan*, давні сакси – *Wuodan*, *Wōdan*, жителі Вестфалії – *Guōdan*, *Gudan*, англосакси – *Vōden*, фризи – *Wēda*, скандинави – *Ōdinn*, на Фарерських островах – *Ouvin* [8, с. 330]. Він пов'язував ім'я Вотана/Одіна, по-перше, із давньоскандинавськими словами *waða*, *ōð* та давньоверхньонімецьким *watan*, що означали «перетинати, переходити, стрімко рухатися»; по-друге, з іменником *wuot*, яке походить з дієслова *watan*, та означало «розум, вдача» і «стрімкість, буйство»; по-третє, із давньоскандинавським словом *ōðr*, що значило «розум», по-четверте, з баварським *wueteln*, що мало значення «рухатися», «нормитися», «буйно рости», «розцвітати».

Таким чином, в імені цього бога (заховані) його функції та поле діяльності. Одін був всесильним, усюдисущим божеством із швидко мінливим, запальним, диким характером, що уособлював стихійні сили природи та, зокрема, бурю. Він керував Диким воїнством, яке з'являлося на небі під час бурі. Одночасно Одін виступав як мудрий та могутній бог. У Одіна був трон Хлідскьяльв (*Hliðskjalf*), найвищий у світі, звідки він і оглядав увесь світ та бачив що де відбувалося. На цьому троні дозволено сидіти лише йому та його дружині богині Фрігт. Його всепроникність відображена також у функціях воронів, які йому належали, і які літали світами і розповідали Одіну, що вони бачили. Імена воронів – Хугін («мудрий») та Мунін («пам'ятаючий») – вказують на те, що їх володар міг думкою полинути у будь-яку частину своїх володінь.

У міфах Одін з'являвся в образі подорожнього, воїна, шамана, поета, мудреця, знавця рун. Як подорожній він приходив в домівки людей в образі одноокого старого, одягненого у синій плащ та крислатий капелюх. Одін перевіряв людей на гостинність та щедрість, караючи негостинних та жадібних

навіть смертю. Його каральна функція уособлена у двох вовках, які йому належать, – Гері («жадібний») та Фрекі («ненажерливий», «лютий»).

Як бог війни та Верховний воїн Одін володів чарівним восьминогим конем Слейпніром та списом Гунгніром. Його кінч теж міг проникати куди завгодно, він міг перетинати кордони світів і мчати по землі та у повітрі. Спис мав властивість влучати у ціль, а потім повертатися назад до хазяїна. Одін – лютий бог. Він розпалював агресію між людьми і під час битв забирав воїнів до його палацу Вальхалли, збираючи своє військо на час Рагнарьоку. Одін вважався покровителем воїнів і звався *valfadir*, *herfadir* («батько загиблих», «батько воїнств»). Замість слова «вмерти» скандинави вживали вирази «уходити до Одіна», «гостити у Одіна», «відвідувати Одіна».

Одін хотів зібрати всю світову мудрість та готовий багатим пожертвувати за неї. За ковток мудрості з джерела Міміра він віддав йому одне око. В. Левицький зазначає, що у цьому міфі наявний зв'язок між зором та знаннями (рос. «видеть» – «ведать») [6, с. 66]. За знання рун він провів шаманський обряд і повісився на Світовому дереві, де перебував дев'ять днів і ночей без пиття та їжі, пробитий своїм же списом, принісши у жертву себе собі ж. У Одіна були назви *galga valdr* «шибениці володар», *galga farmr* «шибениці тягар», *hangagoð*, *hangatútr* «висячий бог». Він вмів оживляти повішаних та розмовляти з ними.

Слова, що позначали лють та одержимість, характерні для Одіна, генетично пов'язані у германських мовах з поняттям «поезія»: дісл. *ōðr* «поезія, одержимість», да. *wōr* «спів, голос, поезія»; лат. *vātēs* «пророк, провісник», дісл. *faith* «поет», дінд. *Vātaḥ* «вітер, бог вітру», рос. вития «оратор» < іс. **ṷen-/ṷē-/ṷe-* «дути» [6, с. 66]. Одін вважався богом поезії. Про це розповідає давньоскандинавський міф щодо здобуття ним у велетнів меду поезії. Цікаво, що готське слово *vōpīs* означає «солодкий».

На честь цього бога був названий «середній» день тижня, середа: у Вестфалії – *Godenstag*, *Gonstag*, *Gaunstag*, *Gunstag*, в Аахені – *Gouesdag*, на Нижньому Рейні – *Gudestag*, *Gudenstag*. У середньонідерландській мові середа називалася *Woensdach*, у новонідерландській – *Woensdag*, у давньофризькій – *Wernsdei*, у новофризькій – *Wansdey*, у північнофризькій – *Winsdei*, у давньоанглійській – *Vōdenes*, *Vōdnes dæg*, в англійській – *Wednesday*, у давньоскандинавській – *Ōdinsdagr*, у шведській – *Onsdag*, у данській – *Onsdag* [8, с. 317].

Я. Грімм вказував, що ім'я верховного бога давали і людям – *Wuotan*, *Woatan*, *Wuotunc*, *Wōdunc* [8, с. 330]. У розмовних формулах у Вестфалії зустрічався зворот «O Woudan! Woudan!», у Мекленбурзі – «Wod! Wod!». У давніх англійців Чумацький шлях називався *saer Gwydion* «замок Гвідона» у нідерландців сузір'я Великої ведмедиці та зірка Арктур називалися *Woen-swaghen*, *Woonswaghen* «повозкою Водана».

У місцях розселення германців у пізніші часи утворювалися села та місцевості із назвами *Wōdenesweg*, *Watanesweg*, *Wōdeneswege*, *Wdenswege*, *Wōdenswege*, *Wutenswege*, *Godenschwege*, *Gutenswegen*, *Wōdenesberg*, *Gotansberg*, *Wodnesbyrg*, *Vōdnesbeorg*, *Wodnesbury*, *Wodnesdyke*, *Vōdanesfeld*. Гори також часто мають назву, пов'язану з Воданом/Одіном: *Othensberg-Onsberg* (острів Самсе), *Odensberg* (Сконе), *Wōdenesberg-Gudenesberg-Godesberg* (Бонн), *Gudensberg-Vdenesberg-Wuodenesberg* (Гессен), *Gudensberg* (Ерксхаузен), *Gudenberg* (Оберельзунген), *Wonesberth* (Арденни), *Vōdnesbeorg-Wodnesborough-Wansborough* (Вілпшир).

Ім'я верховного бога зустрічалося у обрядових піснях по закінченню жнив та сінокоосу. Люди залишали незібраним врожай з останньої ділянки і закликали коня Одіна прийти поїсти, а Одіна освятити наступний врожай: *Wode, Wode, hal dinen rosse nu voder...* [8, с. 357]. В Данії та Ісландії невеликий водоплавний птах – малий уліт – названий на честь Одіна «*Óðinshani*», «*Odenshane*», «*Odensflug*». У Нідерландах відстань між великим та вказівним пальцем називали *Woedensspanne*, *Woedenspanne*, *Woenlet* «суглоб Вотана», «п'ядь Вотана».

Але не завжди Один був верховним богом германців. Як і у більшості народів, бог неба/сонця стояв на чолі пантеону германських богів. Із зміною способу життя змінилися також функції верховного бога, він став відповідати не за «ясний день», а за удачу на війні. Потім ці функції перейшли до більш «підходящого» бога Водана/Одіна.

Германське слово **tīwaz* пов'язане із подібними словами в інших індоєвропейських мовах: гр. *Zeús* (< **Дје-us*) Зевс, лат. *deus* «бог», дінд. *dēvāh* «бог», укр., рос. диво, дінд. *div* «небо», лат. *Jovis*. На основі фонетичного підходу можна виявити спорідненість **tīwaz* із словом «день». Германська лексема **tīwaz* виникла із індоєвропейського **dejeu-* – це один з варіантів кореня з гетероклітичною основою -*eu/-n*: **dejeu-/dejen*. Поданий другий варіант цього кореня відображений в укр. день, псл. **dънь*, гот. *sin-teins* «щоденний». Обидва варіанти мають витоки з іє. **deǵ-/di-* «сяяти, блищати». У давніх індійців, греків, римлян *diva/zeus* був богом неба і верховним богом: дінд. *dyáuṣ-pitár* – гр. *Zeu-pater* – лат. *Jū-piter* «небо-батько» [6, с. 65].

У давньоскандинавській мові цей бог звався *Tǫr*, у давньоанглійській – *Tīw*, у давньонімецькій – *Ziu*, у готській – *Tīus*. Давньоскандинавські джерела характеризують Тюра як найвідважнішого та найсміливішого, розумного та мудрого. Чоловікам варто було звертатися до нього. Від нього залежала перемога у бою.

День тижня вівторок названий на честь Тюра. Шваби називали його *Ziastac*, алеманни – *ziestag*, *zinstag*, *ziestig*, *zistig*, *zienstig*, *zeinstig*, *zinstag*, у Центральній Німеччині – *diestag*, *tiestag*, новонімецькою мовою – *Dienstag*, середньонімецькою мовою – *Disendach*, *Dicendach*, *Dissendach*, новонімецькою – *dingsdag*, *dinsdag*, *dissendag*, давньофризькою – *Tysdei*, новофризькою – *Tuesdey*, північнофризькою – *Tirsdei*, давньоанглійською – *Tīves dæg*, англійською – *Tuesday*, давньоскандинавською – *Týrsdagr*, шведською – *Tisdag*, данською – *Tirsdag* [8, с. 317].

Цей день був присвячений загальним зборам германців – тингу. На ньому, поміж іншого, розглядалися і судові справи. Тому Тив/Тюр може вважатися богом тинга та правопорядку.

В «Молодшій Едді» Тюр названий сином Одіна. Одіна називали *Sigtǫr* (бог перемоги), *Hroptatǫr* (бог мудрості), *Gautatǫr* (богом гетів), *hāngatǫr* (бог повшаних), *faromatǫr* (бог вантажів), *bōdvarǫr* (бог битв), *geirtǫr* (бог списа), *angantǫr* (бог радості). Тор названий *reiðatǫr*, *reiditǫ* (бог повозки) [9]. Друга частина цих назв *tǫr* показує, що Тюр був старший за Одіна та Тора. У «Пісні про Хюміра» батьком Тюра названий велетень Хюмір, що підтверджує, що Тюр вів свій родовід від велетнів, як і сам Один, і був за рангом, щонайменше, рівним йому, а з етимологічної точки зору – набагато старшим. Напевне, у пізні часи Одіну приписували батьківство інших богів-асів, оскільки він вважався *Alföðr* «всеотцем».

Тюр згадується у міфах. Коли асам знадобився великий казан на святі, організованому велетнем Егіром, Тюр разом з Тором рушили до оселі Тюра. В його батька Хюміра якраз зберігався підходящий. Коли вони прийшли до батьків Тюра, мати сховала їх, бо Хюмір був дуже злим велетнем. Він глянув на стовп, за яким ховалися Тюр і Тор, стовп поламався, казани, що висіли на ньому розбилися, вцілів лише один. Це і був потрібний їм казан. Пройшовши низку випробувань, Тор забрав казан та приніс його асам. Кожного року аси варили в ньому пиво.

Ще один міф пов'язаний з вовком Фенрфром, якого породив Локі. Разом з іншими дітьми Локі це чудовисько привели до Одіна, і аси вирішили залишити його у себе під наглядом. За пророцтвом Фенрір мав вбити Одіна, а аси хотіли цьому завдати. Вовк ріс дуже швидко, годувати його наважувалася лише Тюр. Щоб нейтралізувати вовка, аси задумали його зв'язати. Два рази їм це не вдавалося, вовк рвав ланцюги. Тоді темні альви виготовили ремінець, який вовк розірвати не міг. Ніби граючись, аси запропонували йому і втретє випробувати свою силу. Щось підозрюючи, Фенрір погодився за умови, що хтось з асів вкляде йому руку до пащі. Це зробив Тюр. Як вовк не старався, не міг він звільнитися від ремінця і тоді відкусив Тюру руку до зап'ястя. Тюр залишився одноруким.

Під час Рагнарьоку Тюр бореться із псом Гармом. До цього пес був прив'язаний у печері Гніпахеллір, а під час Рагнарьоку вирвався на волю. Цей пес вважався найнебезпечнішим. Тюр вступив з ним у бій, і обидва загинули.

Ім'я Тюра входило до складу топонімів, ймовірно, на цих місцях були його святилища у язическі часи. У Нижній Саксонії знаходилися гора *Ziesberg* (гора Ціо) та населений пункт *Tisdorf* (село Тіса), у Баварії – *Zierberg*, у Нижньому Гессені – *Zierenberg*. У Зеландії зустрічалися назви *Tubierg* (гора Тюра), *Tisvelde* (Тисове джерело), *Tyusting* (тинг Тюра), у Ютландії – *Tystathe* (маєток Тюра), *Tiislunde* (ліс Тііса), у Швеції – *Tistad* (маєток Тюра), *Tisby* (поселення Тюра), *Tisjö* (озеро Тюра), *Tyved* (ліс Тюра).

Деякі рослини називали іменем Тюра: *Týsfiola* «фіалка Тюра», фіалка пахуча, *Týrhialm* «шолом Тюра» аконіт, *Týviðr*, *Tyved*, *Tysved*, «деревина Тюра», вовче лико, *tistbast*, вовчаник. Тюру присвячена руна *t *tīwaz* – *Tīu*, Тив [8].

Теонім Тург зафіксований у давньогерманських іменах: дсканд. *Angantǫr* (чол.) (дсканд. *angi* «солодкий запах» + дсканд. *tívar* «боги»); герм. *Angandew* (чол.) (дсканд. *angi* «солодкий запах» + герм. **Tīwaz* «бог»); англ. *Ongendéow* (чол.) (дсканд. *angi* «солодкий запах» + герм. **Tīwaz* «бог»); ісл. *Arntǫr* (чол.) (дсканд. *orn* «орел» + дсканд. *tívar* «боги»); ісл. *Bryntǫr* (чол.) (дсканд. *brynja* «броня, кольчуга, захист» + дсканд. *tívar* «боги»); шв. *Tifrið* (жін.) (дсканд. *tívar* «боги» + дсканд. *fríðr* «прекрасний, миролюбний»); ісл. *Naftǫr* (чол.) (дсканд. *haf* «море, океан» + дсканд. *tívar* «боги») [10].

Висновки. У політеїстичній системі вірувань давніх германців верховний бог міг змінювати функції або повністю передавати свої функції іншим богам. У скандинаво-германській міфології чільне місце посідав спочатку бог Тив/Тюр як бог ясного неба, потім він змінив свої функції, став богом війни і врешті поступився місцем Одін/Водану. Германське слово **gūða* що позначало бога, не має визначеної етимології і може відображати уявлення германців про бога як про вищу субстанцію, яку треба кликати, якій треба жертвувати, поклонятися або як самостворену сутність. Остання характеристика

більше підходить Тиву/Тюру як богу неба і сонця, Інші значення характеризують бога-помічника та бога-стихію. Зміна функцій богів та повна заміна бога іншим вказує на зміну способу життя народу. В епоху Великого переселення народу землеробство відійшло на другий план, а наука воювати набула пріоритету. Ймовірно, тому поряд із загальним терміном *gūða інтенсивно вживалося слово «аси», що означало «вищі/верхні боги». Аси не розумілися як самостворені боги, вони самі створювали, наприклад, інструменти, людей. У міфах аси мали особисті риси, діяли, як люди, думали, як люди, мали свої переваги та недоліки. Людське суспільство спроектоване на життя богів. З оповідей можна дізнатися про мораль, звички та цінності давніх германців. Один є всепроникним, мудрим, войовничим, знавцем поезії та рун, лютим, безжалісним, знавцем магії. Це те, до чого прагнули та чого боялися давні германці. Ці якості та вміння у давніх народів вважалися знаками могутності, завдяки ним людина могла добитися влади над іншими людьми.

Тива/Тюра та Оліна, Вотана шанували у всіх ареалах проживання германських племен. Назви топонімів свідчать про багаточисельні місця їх шанування та жертвоприношення. Цим богам приносилися людські жертви і вивішувалися на деревах. Германцям було важливо, щоб боги війни допомагали їм у битвах, дарували перемогу і цінували відданість людей їм. Навіть після смерті воїни хотіли залишатися воїнами і бути поряд з шанованим богом.

За топонімікою Одіну/Водану були присвячені місцевості, ймовірно, колишні гаї, гори та населені пункти у цих місцях. Тиву/Тюру присвячували також і ліси та озера. Імена обох богів входять до назв днів тижня, чоловічих та жіночих імен, назв рослин та птахів. У рунічному алфавіті є руна t «*tīwaz», що означає «Тіу, Тив». Це показує, що цей бог мав виняткове значення для життя германців, вважався давнім богом, який був у витоків зародження світу та життя у ньому.

Література:

1. Вайсбергер Й.Л. Родной язык и формирование духа. Москва: УРСС Эдиториал, 2004. 232 с.
2. Зализняк А.А., Левотина И.Б., Шмелев А.Д. Ключевые идеи русской языковой картины мира. Москва: Языки славянской культуры, 2005. 544 с.
3. Яремчук А. Мовна картина світу – концептуальна картина світу – художня картина світу: параметричні ознаки й характер співвідношення. *Studia ukrainica posnaniensia*. 2020. Vol. VIII/1. Pp. 69–76. doi: 10.14746/sup.2020.8.1.06
4. Матвеева С.А. Лінгвокогнітивне моделювання професійної мовної картини світу. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. 2020. Т. 31. № 14. С. 34–40. doi.org/10.32838/2663-6069/2020.1-3/06
5. Вільчинська Т. Фразеологічні одиниці української мови з теонімічним компонентом як маркер національно-мовної картини світу українців. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія:

Філологія. 2020. Т. 2. № 44. С. 84–89. doi:10.24144/2663-6840/2020.2(44).64-89

6. Левицький В.В. Основи германістики. Вінниця: Нова книга, 2008. 528 с.
7. Левицький В.В. Этимологический словарь германских языков: в 2 т. Вінниця: Нова книга, 2010. Т. 1. 614 с.
8. Гримм Я. Германская мифология: в 3 т. Т. 1. URL: www.studfile.net
9. Стурлусон С. Видение Гюльви. URL: www.norroen.info
10. Nordic Names. URL: www.nordicnames.de

Khomenko T. Theonyms in the language world-view of ancient Germans

Summary. The study of the language world-view has been in the center of researches' attention for several decades. The cognition of it gives the possibility to understand the nation's mentality and way of life which is important in communication with representatives of other cultures. L. Weisgerber has brought the notion of language world-view into the science. Since that time this notion had some changes. Now language world-view is understood as the reflection of world perception into the meanings of lexical units of concrete ethnos. R. Simek and V. Levitskiy studied the problems of mythology and mythopoetic world-view of ancient Germans. The purpose of this article is to find out and describe language world-view lexemes-theonyms of ancient Germans in the lexical-semantic aspect.

Polytheism was the basis of the beliefs of the ancient German. They believed in many gods, endowed them with certain supernatural abilities. The ancient Germans had a common word «*gūða», the meaning of which is unclear. That is that who is honored or is a self-created substance. Odinn was the main god by the ancient Germans. Its name contains an explanation of its nature and many functions. This god personifies the elemental functions of nature, he is the god of the storm. He is a fierce god, god of war and the patron of warriors. At the same time with this he can penetrate everywhere and collect wisdom, he is the god of poetry and the supreme shaman.

His omnipresence and fury are personified in attributes: the highest throne, the magical horse, wolves and ravens. The name of Odinn/Wotan is included in the name of the day of the week (Wednesday), some people were called by this name. Many villages and mountain peaks in the places of settlements of the ancient Germans bear the name of the supreme god Odinn.

Odinn ousted the supreme god Tiv/Tyr from his place. The name Tiv is genetically related to the name of Zeus and Jupiter, he was the god of the sky and the sun. With the change in the way of life of the ancient Germans, the battles for survival and expansions to other lands became relevant, therefore Tiv/Tyr changed his functions into the god of war, and then gave completely his way to Odinn/Wotan. The day of the week was dedicated to Tiv/Tyr (Tuesday). The name of this god is found in toponyms and names of people.

Key words: language world-view, lexical unit, ancient Germans, theonyms, supreme god of the Germans.

Чекарева Є. С.,

доктор філологічних наук, доцент,

професор кафедри історії зарубіжної літератури і класичної філології
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

КОНЦЕПТ ЧАСУ В СИСТЕМІ АФОРИЗМІВ ЛАТИНСЬКОЇ МОВИ

Анотація. Незважаючи на розробку окремих питань репрезентації категорії часу на матеріалі класичних мов з позицій антропоцентричного підходу, на сьогодні спостерігається брак у вивченні лексичного поля темпоральності, що включає сукупність способів вираження часових відношень за допомогою спеціальної часової лексики і характеризується складністю й широтою системних зв'язків. Актуальність роботи визначається тим, що попри довгу традицію збору, класифікації й загального аналізу латинських афоризмів у сучасній лінгвістиці досі не розглянуто питання репрезентації концепту часу в цій групі фразеологічних одиниць. Натомість системний опис афоризмів означеної семантики допоможе виявити специфіку реалізації темпоральної концептосфери в лексичній системі латинської мови, а відтак – глибше зрозуміти світоглядні засади формування культури античного світу.

Мета наукової розвідки полягає в тому, щоб описати та проаналізувати систему афоризмів латинської мови часового значення, визначити специфічні для носіїв мови принципи фіксації і репрезентації знань про час загалом, його вплив на людину та довкілля, виявити стратегію часової параметризації носіями римської етноментальності. Досягнення означеної мети передбачає систематизацію та опис фразеологічних одиниць за семантичними ознаками та особливостями їх уживання в темпоральному контексті.

У результаті проведеного дослідження сформульовано наступні висновки: афоризми – система виразів, яка дає можливість розкрити уявлення людини про світ і час. В афоризмах представлено час з усіма характерними для нього ознаками: тривалість, момент, межа у часі, послідовність подій (минуле, сучасне, майбутнє). Афоризми з семантичним компонентом «час» виконують важливі дидактичні функції, слугуючи настановою та попередженням на майбутнє, передають загальні міркування про час і таким чином закликають до дбайливого й поміркованого ставлення до кожної миті, відведеної людині для життя.

Ключові слова: латинська мова, фразеологічна одиниця, афоризм, крилаті вислови, лексична семантика, концепт часу.

Постановка проблеми. У фразеологічній системі мови, як у дзеркалі, відображаються культура етносу, його відносини з іншими народами, періоди становлення та розвитку як етнічної спільноти. Традиційно вважається, що і в культурі, і в мові кожного народу присутнє універсальне й національно-специфічне. Особливо яскраво простежуються ці відмінності саме в національних стереотипах та в їхній лінгвістичній реалізації, оскільки етнічні спільноти диференціюються за різним історичним та економіко-культурним досвідом народу, який визначає його світогляд, політику й поведінку.

Вивчення національних фразеологій становить інтерес не лише з погляду визначення специфічних чи унікальних їх ознак. На тлі відмінностей простежуються прикмети типологічної подібності або генетичної спорідненості елементів фразеологічної моделі, образності, компонентного складу.

Афоризми як оригінальні й лаконічні висловлювання видатних представників різних культур, поряд із пареміями, що традиційно включаються до фразеологічного фонду мови, здатні зберігати в собі величезний обсяг накопиченого різними цивілізаціями знання людини про оточуючий світ та охоплюють усі сфери людської життєдіяльності.

Термін афоризм (від грец. ἀφορισμός – короткий вислів) – влучний оригінальний вислів, що зробився усталеним; яка-небудь узагальнена думка, висловлена стисло в дуже виразній, легкій для запам'ятовування формі, яка згодом неодноразово відтворюється іншими людьми. В афоризмі досягається найвища концентрація безпосереднього повідомлення і того контексту, в якому думка сприймається слухачем або читачем.

Найстародавніші європейські прислів'я і приказки виникли в античній Греції, де вони отримали назву *λαροῦσία*, звідки походить і сучасний термін паремія (прислів'я, приказка). За визначенням античних філологів (Доната, Діомеда, Квінтіліана та ін.), паремія – це вислів, який має переважно метафоричну форму і містить у собі повчання й настанови, корисні для життя. Аристотель уважав, що паремії – це залишки, фрагменти якоїсь стародавньої мудрості (філософії), яка загинула підчас великих катастроф людства, однак уривки її випадково збереглися й дійшли до наступних поколінь [1, с. 11].

Прислів'я, приказки, гноми, сентенції, афоризми, апофтегми часто вживалися видатними давньогрецькими і римськими філософами, поетами, ораторами, державними й політичними діячами. Вони й самі створили численні мудрі стислі вислови, які згодом стали крилатими.

Таким чином, латинські афоризми – це в основному прислів'я, крилаті слова і вислови славетних римських письменників і державних діячів, видатних людей пізнішого часу, які писали латинською мовою. Одним із найважливіших їх джерел були також міфи, байки, притчі.

Сьогодні латинські крилаті вислови, афоризми продовжують, як і раніше, виконувати багатовекторну роль: вчать стисло висловлювати власну думку і розуміти чужу, поглиблюють культуру рідної мови; у навчанні сприяють засвоєнню лексики, повторенню і поглибленню граматичних знань, зокрема, у словотворі, де виступають споріднені фразеологізми. Багато в чому завдяки афоризмам здійснюються цілеспрямовані процеси виховання, освіти, управління, розваги та взагалі будь-якої форми осмисленої життєдіяльності. Адже немає жодної сфери людського буття, якій не були б присвячені афоризми

і немає такої сфери людської активності, в якій вони не були б використані. І це не випадково. Вся цінність тієї чи іншої афористичної форми полягає в тому, що в дуже короткому викладі точно й чітко передається думка, ставлення або явище, які інакше доводиться висловлювати довго, складно і для більшості незрозуміло.

При доборі фразеолого-афористичного матеріалу важливе значення завжди приділялося змісту, також зверталась увага на цікавість, влучність і мудрість, в яких відобразився багатовіковий досвід давніх предків, їх життєві цілі та переконання. Зокрема, в системі афоризмів відбилася й специфіка уявлень про час – один з базових концептів людини, що формує її світоглядні позиції. Дослідження латинських паремій з цього погляду дозволить розкрити важливе питання про те, як римляни сприймали час як явище, яке людина не може ігнорувати в своєму бутті, постійно відчуває його дію й спостерігає його вплив на все довкола. Ідея про афоризм як концентровану форму вираження того чи іншого важливого для носіїв мови змісту дає змогу подивитися на нього як на особливу компактную форму, що містить знання про категорію часу з її типовими та етно-специфічними рисами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення латинських афоризмів має давню традицію, яка передбачала головним чином збір, класифікацію, загальних аналіз вказаних фразеологічних одиниць. Різним аспектам функціонування цих семантичних одиниць приділяли увагу Н.Г. Корж, Ф.Й. Луцька [1], М.Т. Бабичев, Я.М. Боровський [2], В.Г. Гончаренко [3], Ю. В. Цимбалюк [4, 5]. Ними проведена велика робота зі збору, систематизації, класифікації та популяризації латинських висловів.

Наявність значної кількості збірок латинських крилатих слів, перекладених різними мовами світу, коментарі й тлумачення їх численними дослідниками, представниками різних шкіл та напрямів свідчать про постійний інтерес до вивчення цих фразеологічних одиниць. І все ж таки досі залишається широким коло питань, пов'язаних насамперед із «внутрішньою формою» латинських афоризмів, того знання про світ, яке вони зберігають у собі.

Актуальність нашої роботи визначається тим, що, попри традиційно велику увагу до латинських афоризмів як культурного надбання народу та загальним питанням їх класифікації та історії походження у сучасній лінгвістиці досі не розглянуто питання реалізації в системі таких фразеологічних одиниць концептуальних сфер різного характеру, зокрема й темпорального.

Натомість системний опис афоризмів означеної семантики дозволяє нам глибше зрозуміти систему базових концептів носіїв латинської мови, до яких, без сумніву, належить і концепт часу, і ширше уявити світоглядні позиції людини античної доби.

Мета роботи полягає в тому, щоб описати та проаналізувати систему афоризмів латинської мови часового значення, визначити специфічні для носіїв мови принципи фіксації і репрезентації знань про час загалом, його вплив на людину та довкілля. Вивчення афоризмів у часовому вимірі передбачає їх аналіз у різних аспектах. Для реалізації мети дослідження необхідно дібрати відповідні фразеологічні одиниці, систематизувати їх за семантичними ознаками та особливостями їх уживання в темпоральному контексті, визначити роль у загальній темпоральній концептосфері латинської мови.

Виклад основного матеріалу. Синтез концептуального, теоретичного мислення й сутнісного відтворення логічних категорій як форм освоєння суб'єктом об'єктивного світу створює інтегральне бачення часових відношень і відповідні прийоми оперування з параметрами часу, аналізу об'єктивних часових характеристик.

Залежно від культурно-історичних особливостей кожної епохи змінюється інваріантний характер відображення часу, тобто його перцептивний образ. Звичайне й художнє усвідомлення людиною часу ґрунтується на перцептивному сприйнятті часових параметрів конкретних об'єктів і процесів. Окрім того, слід враховувати, що будь-яка форма пізнання, зокрема й чуттєвого, в кожному суспільстві певною мірою залежить від характерних для неї категоріальних структур, які відтворюють різнопланові характеристики буття, які склалися емпіричним шляхом на основі попереднього розвитку пізнання. Теоретичне уявлення античного світу про час ґрунтується на ідеї про всезагальну, природну, закономірну й гармонійну організацію всесвіту. Питання про співвідношення психологічного часу з часом онтологічним і фізичним порушувалося вже античною філософією [6, с. 11–12].

Як зазначає Л. Звонська, у давні часи людина міфологізувала абстрактне поняття часу. Міфологічний час постає як «початковий», «ранній», «перший» час, «прачас», що передуює емпіричному (історичному) «профанному» часу. Онтологічне та гносеологічне розуміння часу в античній філософії та міфології, на сюжетах якої розгортаються колізії епосу, у творах античної трагедії та комедії, аллюзії лірики, історико-ораторський наратив є підґрунтям його мовної репрезентації крізь призму сприйняття реалій часу як окремим індивідуумом, так і носіями однієї етноментальності. Це повною мірою стосується й римської літератури, філософської думки і загалом латинської етноментальності [7, с. 167].

Розвиток і абстракція ідеї часу отримали своє втілення і в системі латинських афоризмів.

Матеріалом нашої наукової розвідки стали більше сотні афоризмів з темпоральним значенням. У дослідженій групі фразеологічних одиниць представлено час з усіма його типовими ознаками: послідовність, тривалість дії і часу, вказівка на часову межу, позначення конкретних темпоральних проміжків.

Час у загальному значенні представлено в 27 фразеологічних одиницях. У латинських афоризмах він постає як особливого роду субстанція, ресурс, який може змінюватися кількісно й якісно, самостійно впливати на життя і вчинки людини, витрачатися, рушити: *Tempus edax rerum – Всеноглинаючий час (Овідій); Nosce tempus – Знай час (на все своя пора); Tempori parce – Бережи час (Сенека); Utere temporibus, propere nam cuncta senescent – Часу не гай, бо все швидко старіє; Honestas lex est temporis necessitas – Влада часу – це закон, гідний поваги (Публій Сип).*

Послідовність дій у часі в лінійному вимірі «теперішнє – минуле – майбутнє» представлено в таких афоризмах: *Quodcumque retro est – Все, що пройшло, пройшло (Горацій); O mihi praeteritos referat si Juppiter annos! – О, якби Юпітер повернув мені минулі роки! (Вергілій); Omne futurum incertum – Майбутнє завжди непевне; Non quaere, quid sit futurum cras – Не питай про те, що буде завтра (Горацій); Quod hodie non est, cras erit: sic vita traditur – Чого немає сьогодні, то буде завтра: в цьому все життя проходить (Ціцерон).*

Цікаві кількісні показники дослідження цієї групи афоризмів. Крилаті вирази, що вказують на минуле налічують загалом 11 позицій, на теперішнє – 5, майбутнє – 19. Як бачимо, найменша кількість фраз репрезентують теперішній момент. Це повною мірою відповідає загальній тенденції до меншої об'єктивності в мові саме теперішнього часу. Момент відносно теперішнього часу порівняно з моментом відносно встановленого часу, де теперішній час є точкою відліку, характеризується граничною й обмеженою кількістю пунктів, що взаємодіють із ним у часовій системі координат. Натомість інші пункти в часі, обрані та встановлені мовцем, самі по собі різноманітні й мають більшу кількість зв'язків з іншими точками в часі, що і знаходить вираження у більшій кількості конструкцій темпоральної семантики [8, с. 327].

Циклічність життя та природи з її невинним обертаням, змінами і поверненням до першопочатків втілюється в ідеї річного циклу. В проаналізованих нами афоризмах такої семантики (13 одиниць) підкреслено відчуття плинності, швидкого руху років, з яким біжить і спливає час людського життя: *Annus exactis compleitur mensibus orbis – Прошли місяці, і щорічне коло завершується (Вергілій); Deposuit flavas annua terra comas – З року в рік земля скидає свій багряний наряд (Тибулл Альбій); Et singula praedantur anni – І одне за іншим викрадають роки (Горацій); Tempora labuntur, tacitisque senescimus annis, et fugiunt freno non remorante dies – Час іде, і ми мовчазно з роками старіємо, дні біжать, і нам їх неможливо стримати (Овідій); Non eadem est aetas, non mens – Не те вже роки, та й настрої вже не той (Горацій); Fugaces labuntur anni – Швидко плінуть роки (Горацій).*

Добовий цикл, в межах якого організовано все буття людини, як приватне, так і суспільно-політичне, також знаходить своєрідне відображення в системі латинських афоризмів. Цілком логічно видається більша об'єктивність в системі фразеологічних одиниць ідея найбільш активної частини доби – дня (30 афоризмів). День постає як Боже благо (*Quid sit futurum cras, fuge quaerere: et quem fors dierum cumque dabit lucro arpone – Що буде завтра, бійся розгадувати, і кожен день, долею нам надісланий, вважай за благо (Горацій)*), як найвища цінність, якою не можна нехтувати (*Carpe diem – Лови день (Горацій); Amici, diem perdidisti – Друзі, я втратив день! (Светоній); Quod est dies allaturus, id consilio anteferre debemus – Ми повинні розсудливо усвідомлювати, що несе нам наступний день (Ціцерон)*), як момент успіху й слави (*Albo dies notanda lapillo – День, який потрібно позначити білим камінцем; O diem praecelatum! Славний день!*), як найбільш досяжна людині ідея плинності й руху часу (*Rapit hora diem – на захоплює за собою день! Discipulus est prioris posterior dies – Кожен наступний день – учень попереднього; Truditur dies die – Один день витісняється іншим (Горацій); De die in diem – День за днем; Unus dies gradus est vitae – Один день – сходинка життя; Utendum est aetate, cito pede labitur aetas; nec bona tam sequitur, quam bona prima fuit – Молодість швидко летить: слід скористатися часом. День минулий завжди кращий за теперішній (Овідій)*), як проміжок часу, в який людина має можливість розвиватися й самовдосконалюватися (*Quis est enim, qui totum diem jaculans, non aliquando collinet – знайдеться хто-небудь, хто, кидаючи цілий день дроти, не влучить колись (Ціцерон); Nulla dies sine linea – Жодного дня*

без рядка (Пліній Старший)), як прекрасний проміжок часу для життя і його кінцева межа (*Venit extrema dies – Прийшов останній день (Вергілій); Stat sua cuique dies – Кожному призначений свій день (Вергілій); Sumtum nec metuas diem, nec optes – Не бійся останнього дня, але й не закликай його (Марціал)*).

Ідея ночі, пізнього вечора реалізується у меншій кількості афоризмів (7 фразеологічних одиниць). У них простежується, з одного боку, думка про ніч як пору розкриття прихованих можливостей та таємних почуттів (*Nox et amor vinumque nihil moderabile suadent: illa pudore vacat, liber amorque metu – Ніч, кохання й вино не збуджують сором'язливих бажань: уночі щезає соромливість, а від вина й кохання – нерішучість (Овідій); Noctem sive tenebras inducere rebus – Наводити на щось ніч і темряву*), а з іншого – втілюється ідея кінцевої межі буття, за якою людину чекає вічна темрява (*Omnes una tanet nox – Всіх чекає одна ніч (Горацій); Aeterna nox – Вічна ніч (Вергілій)*).

Важливою темпоральною ознакою є ідея тривалості дії в часі та ідеї часової межі. Аналіз латинських афоризмів дозволив виділити групу одиниць зі значенням тривалості в часі (26 позицій, наприклад: *Totoque abhinc orbe totoque abhinc tempore – В усьому світі і на всі часи (Апулей); Stare putes, adeo procedunt tempora tarde – Час тягнеться так повільно, що здається, ніби він зупинився (Овідій); Cupiditas agendi aliquid adolescit una cum aetatibus – Прагнення до діяльності міцніє з роками (Ціцерон); Mutantur tempora et nos mutamur in illis – Часи змінюються, і ми змінюємося разом із ними; Damnosus quid non imminuit dies – Чого не псує згубний час (Горацій)*) та з указівкою на певний тип темпоральної межі – початок або кінець (9 позицій, наприклад: *Omne crede diem tibi diluxisse supremum, grata superveniet, quae non sperabitur hora – Вважай будь-який день, що тобі випав, останнім: буде милою та година, на яку ти не сподівався (Горацій); Venit extrema dies – Прийшов останній день (Вергілій); Accidit in puncto quod non speratur anno – В один момент трапляється те, на що не сподівався роками*). Можна сказати, велика кількість афоризмів, що склалися на позначення тривалості в часі, повною мірою відповідає загальному античному світовідчуттю, для якого відчуття тривалості в часі виявляється більш актуальним для носіїв мови, ніж фіксація окремого моменту [8, с. 328].

Латинські афоризми темпоральної семантики виконували й важливу дидактичну функцію. Вони могли слугувати настановою, попередженням або передавати загальні міркування про час і таким чином закликати до дбайливого й поміркованого ставлення до кожної миті, відведеної людині для життя.

В афоризмах-настановах відсутнє твердження, яке претендує на істину. Але їхня гуманістична складова важлива й актуальна і сьогодні, наприклад: *Tempori parce – Бережи час (Сенека); Optime colloca horas – Найкращим чином використувуй свій час; Potius sero quam nunquam – Краще пізно, ніж ніколи (Тім Лівій); Temporibus servire decet – Слід підкорятися вимогам часу (Лукан); Quod est dies allaturus, id consilio anteferre debemus – Ми повинні розсудливо усвідомлювати, що несе нам наступний день (Ціцерон); Sumt cuique rei tempus – Кожній справі – свій час (Сенека).*

Усвідомлення досвіду предків, прагнення передати найкращі й найцінніші спостереження за перебігом життєвих

обставин нащадкам сформували особливу групу афоризмів, які постають як передбачення і попередження, наприклад: *Hodie Caesar, cras nihil – Сьогодні Цезар, завтра ніщо; Non semper erit aetas – Не завжди буде літо; Cras, cras, semper cras, sic evadit aetas – Завтра, завтра, завжди завтра – так проходить життя; Ipsa dies quandoque parens, quandoque poverca – День буває то матір'ю, то мачухою.*

Цінуючи кожен мить життя, римські мислителі стверджували, що не слід гаяти час, треба жити сьогоднішнім днем так, щоб у майбутньому не траплялися негаразди. Афоризми-міркування містять загальну думку про вплив часу на людину, її поведінку в часі, спроможність досягнути швидкоплинності буття і зуміти скористатися відміреним для життя часом, наприклад: *Quem tibi dabis, qui aliquod pretium temporis ponat? – Кого ти мені назвеш, хто хоч скільки умів би цінувати час? (Сенека); Nihil vilius quam tempus expenditur – Ні з чим не обходяться так легковажно, як з часом; O tempora, o mores! – О часи, о звичаї! (Цицерон); Rara temporum felicitas, ubi quae velis sentire et quae sentias dicere liceat – Рідкісні ті щасливі часи, коли дозволяється думати, що хочеш, і говорити те, що думаєш (Тацит).*

З цього випливає загальна ідея про велику дидактичну функцію часу і його роль у формуванні досвіду, передачі знання від людини до людини, до нащадків і прийдешніх поколінь: *Tempus est optimus magister vitae – Час найкращий учитель життя; Temporis filia veritas – Істина – дочка часу (Авл Геллій); Dies diem docet – День вчить день (Публій Сір); Nulla aetas ad discendum sera – Вчитися ніколи не пізно (Квінтіліан); Veritatem dies aperit – Істину відкриває день.*

Висновки та перспективи дослідження. Таким чином, афоризми – система виразів, яка дає нам можливість розкрити уявлення людини про світ і час. Більшість афоризмів виконують моралістичну функцію і мають виховне значення. Афоризми стверджують важливість часу в житті людини, цінність різних етапів і періодів, необхідність розумно використовувати кожен момент життя.

Афоризми показують нам, що час закінчується швидше, ніж щось інше в житті. Кожна його мить – шанс усе змінити, здійснити бажання і мрії, і цього не можна втрачати.

Для носіїв латинської мови перебіг життєвого циклу сприймається як чергування дня і ночі. Римляни цінували день, намагалися відчути найважливіші моменти у своєму житті. День завжди заповнений, насичений діяльністю. Відсутність роботи визначала день як нудний, безглуздий. Ми бачимо, що римляни цінували роки своєї молодості, робили все можливе, щоб відсунути ту саму “останню ніч”. Ніч – частина доби від заходу до сходу сонця, між вечором і ранком. Ніч указувала на тимчасову владу темряви, зла, всього ворожого людям. Таким чином, назви часу доби позначають не лише рух часу, але і розчленовану на фрагменти життєдіяльність людини, її психоемоційне сприйняття перебігу часу доби, її міфологічні уявлення про природу.

Римляни прагнули мати уявлення про майбутнє або хоча б передбачати певні його риси. Але пошуки образу майбутнього завжди оберталися довкола досвіду минулого і безпосереднього відчуття реалій сьогодення. Звідси й велика дидактична функція латинських афоризмів, які попереджають, що для успіху в майбутньому треба використовувати кожен день, а оскільки ніхто не знає напевно свого останнього дня, то особливої важливості набуває й кожна мить.

Інтерес до латинських прислів'їв, приказок і крилатих висловів пояснюється, звичайно, не тільки, тим що вони пройшли крізь століття як світло істинної мудрості, а й тим, що вони співзвучні нашому часу, який вимагає особливої стислості і точності у вираженні думок, а також відчуття й розуміння особливої важливості кожної миті нашого життя.

У латинських афоризмах, які закарбували душу, розум і силу слова поколінь, нам і сьогодні цінні моральні, етичні й естетичні ідеали. Адже ті знання, які отримані з досвіду минулого, допомагають творити сьогодення і визначити майбутнє. Крім того, античні афоризми завжди були і будуть джерелом збагачення нашої мови. У відточеній, яскравій і лаконічній формі вони відображають високий злет думки протягом багатьох століть. Актуальним і перспективним видається подальше дослідження паремійного фонду класичних мов (латинської й давньогрецької) з погляду відтворення в них світоглядних позицій носіїв культур, віддалених від нас у часі, але базових для формування сучасної європейської ментальності.

Література:

1. Корж Н.Г., Луцька Ф.Й. Из скабрниці античної мудрості. К.: Вища школа, 1994. 351 с.
2. Бабичев Н.Т., Боровский Я. М. Словарь латинских крылатых слов. М.: Русский язык, 1982. 959 с.
3. Гончаренко В.Г. Латинська фразеологія в сучасній українській літературній мові. Харків: ХДУ, 1982. 128 с.
4. Цимбалюк Ю.В. Крилаті латинські вислови. К.: Вища школа, 1976. 192 с.
5. Цимбалюк Ю.В. Латинські прислів'я і приказки. К.: Вища школа, 1990. 436 с.
6. Звонська Л.Л. Генеза парадигми темпоральності у давньогрецькій мові. К.: Вид. центр КНЛУ, 2005. 257 с.
7. Звонська Л.Л. Розвиток стратегії часової параметризації у давньогрецькій мові. *Studia Linguistica*: 36. паук. праць. К.: ВПЦ «Київський університет», 2009. Вип. 2. С. 165–172.
8. Чекарева Є. С. Концептуальні сфери простору й часу в лексико-семантичній системі давньогрецької мови. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філологічних наук. Київ, 2017. 457 с.

Chekareva Ye. The concept of Time in the System of Aphorisms of the Latin Language

Summary. Despite the development of certain issues of the representation of the category of time on the material of classical languages from the standpoint of an anthropocentric approach, today there is a lack of study of the lexical field of temporality, which is characterized by the complexity and extensiveness of systemic connections and includes a set of ways of expressing temporal relations using a special temporal vocabulary.

The relevance of the work is determined by the fact that, despite the long tradition of collecting, classifying and general analysis of Latin aphorisms, the issue of representing the concept of time in this group of phraseological units has not yet been considered in modern linguistics. Instead, a systematic description of the aphorisms of the defined semantics will help to reveal the specifics of the implementation of the temporal concept sphere in the lexical system of the Latin language, and thus to better understand the worldview principles of the formation of the culture of the ancient world.

The purpose of scientific research is to describe and analyze the system of aphorisms of the Latin language with a temporal meaning, to determine the principles of fixation and representation of knowledge about time in

general, its influence on people and the environment, to reveal the strategy of temporal parameterization by the speakers of the Roman ethno-mentality. Achieving the specified goal involves the systematization and description of phraseological units according to their semantic features and use in a temporal context.

As a result of the research, the following conclusions were formulated: aphorisms are a system of expressions that gives us the opportunity to reveal a person's perception of the world

and time. Aphorisms present time with all its characteristic features: duration, moment, time limit, sequence of events (past, present, future). Aphorisms with the semantic component "time" perform important didactic functions, serving as instructions and warnings, conveying general considerations about time and thus calling for a careful and moderate attitude to each moment allotted to a person for life.

Key words: Latin language, phraseological unit, aphorism, proverbs, lexical semantics, concept of time.

*Шпак Л. Р.,
магістр філології
Тернопільського національного університету імені Володимира Гнатюка*

*Жорняк Н. Є.,
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри іноземних мов
Національного університету «Львівська політехніка»*

*Федоришин О. І.,
викладач кафедри іноземних мов
Національного університету «Львівська політехніка»*

ОСОБЛИВОСТІ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ АВТОРСЬКОЇ КОНЦЕПТОСФЕРИ ЕМІЛІ ДІКІНСОН

Анотація. У статті простежено особливості комплексної концептуальної метафори “життя – це подорож” у когнітивному арсеналі Емілі Дікінсон. Апробовано порівняльний аналіз функціонування цієї метафори в індивідуальній авторській концептосфері поетеси та в концептосфері культурної спільноти, до якої вона належала. Продемонстровано продуктивність застосування цього типу аналізу для виявлення когнітивних механізмів інтеграції комплексних концептуальних метафор у концептосфері окремих авторів. Роботу виконано у парадигмі когнітивної лінгвістики. Відзначено, що аналіз поезії Емілі Дікінсон показує активне функціонування в структурі її індивідуальної авторської концептосфери топологічної моделі вихідної метафори “життя – це подорож”, що слугує для об’єктивації концепту “життя”. Доведено, що ідея романтизму, зокрема, характерна когнітивна налаштованість на з’ясування онтологічних та есхатологічних чинників буття в його ідеальному вимірі та в матеріальному вимірі простору і часу, що відповідно пов’язано з тугою за досконалістю та установкою на пошук віри для заповнення невідомості, яка розділяє ці виміри між собою. Пошук віри, у свою чергу, часто асоціюється з сумнівом чи навіть викликом, але сама його щирість і невідомість, очевидно, і є свідченням життєздатності цієї моделі у плані її потенційної відкритості тим істинам, на пошук яких вона власне і спрямована. Що ж стосується нашарування елементів трансценденталізму, то вони мають у цьому випадку загалом споглядальний характер, що пов’язано з відчуттям таємниці та благоговінням перед нею і що, у свою чергу, дещо згладжує елементи сумніву та виклику, надаючи провідним смислам моделі злагоженості та гармонійності. Згадані чинники, як можна попередньо припустити, повинні б теоретично внести певні корективи у сприйняття поетесою метафори “життя – це подорож”, а точніше варіацій цієї метафори, представлених у контексті концептосфери сучасної їй мовної та культурної спільноти – специфічної концептосфери жителя Нової Англії середини 19 ст., який структурував свій екзистенційний досвід в руслі іудео-християнської традиції західної культури.

Ключові слова: комплексна концептуальна метафора, концептуальні проєктування, імідж-схематична структура, когнітивні механізми, універсальність, варіювання.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв’язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Концептуальна метафора (conceptual metaphor) [1, р. 453] – це одна з ключових когнітивних операцій, що здійснюється експериментально, тобто як «розуміння і досвідне переживання» (understanding and experiencing) [1, р. 454] одного феномена через призму іншого шляхом проєктування (mapping) між двома когнітивними областями, бо ж доменами: наглядно-образно структурованою сферою джерела (source domain) та абстрактно структурованою сферою цілі (target domain) [2, р. 50] з метою об’єктивації концептів. Складаючи частину всезагального концептуального апарату, що структурує пізнавальний досвід членів тієї чи іншої мовної та культурної спільноти, така метафора, за Дж. Лакоффом та М. Тернером, простежуються на всіх рівнях відповідного дискурсу – від когнітивних диспозицій, що складають спілкування простих людей, до найбільш високої поезії [3, р. 8]. У цій статті зроблено спробу проаналізувати сліди її функціонування у творчості видатної представниці американської поезії XIX ст. – Емілі Дікінсон, індивідуальна авторська концептосфера якої сформувалася на ґрунті іудео-християнської традиції західної культури з нашаруванням романтизму і трансценденталізму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної теми, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Метафора «життя – це подорож» (life is a journey) – це, за визначенням Дж. Лакоффа та М. Тернера, базова концептуальна метафора [3, р. 51], тобто одна з основних метафор, які слугують для об’єктивації концептів. Дж. Лакофф у різночасовому співстворстві з М. Джонсоном, Дж. Еспенсоном та А. Голдбергом відносить її до групи структурних (structural), тобто таких концептуальних метафор, які дозволяють використовувати принцип, або ж механізм структурування одного чітко окресленого концепту для формування іншого [4, р. 62] і підгрупи, що визначається як «довготривала цілеспрямована діяльність – це подорож» [5, р. 36]. Сферою джерела цієї метафори є концепт подорожі, сферою цілі – концепт життя [3, р. 3]. Говорячи про сферу джерела, у цьому випадку, очевидно, варто внести уточнення з урахуванням категорії прототипу, зроблене К. Мак Елханомом, який

припустив, що, оскільки прототиповим типом мандрівки є саме мандрівка пішки, то на універсальному, всезагальному рівні досвіду концептуалізації дійсності цю метафору можна представити як “життя – це мандрівка пішки” (*living life is going on a journey by foot*) [6, с. 45].

Формування мети статті. Метою дослідження є простежити у творчості Емілі Дікінсон лінгвістичні звороти, що свідчать про наявність в її епістемологічній моделі концептуальної метафори “життя – це подорож” та пояснити витoki та особливості функціонування цієї метафори в когнітивному арсеналі поетеси.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Аналізована метафора виражається через велику кількість мовних зворотів (*linguistic expressions*) [3, р. 50; 7, р. 123], які, зокрема, висловлюють не лише твердження стосовно певних фактів, як, наприклад, “*I’m at the crossroads in my life*”; “*She’s gone through a lot in life*” [8, р. 123], а й сумнів: “*People worry about whether they are getting anywhere with their lives, and about giving their lives some direction*” [3, р. 3] або заперечення: “*He’s without direction in life*” [5, р. 123]; “*I don’t know which path to take*” [3, р. 3].

Структура цієї метафори охоплює сукупність концептуальних проєктувань (*mappings*) [8, р. 123], здійснених зі сфери джерела у сферу цілі, або ж, в іншій термінології, сукупність концептуальних відповідностей (*conceptual correspondences*) [3, р. 3–4], чи то вихідних метафор (*primary metaphors*) [8, р. 160], з огляду на що вона може бути схарактеризована як комплексна (*complex metaphor*) [8, р. 11]. Згадані проєктування, або ж відповідності, відтак, охоплюють такі: “людина, що йде по житті, – це подорожний”, “проживання життя – це рух уздовж дороги”, “життєві цілі – це місця призначення”, “життєві труднощі – це перешкоди”, “засоби досягнення цілей – це маршрути”, “прогрес – це пройдена відстань”, “знаки прогресу – це віхи”, “місця вздовж дороги – етапи життя”, “порадники – це провідники”, “вибір – це перехрестя” [3, р. 3–4].

Стосовно ж імідж-схематичної структури (*image-schematic structure*) метафори “життя – це подорож” [5, р. 20], а відтак типу цієї метафори за образною складовою, то З. Кьовечеш визначає її як структурну, імідж-схематично структуровану своїм джерелом – концептом “подорож” (*journey*), в який, у свою чергу, закладена схема руху (*motion*) [9, р. 43–44]. Близька до цієї позиція простежується також у дослідженнях О. Єскеля та К. Мак Елханона, які, у свою чергу, визначають цю схему як схему шляху (*path*) [10, р. 24]; [6, р. 45].

Ці висновки, однак, не суперечать один одному, оскільки “схема руху” та “схема шляху” – це альтернативні назви однієї і тієї самої схеми “початок-шлях-ціль” (*source-path-goal*) [11, р. 275]; [10, р. 24], або ж, “схеми руху вздовж шляху” (*moving along the path*) [7, р. 18–19], – з акцентом на її динамічних або на візуальних, образних характеристиках. Аналізована схема, за Дж. Лакоффом, включає такі елементи, як: початок (*source*), місце призначення (*destination*), шлях (*path*) як послідовність суміжних місцезнаходжень, що сполучають початок і місце призначення, і, накінець, напрям (*direction*) [11, р. 275]. Ці елементи, очевидно, можна розбити на дві групи: шляху та руху, відповідно спроектувавши на ці групи такі величини, як відстань і швидкість, вказівка на які простежується у висновках О. Єскеля [10, р. 24], а також уточнивши групу

шляху елементами віх, перешкод, розгалужень та перехресть, які знову-таки віділяє в його структурі О. Єскель.

У результаті такого поділу схема “руху вздовж шляху” окреслюється в чітко фіксованій конфігурації елементів, а саме: група шляху – точки початку і кінця відліку плюс континuum точок, відстані між якими позначаються віхами; окремі сполучення точок визначаються як перешкоди, розгалуження та перехрестя;

група руху – рухомий об’єкт / об’єкти, напрям і швидкість, – тобто саму в тій конфігурації, яка власне і структурує образну основу згаданих вище концептуальних проєктувань.

З метою врівноваження цих висновків та вироблення комплексного підходу до вирішення проблеми стосунку концептуальної метафори «життя – це подорож» до поезії Емілі Дікінсон варто простежити функціонування відповідних концептуальних проєктувань, з одного боку, в індивідуальній авторській концептосфері поетеси, а з другого – в концептосфері тієї мовної й культурної спільноти, до якої вона належала, що, у свою чергу, допоможе зіставити особливості вираження цих концептосфер на рівні аналізованої метафори.

Для проведення порівняльного аналізу варто відштовхнутися від концептосфери мовної й культурної спільноти, адже саме цей рівень і був тим фоном, на якому відбувалася концептуалізація відчуття, сприйняття, а відтак і творче переосмислення поетесою реалій оточуючого її світу.

Ведучи мову про концептуальні чинники можливої інтеприоризації метафори “життя – це подорож” у структуру індивідуальної авторської концептосфери Емілі Дікінсон, варто згадати ще одну епістемологічну модель, під впливом якої ця концептосфера була сформована як унікальна сукупність взаємно пов’язаних смислів – модель романтизму з певним нашаруванням трансценденталізму. Для романтизму, зокрема, характерна когнітивна налаштованість на з’ясування онтологічних та есхатологічних чинників буття в його ідеальному вимірі та в матеріальному вимірі простору і часу, що відповідно пов’язано з тугою за досконалістю та установкою на пошук віри для заповнення невідомості, яка розділяє ці виміри між собою. Пошук віри, у свою чергу, часто асоціюється з сумнівом чи навіть викликом, але сама його ширість і непідробність, очевидно, і є свідченням життєздатності цієї моделі у плані її потенційної відкритості тим істинам, на пошук яких вона власне і спрямована. Що ж стосується нашарування елементів трансценденталізму, то вони мають у цьому випадку загалом споглядальний характер, що пов’язано з відчуттям таємниці та благоговінням перед нею і що, у свою чергу, дещо згладжує елементи сумніву та виклику, надаючи провідним смислам моделі злагоженості та гармонійності. Згадані чинники, як можна попередньо припустити, повинні б теоретично внести певні корективи у сприйняття поетесою метафори “життя – це подорож”, а точніше варіцій цієї метафори, представлених у контексті концептосфери сучасної їй мовної та культурної спільноти – специфічної концептосфери жителя Нової Англії середини 19 ст., який структурував свій екзистенційний досвід в руслі іудео-християнської традиції західної культури.

Аналіз поезії Емілі Дікінсон показує активне функціонування в структурі її індивідуальної авторської концептосфери топологічної моделі вихідної метафори «життя – це подорож», що слугує для об’єктивації концепту «життя» і знаходить

вираження у вигляді зворотів типу: “Could live ... Could contemplate the journey” [12, p. 43], [12, p. 718] тощо.

Це спостереження уточнюється з урахуванням категорії прототипу, з огляду на що метафора місцями набирає вигляду «життя – це мандрівка пішки», в основу якої закладено імідж-схему шляху, образний компонент якої зображається як дорога (“the road” [12, p. 344]), шлях (“a way” [12, p. 761; p. 875; p. 898]), або ж курс, слід (“the track” [12, p. 344; 12, p. 1260]). Структура цієї метафори включає такі концептуальні проєктування, як, зокрема: «проживання життя – це рух уздовж дороги / берега» та «люди, що йдуть по житті, – це піші мандрівники» – “pedestrians” [12, p. 7] (останнє, як варто зазначити, може бути виражено у поєднанні з засобом метонімії – через деталь “feet”), наприклад: “Our journey had advanced – our feet were almost come [12, p. 615], – де подорожні йдуть уздовж дороги, окресленої як “Being’s Road”; “The feet of people walking home” [12, p. 7], – де рух «додому», або ж у вічність, вже здійснюється вздовж берега (“on the shore”).

Окрім прототипового варіанту концептуальної метафори «життя – це подорож», у поезії Емілі Дікінсон – що, як можна припустити, пов’язано з проживанням у державі, яка має статус морської – широко представлений варіант, який базується на культурній моделі мореплавства: “життя – це подорож по морю”. Структура метафори у цій варіації охоплює такі концептуальні проєктування, як: “люди, що йдуть по житті, – це мореплавці” (“Sailors” [12, p. 30]); “лодські душі – це великі / малі кораблі / вітрила” (“stately sails” [12, p. 107]; “a little boat” [12, p. 30]; “the Ship” [12, p. 1454]; “my bark” [12, p. 52]; “a Sail” [12, p. 598]; “wandering Sails” [12, p. 78]); «проживання життя – це рух по морю [часу]” (“on this wondrous sea sailing silently” [12, p. 4]; “whether my bark went down at sea” [12, p. 52]; “down Time’s quaint stream ... we are enforced to sail” [12, p. 1656].

Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків у даному науковому напрямку. Таким чином, говорячи про концептуальне проєктування “труднощі – це перешкоди”, яке внаслідок застосування механізму переробки трансформувалося в “труднощі, що супроводжуються втратою смислу, – це загублений шлях”, варто зазначити, що в контексті поезії Емілі Дікінсон воно простежується в комплексі з проєктуванням “небо – це [смісловий] орієнтир”, розробленим не лише в напрямку “життя без смислу – це подорож без цілі”, але й, як можна припустити, “труднощі наближають до неба”. Йдеться, зокрема, про твір “I stepped from Plank to Plank” [12, p. 875], в якому є місце імідж-схема розірваного шляху (в одній з версій вона простежується експліцитно: “A slow and cautious way” [12, p. 875], в іншій залишається імпліцитно: “So slow and cautiously” [12, p. 875]), де межа за труднощами подорож здійснюється в безпосередній близькості до зірок.

Після виділення зворотів, які в поезії Емілі Дікінсон є лінгвістичним вираженням метафори “життя – це подорож”, стає очевидним, що в її епістемологічній моделі ця метафора є високо функційною – більше того, як показав порівняльний аналіз концептуальних проєктувань цієї метафори в індивідуальній авторській концептосфері поетеси та в концептосфері мовної та культурної спільноти, до якої вона належала, – в узагальненій концептосфері жителів Нової Англії XIX ст., що

сформувалася в контексті впливів іудео-християнської традиції західної культури, – переважна частина цих проєктувань є поетичним розширенням і розробкою традиційних, і лише деякі з них піддаються механізму смислового розвитку.

Все це є свідченням того, що на рівні аналізованої метафори індивідуальна авторська концептосфера Емілі Дікінсон тісно наближається до концептосфери християнства, у певних моментах інтегруючи мотиви романтизму і місцями трансценденталізму.

Література:

1. Lakoff G. Conceptual Metaphor in Everyday Language. *The Journal of Philosophy*. 1980. V. 77–8. P. 453–456.
2. Lakoff G. The Invariance Hypothesis: Is Abstract Reason Based On Image-Schemas? *Cognitive linguistics*. 1990. V. 1–1. P. 39–74.
3. Lakoff G. *More than Cool Reason: a Field Guide to Poetic Metaphor*. Chicago: The University of Chicago Press, 1989. 237 p.
4. Lakoff G. *Metaphors We Live By*. Chicago: Chicago University Press, 1980. – 242 p.
5. Lakoff G. *Master Metaphor List (Second Draft Copy)*. Berkeley: University of California, 1991. 212 p.
6. McElhanon K.A. From simple metaphors to conceptual blending: The mapping of analogical concepts and the praxis of translation. *Journal of Translation*. 2006. Vol. 2(1). P. 31–81.
7. Kövecses Z. *Metaphor in Culture: Universality and Variation*. New York: Cambridge University Press, 2005. 314 p.
8. Kövecses Z. *Metaphor in Culture: Universality and Variation*. New York: Cambridge University Press, 2005. 314 p.
9. Kövecses Z. *Metaphor: a Practical Introduction*. Oxford: University Press, 2010. 249 p.
10. Jäkel O. Hypotheses Revisited: The Cognitive Theory of Metaphor Applied to Religious Texts. *Metaphoric.de* 2002. №2. P. 20–42.
11. Lakoff G. *Women, Fire and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind*. Chicago, London: The University of Chicago Press, 1990. 614 p.
12. *The Complete Poems of Emily Dickinson* / ed. Thomas H. Johnson. Boston, Toronto: Little, Brown and Company Limited, 1976. 770 p.

Shpak L., Zhorniak N., Fedoryshyn O. Individual characteristics of Emily Dickinson’s ceptosphere

Summary. The article traces the features of the complex conceptual metaphor “life is a journey” in Emily Dickinson’s cognitive arsenal. A comparative analysis of the functioning of this metaphor in the individual author’s conceptual sphere of the poetess and in the conceptual sphere of the cultural community to which she belonged was tested. The productivity of using this type of analysis to identify cognitive mechanisms of integration of complex conceptual metaphors into the conceptual spheres of individual authors has been demonstrated. The work was performed in the paradigm of cognitive linguistics. It is noted that the analysis of Emily Dickinson’s poetry shows the active functioning of the topological model of the original metaphor “life is a journey” in the structure of her individual author’s conceptual sphere, which serves to objectify the concept “life”. It has been proved that romanticism, in particular, is characterized by a cognitive disposition to clarify the ontological and eschatological factors of existence in its ideal dimension and in the material dimension of space and time, which is, accordingly, connected with the longing for perfection and the attitude to search for faith to fill the unknown, which divides these

dimensions among themselves. The search for faith, in turn, is often associated with doubt or even challenge, but its very sincerity and genuineness is obviously evidence of the viability of this model in terms of its potential openness to the truths that it is actually aimed at. As for the layering of elements of transcendentalism, in this case they have a generally contemplative character, which is associated with a sense of mystery and reverence for it and which, in turn, somewhat smoothes the elements of doubt and challenge, giving the leading senses models of coherence and harmony. The mentioned factors, as it can

be preliminarily assumed, should theoretically make certain corrections in the poet's perception of the metaphor "life is a journey", or rather variations of this metaphor, presented in the context of the conceptual sphere of her contemporary linguistic and cultural community - the specific conceptual sphere of a New England resident of the middle of the 19th century., who structured his existential experience along the lines of the Judeo-Christian tradition of Western culture.

Key words: complex conceptual metaphor, conceptual designs, image-schematic structure, cognitive mechanisms, universality, variation.

Шугаєв А. В.,*кандидат філологічних наук,
доцент кафедри англійської філології та перекладу
Житомирського державного університету імені Івана Франка***Тараба І. О.,***кандидат філологічних наук,
доцент кафедри германської філології та зарубіжної літератури
Житомирського державного університету імені Івана Франка*

СУЧАСНА СФЕРА PR ТА ЇЇ ХАРАКТЕРИСТИКА

Анотація. Зв'язки з громадськістю відіграють вирішальну роль у формуванні громадської думки та впливі на зацікавлені сторони. Компанії можуть використовувати PR, щоб поділитися своїми цінностями, баченням і місією із зацікавленими сторонами, а також для просування своїх продуктів і послуг. Надаючи точну та значущу інформацію зацікавленим сторонам, організації можуть підвищити рівень обізнаності, створити підтримку та сформувати сприйняття громадськості. Сучасна сфера зв'язків з громадськістю відрізняється високою конкуренцією та швидкими темпами, що вимагає від професіоналів бути в курсі останніх тенденцій і технологій. З більшим наголосом на цифровому маркетингу та соціальних мережах фахівці зі зв'язків з громадськістю повинні бути креативними та стратегічними, щоб ефективно спілкуватися зі своєю цільовою аудиторією. Крім того, необхідність підтримувати стосунки зі ЗМІ та впливовими особами є ключем до успішних піар-кампаній. Зв'язки з громадськістю є критично важливим компонентом сучасних організацій. Це допомагає компаніям будувати та підтримувати позитивну репутацію, взаємодіяти із зацікавленими сторонами, зміцнювати довіру та формувати громадську думку. Як результат, компанії, які інвестують в ефективні PR-програми, мають кращі можливості для досягнення успіху в сучасному бізнес-середовищі, яке швидко змінюється. Фахівці зі зв'язків з громадськістю використовують різноманітні тактики для встановлення та підтримки стосунків із клієнтами, інвесторами, ЗМІ та іншими ключовими аудиторіями. До спеціалістів зі зв'язків з громадськістю часто звертаються за допомогою вирішити кризову ситуацію. Вони використовують свої комунікативні навички, щоб швидко й ефективно реагувати на негативну інформацію з преси, скарги клієнтів та інші питання.

Існує низка засобів, які використовуються для побудови стосунків між комунікантами і передачі повідомлень. До них належить написання прес-релізів, створення публікацій у соціальних мережах, генерування контенту та надання перекладених матеріалів різними мовами. Основною функцією зв'язків з громадськістю є побудова та підтримка позитивних відносин між організацією та її зацікавленими сторонами з метою підвищення репутації інституції та досягнення її стратегічних цілей. Розуміння цільової аудиторії має важливе значення для того, щоб відправник міг ефективно донести своє повідомлення. Важливо забезпечити ефективну комунікацію з усіма зацікавленими сторонами, включаючи ЗМІ та державні органи.

Ключові слова: PR, комунікація, комунікативна стратегія, реципієнт, ЗМІ.

Постановка проблеми. Питання чіткого визначення «паблік рілейшнз», незважаючи на численні дефініції цього феномену, досі залишається актуальним. Однією з причин відсутності однастайності думок вчених і практиків щодо PR галузі є суперечливість походження поняття: з одного боку сфера PR тяжіє до створення гармонії та взаєморозуміння у суспільстві, а з іншого – репрезентує технології управління суспільством на всіх його рівнях.

У XXI столітті діяльність PR експертів стала однією з найпопулярніших рушійних сил суспільства. Небагато суспільних інститутів могутніші за практику зв'язків з громадськістю, особливо в поєднанні з соціальними медіа: Facebook і Twitter, Instagram і Snapchat, миттєві повідомлення, електронна пошта, мобільний телефон, блоги, вікі-сторінки, веб-кастинг, RSS-канали та всі інші новітні технології Всесвітньої павутини. Поєднання соціальних мереж і зв'язків з громадськістю – стало революцією способу відповідного до якого організації та індивіди спілкуються з цільовою аудиторією по всьому світу [1, с. 31–35].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методи організованого спілкування, відомі як зв'язки з громадськістю, були запроваджені в Німеччині та США в другій половині XIX століття. У Великобританії сфера PR почала розвиватися з середини 1920-х років. З 1950 року PR як комунікація управління продовжувала ширитися країнами західного світу. З плином часу індустрія PR почала розвивається у більш витончених формах, що орієнтовані на формування взаємовигідних відносин між адресантом і адресатом та як підтримка репутації організації [2, с. 4]. У зв'язку з цим, деякі визначення «паблік рілейшнз» сфокусовані на управлінні комунікацією [3], управлінні відносинами між суб'єктами [4], створенні та підтримці репутації [5].

Метою статті є дослідження характеристик PR галузі на сучасному етапі розвитку у взаємозв'язку з її цілями та мотивами з екстраполяцією на інформаційно-комунікативну складову.

Виклад основного матеріалу дослідження. PR – це запланована комунікація та діяльність з побудови відносин (адресант і реципієнт) зі стратегічним наміром [6], надаючи читачу певну інформацію. У результаті, відбувається інтенсифікація уваги адресата до описаної події у PR-тексті за допомогою лінгвовізуальних засобів.

Інший підхід до визначення вищезазначеного терміну наступний: PR – це запланований процес впливу на громадську думку, який спирається на здоровий глузд і належне висвітлення інформації за умови взаємно задовільної двосторонньої комунікації. Зв'язки з громадськістю є особливою управлінською функцією, яка допомагає встановити і підтримувати взаємні лінії зв'язку, розуміння, прийняття та співпраці між організацією та громадськістю; передбачає управління проблемами або кризовими ситуаціями; допомагає керівництву бути в курсі думок громадськості та реагувати на них; визначає та підкреслює відповідальність керівництва за служіння суспільним інтересам; допомагає керівництву певної інституції бути в курсі змін і ефективно використовувати їх, передбачаючи неординарні тенденції; використовує звукові та етичні техніки комунікації як основні засоби [7]. Майже всі визначення «паблік релейшнз» зводяться до того, що на певному етапі зазначена царина пов'язана з обміном інформацією. Насправді вона передбачає залучення керівництва окремої організації, яке намагається донести інформацію до цільової аудиторії і отримати її від низки зацікавлених сторін.

Кожна інституція, державна або приватна, неприбуткова установа, потребує ефективної комунікації, якщо хоче досягти власних бізнес-цілей. Це також стосується відомих людей, які здатні впливати на широке коло індивідів. До них належать політики, діячі мистецтва та відомі актори. Створення і підтримання позитивної репутації шляхом цілеспрямованих, добре спланованих комунікативних стратегій і тактик можуть зробити вагомий внесок в успіх організації чи людини.

Комунікатори визнають важливість дослідження та залучення аудиторії, вони отримують і інтерпретують інформацію, вирішують проблеми та створюють ціннісні стимули для реципієнтів. Процес комунікації створює, покращує і відновлює репутацію, а також формує передумови для досягнення успіху організацію [8, с. 4].

PR гармонізує довгострокові відносини між окремими особами та організаціями в суспільстві. Виокремлюють п'ять принципів процесу комунікації зв'язків з громадськістю:

- Чесна комунікація для досягнення довіри;
- Відкритість і послідовність дій;
- Справедливість дій для досягнення взаємності та доброзичливості;
- Постійна двостороння комунікація для запобігання відчуження та побудови взаємовідносин;
- Дослідження та оцінка середовища для визначення дій або необхідних коригувань для підтримки соціальної злагоди [9].

PR – це сфера переконання. Вона передбачає пропаганду шляхом спроби переконати аудиторію погодитися з вашою позицією чи не заперечувати її. Це може бути просування ідеї, купівля продукту, підтримка кандидата, вжиття певних дій, вибір політичної позиції або визнання досягнень для підвищення статусу людини, організації.

PR експерти не лише надають інформацію для того, щоб привернути увагу ЗМІ до окремої події; вони також приділяють велику увагу оцінці того, як це висвітлення інформації може найкращим чином просунути власні цілі стосовно будь-якого питання. Для кожної пар-кампанії мета є більш головною, ніж просто встановлення порядку денного: теорія обрамлення забезпечує основу для дослідження того як питання сформулю-

вано для досягнення консенсусу стосовно речей, які потрібно зробити. Фреймінг передбачає, що форма представлення інформації впливає на рішення, які робить адресат [10]. Повністю розроблені фрейми зазвичай виконують чотири функції: визначення проблеми, як правило, лаконічне підсумовування проблеми та негативні наслідки її впливу; причинно-наслідковий аналіз, який передбачає, хто або що є причиною створення проблеми; моральні судження, які характерні для людей або цінностей, пов'язані з причиною проблеми; заохочення виправлення, що пропонує дії, які могли б вирішити або принаймні полегшити проблему [11].

За останні роки сфера зв'язків з громадськістю зазнала значних змін, зокрема у відповідь на розвиток технологій і соціальних мереж. Результатом цих подій є низка ключових характеристик цієї галузі. Широке впровадження мережі Інтернет та соціальних медіа дозволило PR-фахівцям спілкуватися зі своїми зацікавленими сторонами легше та швидше, ніж будь-коли раніше. Для цього PR-експерти повинні стежити за онлайн-розмовами та відповідати на проблеми й запити в режимі реального часу. Сучасні PR-стратегії часто базуються на даних, аналітиці та розумінні інструментів соціальних мереж. Це допомагає PR-фахівцям детермінувати суспільні настрої та відповідним чином адаптувати свої наративи. PR-спеціалісти також повинні вміти ефективно спілкуватися через різні канали, включно з традиційними ЗМІ, соціальними мережами, веб-сайтами та електронною поштою. Це вимагає глибокого розуміння сильних і слабких сторін кожного каналу, а також уміння пристосовувати контент для кожної платформи.

З появою соціальних медіа межі між традиційними ЗМІ та громадянською журналістикою стерлися, і PR-фахівці повинні бути прозорими та автентичними у своєму спілкуванні. Вони також повинні бути готові швидко й ефективно реагувати на негативну або неточну інформацію, щоб захистити свою репутацію. Репутація є ключовою у сфері PR, і сучасні PR-професіонали повинні вміти передбачати й реагувати на потенційні репутаційні ризики, а також проактивно керувати своєю присутністю в Інтернеті для забезпечення позитивного іміджу.

Зв'язки з громадськістю допомагають організаціям будувати та підтримувати позитивну репутацію. Це критично важливо в сучасному світі, орієнтованому на інформацію, де негативні новини можуть швидко поширюватися та мати тривалий вплив на аудиторію. Продумана програма зв'язків з громадськістю допомагає компаніям ефективно керувати своєю репутацією, забезпечуючи донесення точної та позитивної інформації про організацію до зацікавлених сторін. Прес-релізи, інтерв'ю, виступи, презентації, публічні оголошення, сесії питань та відповідей, конференції, пости в соціальних мережах та медіа-тури є інструментами PR індустрії.

У PR текстах використовують різноманітні мовні засоби для спілкування з цільовою аудиторією, а саме:

- Чітку та лаконічну мову (PR тексти мають на меті передавати інформацію чітко та лаконічно, використовуючи просту мову та уникаючи жаргону чи технічних термінів, які можуть бути складними для розуміння читачам);
- Персуазивну мову (у PR текстах часто послуговуються переконливою мовою для того, щоб переконати читачів вжити певних дій або прийняти окреслену точку зору);
- Позитивну мову (функціонування у тексті позитивних прикметників "innovative", "successful", "award-winning");

Професійний тон (ввічливе звертання, демонстрація поваги та авторитету, застосування мовних кліше);

Спеціальну мову (PR тексти можуть бути адаптовані до певної аудиторії, використовуючи лінгвальні засоби та галузеві терміни, які є релевантними та привабливими для реципієнтів).

Важливо мати двосторонню комунікацію між обома сторонами, і інформація повинна надаватись у бажаному форматі між організацією та громадськістю. Для того, щоб PR комунікація була ефективною, одержувач повідомлення повинен зрозуміти інтенцію адресанта. Комунікація має бути достатньо потужною, щоб сильно вплинути на цільову аудиторію, сприяючи таким чином відданості організації.

Зв'язки з громадськістю значною мірою покладаються на одержувачів повідомлення, а не на відправника. Оскільки організації, що надсилає повідомлення, вкрай важливо переконатися, що адресати точно інтерпретують інформацію та надають необхідні відгуки та огляди. У ситуаціях, коли компанія стикається з негативною рекламою, деякі експерти зі зв'язків з громадськістю можуть відвернути свою увагу від покращення іміджу власної організації та натомість зосередитися на завданні шкоди репутації своїх конкурентів.

Кризова комунікація – це PR-стратегія, яка передбачає управління комунікацією під час кризи чи невизначеності. Вона охоплює розробку планів комунікації у кризових ситуаціях, своєчасну та прозору комунікацію із зацікавленими сторонами та вирішення проблем для пом'якшення негативного впливу на репутацію організації. Зв'язки зі ЗМІ – це основна PR-стратегія, яка передбачає побудову та підтримку відносин із журналістами та медіа. Це може включати презентацію історій, відповіді на запити ЗМІ та проведення інтерв'ю для журналістів.

Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків. Зв'язки з громадськістю – це ефективний спосіб для організації взаємодіяти із зацікавленими сторонами, будувати стосунки та підтримувати довіру між комунікантами. Ефективно спілкуючись із стейкхолдерами, компанії можуть краще зрозуміти їх потреби, уподобання, занепокоєння та реагувати на них змістовно та доцільно. Це допомагає побудувати довгострокові стосунки та сприяти почуттю вірності й підтримки. Основні завдання PR-кампанії полягають у створенні сприятливого іміджу фірми, підвищенні довіри до неї та залученні прихильності цільової аудиторії. Це досягається шляхом впровадження ідей про те, що фірма ставить інтереси споживачів та суспільства в цілому на перше місце, а також контроль за станом зворотного зв'язку. Важливо забезпечити якісну комунікацію з усіма зацікавленими сторонами, включаючи засоби масової інформації та органи влади. PR-фахівці повинні володіти різними комунікативними техніками та стратегіями, щоб взаємодіяти із аудиторією та досягати своїх комунікативних цілей. Перспективи подальших розвідок вбачаємо в аналізі когнітивної складової політичної PR комунікації.

Література:

1. Fraser P. Seitel. The Practice of Public Relations, 2017. P. 31–35.
2. Ralph Tench, Yeomans Liz. Exploring Public Relations. Global Strategic Communication, 2017. P. 4–10.
3. Grunig, L., J. Grunig and D. Dozier. Excellent Public Relations and Effective Organizations: A study of communication management in three countries. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2002. P. 5370.

4. Coombs, W.T. & Holladay, S.J. Halo or Reputational Capital: Reputation and Crisis Management. Journal of Communication Management, 2006. P. 123–137.
5. Freberg, K., K. Graham, K. McGaughey and L.A. Freberg. Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. Public Relations Review, 2011. P. 90.
6. Lamme, M.O. and K.M. Russell. Theorizing Public Relations History: Strategic intent as a defining characteristic. Presentation to the International History of Public Relations Conference, 2019.
7. Rex F. Harlow, Building a Public Relations Definition, Public Relations Review 2, 1976. P. 36.
8. Black Caroline. The PR Professional's Handbook, 2014. P. 4.
9. Dr. Melvin I. Sharpe, professor and coordinator of the Public Relations Sequence, Department of Journalism, Ball State University, Muncie, 2001.
10. Scheufele, D.A. and D. Tewksbury. 'Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models'. Journal of Communication, 2007. P. 9–20.
11. Entman, R.M. Framing bias: Media in the distribution of power. Journal of Communication, 2007. P. 163–73.

Shuhaiev A., Taraba I. Modern PR sphere and its characteristics

Summary. Public relations plays a critical role in shaping public opinion and influencing stakeholders. Companies can use PR to share their values, vision, and mission with stakeholders, as well as to promote their products and services. By providing accurate and meaningful information to stakeholders, organizations can increase awareness, build support, and shape public perception. The modern public relations sphere is highly competitive and fast-paced, requiring professionals to stay up-to-date on the latest trends and technology. With a greater emphasis on digital marketing and social media, public relations practitioners must be creative and strategic in order to effectively communicate with their target audiences. Additionally, the need to maintain relationships with media outlets and influencers is a key for successful public relations campaigns. Public relations is a critical component of modern organizations. It helps companies to build and maintain a positive reputation, engage with stakeholders, foster trust, and shape public opinion. As a result, companies that invest in effective PR programs are better positioned to succeed in today's rapidly changing business environment. Public relations professionals use a variety of tactics to establish and maintain relationships with customers, investors, media, and other key audiences. Public relations professionals are often called upon to help manage a crisis situation. They use their communication skills to quickly and effectively respond to negative press, customer complaints, and other public relations issues.

Public relations and communication are closely linked. Both involve conveying information externally in order to cultivate a reputation, image, or relationship that adds value. Communication may focus on a business solely responsible for verbal or written statements made both internally and externally.

There are a variety of means used to build relationships and communicate messages. It includes writing press releases, crafting social media posts, creating content, and providing translations of materials into different languages. In addition, it may involve developing relationships with media outlets, engaging in conversations with stakeholders, and managing crisis communication.

Key words: PR, communication, communication strategy, recipient, mass media.

*Шульська Н. М.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри соціальних комунікацій**Волинського національного університету імені Лесі Українки**Зінчук Р. С.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри української мови**Волинського національного університету імені Лесі Українки*

НЕОФІЦІЙНА ПОЛІТИЧНА КОМУНІКАЦІЯ В МОВІ СУЧАСНИХ МЕДІА

Анотація. У статті здійснено аналіз неофіційної політичної комунікації на матеріалі мови сучасних медіа. Виявлено й схарактеризовано неофіційні номінації в сучасному українському й закордонному політичному дискурсі. З'ясовано, що прізвиська політиків відзначені такими рисами, як індивідуальність, експресивність, оцінність, інформативність. Досліджено, що другі неофіційні імена політичних діячів активно впливають на ефективність комунікації з громадянами у створенні власного іміджу й стилю спілкування. Політичні антропоніми виразно демонструють оригінальні ознаки на мотиваційному, лексико-семантичному, словотвірному, прагматичному рівнях. Виявлено, що найчастіше неофіційні найменування політики отримують тоді, коли займають найвищі державні посади, адже увага в цей час до них особлива. Прозивні найменування не завжди дають тільки з огляду на ознаку, яка належить носію. Трапляється, що нетрадиційна власна назва «приклеюється» до посадовця через чутки, а не офіційні факти. Прізвиська зазвичай указують на офіційне ім'я чи прізвище посадовця, його зовнішні риси чи внутрішні особливості, випадок або подію в житті політика, рід заняття. Трапляються і назви за подібністю до інших відомих людей чи персонажів. Деякі з них постають як результат політичної діяльності домінанта. Установлено, що за конотацією зрідка неофіційні антропоніми бувають кумедними й іронічними, здебільшого вони саркастичні, виражають інвективну семантику. Прагматичною основою появи прозивних іменувань стає зазвичай екстралінгвальна інформація, що стосується особистісних характеристик домінанта, його способу життя, тактик комунікативної поведінки, досягнень або поразок у політичній сфері. Доведено, що неофіційна антропонімна система сучасного політичного дискурсу акумулює інформацію про лінгвоментальну, сміхову й етнокультурну специфіку тієї чи тієї нації, а також демонструє їхнє специфічне відображення в мові сучасних онлайн-ЗМІ.

Ключові слова: мова медіа, неофіційна комунікація, політичний дискурс, прізвисько, конотація, мотивація.

Постановка проблеми. Успіх політичної комунікації передовсім залежить від уміння ефективно застосовувати всі вербальні та невербальні складники, а також уміти їх об'єднувати в завершальний продукт – ментальну модель повідомлення. Інформаційний спектр політичного дискурсу формують семантичні імплікатури, серед яких важливу роль відіграють неофіційні номінації, тобто прізвиська, що розширюють узвичаєну

двокомпонентну систему найменування особи, репрезентовану офіційним прізвиськом та власним іменем. Актуалізація мовностилистичного й ментально-культурного потенціалу прізвиськових номенів – невіддільний компонент інформаційного поля й політичного іміджу відомої особи. Адже якраз так звані «другі» імена становлять собою реальні характеристики особи, виявляють ті яскраві властивості, що мали особливе значення для оточення об'єкта найменування. Неофіційні пропріальні одиниці в політичній комунікації відзначені такими рисами, як індивідуальність, експресивність, оцінність, інформативність. Прізвиська здатні компресувати зовнішні та внутрішні особливості денотата, сферу його зацікавлення, унікальність політичної діяльності, цікаві події чи випадки, пов'язані з об'єктом називання тощо, імпліцитно встановлюючи асоціативний зв'язок з явищами навколишньої дійсності.

Неофіційні антропоніми часто використовують самі політики, придумуючи їх для опонентів, аби применшити їхню постать. З іншого боку, жартівливо прозивають із метою зробити відомою малознану політичну фігуру, адже неодноразово прізвисько слугує індикатором іміджу політичної особистості. Більшість прізвиськ має зневажливе забарвлення, лише поодинокі трапляються компліментарні або так звані «прихильні» назви. Останнім часом набуло поширення вживання неофіційної номінації політичних діячів, глав держав, урядів, очільників міжнародних організацій інших відомих політиків з інвективною семантикою, негативною конотацією, глумливою іронією, а подекуди й саркастичним кепкуванням, емоційно-експресивним забарвленням, що зумовлено метафоричним характером цього типу онімів у мові медіа. Спорадично натрапляємо на антропоніми з позитивною конотацією або назви з пестливим забарвленням, які попри демінутивний характер лексем-мотиваторів, усе ж в окремих контекстах набувають негативного забарвлення.

Неофіційна антропонімна система сучасного політичного дискурсу акумулює інформацію про лінгвоментальну, сміхову й етнокультурну специфіку, що зумовлює потребу в комплексному дослідженні цього типу пропріативів. Також докладний аналіз так званих «других» імен політичних діячів виявляє їхній вплив на ефективність комунікації з громадянами, створенні власного іміджу й індивідуального стилю спілкування. Прізвиська цієї групи носіїв демонструють оригінальні ознаки на мотиваційному, лексико-семантичному, словотвірному,

прагматичному рівнях. Цікавий також історичний контекст виникнення тієї чи тієї неповторюваної назви, їхній анекдотичний характер. Ці мовні одиниці неофіційної політичної комунікації потребують сьогодні глибшого висвітлення з погляду їхніх класифікаційних різновидів, мотиваційних груп, лексико-конотативного наповнення, словотвірної специфіки, термінологічного статусу, прагматичного контексту, психологічного чинника тощо. У зв'язку з цим постає необхідність вивчення лінгвальної природи вказаного типу онімів через емоційно-оцінні вподобання суспільства.

Традиція наділяти політиків так званими «другими» іменами не нова для медіа. Часто прізвиська, які дають політичним діячам журналісти або суспільство, впливають на професійний імідж політика, визначають його життєву репутацію. Глузливі й лайливі обзивання змінюють сприйняття політика в суспільстві більше, ніж позитивні, адже завдяки передовсім соціальним мережам вони поширюються мегашвидко, стають вірусними, трансформуючись у різні форми контенту. Різноманітні прізвиська, транслюючись через канали комунікації, суттєво впливають на формування громадської думки. І що частіше це відбувається, то важче їх позбутися. Спостережено, що для створення образливих обзивань медіа найчастіше видозмінюють офіційне прізвище політика або вказують прямо чи завуальовано на його рід занять поза політичною сферою. Як бачимо, прізвиська політиків – надзвичайно цікавий контент для різновекторних наукових пошуків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Упродовж останніх десятиліть активізувалися дослідження неофіційного антропонімікону. Прізвисько в різних аспектах стало об'єктом наукових студій О. Антонюка, Г. Аркушина, О. Вербовацької, М. Дуйчак, М. Лесюка, М. Наливайко, Р. Осташа, В. Павлюк, Н. Федотової, П. Чучки, Н. Шульської. Політична антропонімія як важливий складник загальнонаціонального ономастикону спорадично перебувала в полі зору науковців. У кількісному вимірі більше студій, присвячених вивченню закордонного політичного дискурсу порівняно з дослідженнями вітчизняного політикуму. Зокрема, О. Фоменко, здійснюючи лінгвістичний аналіз політичного дискурсу США 90-х років ХХ століття, порушує питання неофіційних іменувань політичних лідерів Америки [1]. Н. Печко вивчає особливості імпліцитної семантики антропонімів політичного дискурсу, зіставивши конотативне значення офіційних власних назв політиків і їхніх неофіційних іменувань [2]. О. Єгорова акцентує увагу на лінгво-соціальній природі політичних прізвиськ, паралельно вживаючи як синоніми поняття «прізвиська» і «нікнейми», зауважуючи про адитивність (вторинність) цих пропріальних одиниць мови і важливість соціальної оцінки та соціальної інформації, оскільки ці антропоніми виникають і функціонують лише в соціумі [3]. Щодо вітчизняного досвіду, то вагомим є дослідження Ю. Саплін про соціолінгвістичні функції українських неофіційних політичних номінацій [4]. Не менш цінна в цьому напрямі наукових пошуків публікація С. Форманової про інвективну семантику прізвиськ українських політиків, у якій дослідниця доводить, що неофіційний антропонімікон політичної сфери слугує джерелом кепкування, глумливості, виражає негативну оцінку [5]. Поодинокі натрапляємо на розвідки, у яких схарактеризовано неофіційні найменування одного політика, переважно якимось відомого й одіозного. І. Подгурська досліджує мотивацію пропріальних одиниць на позначення прізвиськ

В. Путіна в сучасному англomовному політичному дискурсі, зокрема авторка наголошує на тих прізвиськах, які отримав політик-агресор після повномасштабного вторгнення в Україну 24 лютого 2022 року [6]. Прозивні імена політиків як специфічну категорію неофіційної системи називання виокремлює Т. Соловйова, аналізуючи типологію та прагматику прецедентних феноменів в українськомовному політичному дискурсі 2014–2019 рр. [7].

Поодинокі представлені соціологічні дослідження неофіційного іменника українського політикуму. До прикладу, команда «LOOQME», промоніторивши медіа, з'ясувала, кого з українських політиків обзивали найчастіше користувачі соціальних мереж й аудиторія традиційних ЗМІ в період із 1 травня 2020 року по 1 травня 2021 р. [8].

Проте дотепер немає наукових студій, присвячених комплексному аналізу прізвиськ українських і закордонних політиків щодо їхньої мотиваційної характеристики, конотативного наповнення, словотвірних особливостей, лексико-семантичної бази, стилістичного потенціалу, прагматичного контексту. Наша розвідка репрезентує дослідження неофіційних номінацій українських і закордонних політиків у міжкультурному контексті, також показує специфіку функціонування прізвиськ у медіа: обставини їхнього творення та мотивувальну характеристику.

Мета дослідження – проаналізувати неофіційні номінації в сучасному українському й закордонному політичному дискурсі; дослідити мотиваційний чинник та природу творення прізвиськ, виявлених у риторичі лідерів країн та політичних діячів і трансльованих медіа; простежити вплив прозивних імен на формування іміджу особи й місця в політичному процесі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Серед неофіційних власних назв чільне місце посідають нетрадиційні політичні найменування. Хоча в медійному дискурсі такі номінації маловживані, проте, як відомо, мова ЗМІ – це своєрідне віддзеркалення сучасного суспільства, тому прізвиська політиків відіграють не лише функцію ідентифікації особи, а й дають змогу почерпнути інформацію про ставлення народу до влади, особистісні стосунки держпосадовців, навіть окреслити загальну картину розвитку країни, її дипломатичну специфіку. Розглядаючи функції, які виконують неофіційні політичні номінації, варто говорити про ознаки публіцистичного стилю та газетного мовлення у формах неофіційних політичних номінацій, до яких належить відтворення суспільної «шкали цінностей». Мовна креативність у царині неофіційних номінацій співвідноситься з такими особливостями публіцистики, як «інтертекстуальність», «мовна гра», «іронічність». Інколи творчість мовлення корелює з невисокою культурною обізнаністю українського політбондону. Окрім когнітивного структурування політичного простору в ЗМІ, його оцінки, неофіційні політичні номінації підтримують такий механізм функціонування медіа, який передбачає не тільки й навіть не стільки відображення навколишньої дійсності, скільки її інтерпретацію, коментар, створення відповідної атмосфери, стереотипів сприйняття політикуму та політичної сфери [4].

Неофіційні номінації політичної сфери містять значну частку імпліцитної інформації у вигляді семантичних імплікатур, оскільки їхня поява визначена політичним та соціальним контекстом, який структурують певні прецедентні явища

та фонової знання. Серед антропонімічної бази політичного іменника функціують неоднакові за конотативним наповненням одиниці: від нейтральних, політично вмотивованих до пейоративних зі зневажливим та образливим змістом. Незважаючи на те, що прізвиська – переважно одно- чи дволексемні одиниці, їхня мотиваційно-інтерпретаційна характеристика надзвичайно широка, вони мають високу інформативність та експресію (нейтральних прізвиськ зовсім небагато). Ці чинники дають змогу сучасним прізвиськознавцям розглядати вуличні найменування як стислі тексти. На нашу думку, повним є визначення *прізвиська* як неофіційного одно- чи багатолексемного найменування особи чи кількох осіб, яке дає найменування, щоб підкреслити особливу характерну рису, що вирізняє денотата серед інших, ідентифікує його. Прізвиська – обов'язково конотативні одиниці, вони містять переважно негативний емоційний компонент [9].

Зважаючи на зацікавлення народу новим явищем, журналісти намагаються збирати, досліджувати, компонувати матеріал, що знайшов поширення в суспільстві. Виникають цілі рейтинги прізвиськ українських політиків. Результати таких досліджень кореспонденти часто розміщують в інтернеті. Наприклад, команда «*LOOQME*», промоніторивши антропонімікон політичних діячів у період із 1 травня 2020 року по 1 травня 2021 р., з'ясувала, що розподіл «обзивань» відомих політиків має такий вигляд: найчастіше прізвиська отримували Володимир Зеленський, Петро Порошенко, Ринат Ахметов, Арсеній Яценюк, Денис Шмигаль, Анатолій Шарій, Ігор Коломойський, Віктор Медведчук. Як показує дослідження, найбільше прозивали чинного Президента [8]. Після повномасштабного вторгнення до цього списку, очевидно, увійшов би Валерій Залужний, головнокомандувач Збройних сил України, якого також сьогодні активно наділяють так званими «другими іменами», зокрема *Залізний генерал*, *Залізний Залужний*. За кількістю згадувань-обзивань політиків у традиційних ЗМІ, за дослідженням команди «*LOOQME*», лідирують такі прізвиська: *Зеля* (Володимир Зеленський) – 2,8 тисячі; *Беля* (Ігор Коломойський) – 1,9 тисячі; *Бубочка* (Володимир Зеленський) – 869; *Шоколад* та інші похідні (Петро Порошенко) – 430; *Мертвечук* (Віктор Медведчук) – 178. Що стосується соціальних мереж, то в досліджуваній період чинного Президента згадували на прізвисько в два рази більше, ніж інших політиків разом узятих. Найчастіше неофіційними антропонімами наділяли Володимира Зеленського у Facebook, YouTube, Twitter [8].

Прізвиськові номени для ідентифікації політиків найчастіше використовують маловідомі медійні ресурси. Очевидно, периферійні ЗМІ зазвичай дозволяють більше емоційності, а відповідно й експресивності в публікаціях, аніж авторитетні видання.

Неодноразово фіксуємо приклади, коли до появи прізвиська політика причетні самі журналісти. Інколи виникають навіть анекдотичні ситуації, пов'язані з цим. Наприклад, в одній із публікацій «*Арахамія зізнався, яке “прізвисько” носить Зеленський у його телефоні: “Підписав двома словами”*» («Знай.ца», 14.11.2019) натрапляємо на оригінальний випадок: журналісти самостійно зафільмували неофіційне ім'я *Зе Вова*, яким підписаний у телефоні Давида Арахамії Президент України. Це трапилося під час розгляду закону щодо земельної реформи, коли до Арахамії зателефонував Володимир Зеленський, а тогочасний глава партії «Слуга народу» передав телефон Голові Вер-

ховної Ради України. Якраз у цей момент фотокореспонденти зафіксували, як підписаний у телефоні Давида Арахамії Президент. Також від журналістів отримала й прізвисько політична діячка Філіппін Імельда Маркос, яку медійники «охрестили» *Сталевий метелик* за вродливість і здатність зберігати холодний розум навіть у найнесподіваніших політичних ситуаціях.

Зуважимо, що в мові медіа спостережена тенденція до оригінальних утворень із власних назв, які зазвичай мають негативне забарвлення, як-от у фрагментах із журналістських публікацій кількарічної давності: «*Огривковий компроміс: Віктор Юценко вніс до Верховної Ради подання про призначення Володимира Огривка міністром закордонних справ*»; «*“Тарасюкіада” нарешті закінчилася!*»; «*Юц косить під Гітлера!*»; «*Юц і ВСІ-ВСІ-ВСІ!*»; «*Фашистські Тягнибоки*»; «*Крім купи проблем і дефолту Азаровщина нічого нам не принесе*»; «*Тимоха і новий уряд*»; «*Дочекалися щасливого життя! Яник за кермом!*» [5]. Творення політичних прізвиськ – це спонтанний, незупинний процес, адже одні можуть проіснувати зовсім недовго й зникнути назавжди, другі під впливом обставин змінюються, а треті – живуть поряд із носієм усе його життя і навіть після смерті. Спостерігаємо, що політики неодноразово самі беруть участь у появі прізвиськ. Завдяки ЗМІ стало відомо, що китайський президент Сі Цзінпін через війну в Україні і нищівний провал російського диктатора навіть модернізував прізвисько В. Путіна, яке керівництво Китаю придумало раніше (*Цуцєня*), додавши до нього додаткові смислові відтінки *Цуцєня без зубів*.

Іноді політики самі розкривають реципієнтам або свої, або чужі прізвиська. У медійній комунікації відомий випадок, коли депутат Олег Ляшко розповів про прізвисько опонента Арсенія Яценюка в ефірі програми «Шустер Live», перекинувши звинувачення про викриття прозивного імені на іншу політичну діячку Юлію Тимошенко: «*Ви знаєте, яка кличка в Арсенія Петровича? Я вам скажу. Я думаю, що він теж знає. “Сєня – денгьги вперед”*». І, до речі, це Юля на фракції сказала про цю кличку». Зрідка в медіа натрапляємо на ситуації, коли політики самі коментують свої прізвиська, як трапилося, до прикладу, з Олександром Турчиновим, який заявив, що не ображається на своє прізвисько *Кривавий настор*, мотивуючи, що воно краще, ніж те, яке українці дали В. Путіну. Інколи політичні діячі виправдовують свої найменування, особливо у випадку їхньої негативної семантики. Наприклад, депутат Адам Мартинюк визнав, що його називали *Саддамом Івановичем* на основі асоціації до власного імені з додаванням характеристичного компонента, оскільки був надто жорстоким і прискіпливим до того, що треба було зробити й реалізувати.

Інколи з процесом творення прізвиська пов'язані несподівані анекдотичні ситуації, коли політик сам бере участь у появі неофіційної назви. Так трапилося і з главою Білого Дому Джо Байденом, який зазирнув у вікно ресторану й отримав прізвисько. Причиною стало те, що діти, які були всередині закладу, почали відразу фотографуватися із політиком, потім місцевий портал опублікував світлини й відео в мережі. Однак деякі коментатори засудили вчинок Байдена, порівнявши дитячі селфі з ним зі сценами фільмів жахів. Це й стало причиною появи нового прізвиська *Жахливий Джо*.

Фіксуємо також унікальні історії, пов'язані з прозивними іменами політиків. Наприклад, іміджеве найменування *Енджі* отримала свого часу канцлер Німеччини Ангела Меркель під

час своєї передвиборчої кампанії, запозичивши однойменну назву рок-баллади британської групи «Rolling Stones». Коли музиканти про це дізналися, то відразу ж заборонили стратегам канцлерки використовувати їхню пісню. Серед неофіційного політичного ономастикону натрапляємо на ситуативні прізвиська, якими наділений був один політик у певний період своєї діяльності. Зокрема, згадувана Ангела Маркель під час політичної кар'єри отримувала прізвиська *Канцлер клімату* (за охоронну політичну діяльність); *Канцлер освіти* (ставила мету зменшити вдвічі кількість людей без професійної кваліфікації); *Тєфлоновий канцлер* (метафорична номінація), *Канцлер біженців* (проводила культуру гостинності до біженців). Хоча такі приклади в політичному дискурсі поодинокі.

Зрідка натрапляємо на багатоконпонентні прізвиська, утворені від певної фрази чи висловлення. Наприклад, 45-й президент США Дональд Трамп наприкінці свого перебування на посаді отримав назву *Mr Makes Matters Worse*, яка наочно відображала реальну ситуацію в країні й провал на виборах [2, с. 154]. Свого часу один із лідерів Північної Кореї Кім Чен Ін отримав прізвисько *Little Rocket Man*, адже він переймався випуском ракет. Особливу інвективну семантику демонструють прозивні назви В. Путіна, які він отримав через свою жорстоку авторитарну політику: *Rising Tsar* (гра слів, основана на репозиції літер у словосполученні *Rising Star*), *The Last Tsar of Russia*, *The Tsar of Corruption*. Авторство прізвиська В. Путіна *The Butcher* належить Джо Байдену, який так «охрестив» політика-диктатора через його антидемократичні політичні манери й холоднокровність.

Деякі з неофіційних іменувань колишніх чи теперішніх можновладців мають цілі історії. До прикладу, Наталя Вітренко у статусі кандидата в Президенти України пропонувала цікавий метод розв'язання енергетичної проблеми: «В Україні розпочнеться масове спорудження геліоаеробаричних теплоелектростанцій (ГАБ ТЕС). Ці електростанції використовують відтворювальні ресурси енергії вітру і сонця...», за що отримала прізвисько *Наташа-генератор* [10]. Виявлено, що найбільше неофіційних найменувань політики отримують тоді, коли займають найвищі державні посади, адже увага простих людей у цей час до них особлива. Прізвиська не завжди дають лише з огляду на ознаку, яка належить названій особі. Трапляється, що нетрадиційна власна назва «приклеюється» до посадовця через чутки, а не офіційні факти.

Цікаві зі словотвірного й стилістичного боку парні прізвиська, які характеризують обох політиків, але постають як одне ціле. Їх можна розглядати як узуальні оніми, використані в ролі вторинних власних назв й отримані шляхом лексичної деривації на основі уявлень і вражень про відповідного індивіда і ті події, у яких він брав участь. У неофіційній політичній комунікації парну структуру мають такі прізвиськові утворення: *Чук і Гек* (Віктор Медведчук і Григорій Суркіс); *Дона і Гена* (Михайло Добкін і Геннадій Кернес).

Деякі прізвиська політиків засвідчують утрачену на рівні політичного дискурсу мотивацію, адже невідомо, до прикладу, мотивів походження прозивних імен *Юра-Термінатор* (Юрій Луценко), *Кіндер-сюрприз* (Арсеній Яценюк), *Дядя Сірожа* (Сергій Ларін), *Миша 3%* (Михайло Поживанов).

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, проаналізувавши неофіційний політичний антропонімікон

у риторичі українських і закордонних державних діячів, підсумовуємо, що майже кожен політик має своє кодове ім'я – так зване прізвисько, яким його іменує оточення. Рідше прозивні імена бувають кумедними й іронічними, зазвичай вони саркастичні, виражають інвективну семантику. Цікаві прізвиська за функційною вмотивованістю й прагматичним підґрунтям. Прагматичною основою появи неофіційних назв стає зазвичай екстралінгвальна інформація, що стосується особистісних характеристик номінанта, його способу життя, тактик комунікативної поведінки, досягнень або поразок у політичній сфері. Перспективними в цьому плані можуть бути дослідження прагматичного контексту неофіційних антропонімів політиків, словотвірних, лексико-семантичних особливостей прізвиськ.

Література:

1. Фоменко О.С. Лінгвістичний аналіз сучасного політичного дискурсу США (90-ті роки XX століття) : дис... канд. філол. наук, Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 1998. 195 с.
2. Печко Н.М. Інтерпретація імпліцитної семантики антропонімів політичного дискурсу. *Міжнародні відносини, суспільні відносини та регіональні студії*. Луцьк, 2021. Вип. 1 (9). С. 148–160.
3. Єгоров О.І., Коваль Т.Ю. Лінгвосоціальна природа прізвиськ у політичному дискурсі. *Нові виміри духовності на початку XXI століття : матеріали VI Міжнародної наукової конференції*. Суми, 2018. С. 38–39.
4. Саплін Ю. Ю. Соціолінгвістичні функції українських неофіційних політичних номінацій. *Стиль і текст : науковий збірник Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка*. Київ, 2007. Вип. 8. С. 126 – 133.
5. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2137>
6. Форманова С.В. Інвективна семантика прізвиськ українських політиків. *Записки з ономастики: збірник наукових праць*. Одеса, 2014. Вип. 17. С. 248–255.
7. Подгурська І. Мотивація пропріальних одиниць на позначення прізвиськ В. Путіна в сучасному англомовному політичному дискурсі. *Сучасні філологічні і методичні студії: проблематика і перспективи: матеріали міжнародної конференції*. Харків, 2022. С. 185–188.
8. Соловйова Т.О. Типологія та прагматика прецедентних феноменів в українськомовному політичному дискурсі 2014–2019 рр. : дис. ... доктора філософії, Криворізький державний педагогічний університет. Кривий Ріг, 2022. 236 с.
9. Як медіа та соцмережі обзивають українських політиків. LOO-QME: сайт. URL: <https://ua.looqme.io/blog/tpost/m11alzygp1-yak-medya-ta-sotsmerezhi-obzivayut-ukrainsk>
10. Шульська Н.М. Неофіційна антропонімія Західного Полісся : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Луцьк, 2011. 20 с.
11. Народні прізвиська українських політиків. URL: https://gazeta.ua/articles/life/_narodni-prizviska-ukrayinskih-politikiv-foto/162511

Shulska N., Zinchuk R. Informal political communication in the language of modern media

Summary. The article deals with the analysis of informal political communication based on the material of the language of modern media. Unofficial nominations in modern Ukrainian and foreign political discourse were identified and characterized. It was found out that the nicknames of politicians are marked by such features as individuality, expressiveness, appraisal, informativeness. It has been studied that unofficial second names of political figures actively influence the effectiveness of communication with citizens in creating their own image and communication

style. Political anthroponyms clearly demonstrate original features at the motivational, lexical-semantic, word-forming, and pragmatic levels. It was found out that most often unofficial names of politicians are given when they hold the highest government positions, because special attention is attracted to them at this time. Nicknames are not always given only in view of the sign that belongs to the bearer. It happens that an unconventional proper name "sticks" to an official because of rumors rather than official facts. Nicknames usually indicate the official name or surname of an official, their external or internal features, an incident or event in the life of a politician, type of occupation. There are also names based on similarity to other famous people or characters. Some of them appear as a result of the political

activity of the dominant. It has been established that informal anthroponyms are sometimes funny and ironic in connotation; but mostly they are sarcastic, express invective semantics. The pragmatic basis for the emergence of nicknames is usually extralingual information related to the personal characteristics of the dominant, their lifestyle, and tactics of communicative behavior, achievements or defeats in the political sphere. It is proved that the unofficial anthroponymic system of modern political discourse accumulates information about the linguistically mental, humorous and ethno-cultural specificities of a particular nation, as well as demonstrates their specific reflection in the language of modern online media.

Key words: language of media, informal communication, political discourse, nickname, connotation, motivation.

*Шундель Т. О.,**викладач кафедри мовних та гуманітарних дисциплін № 1
Донецького національного медичного університету*

СИНКРЕТИЧНІ СКЛАДНОПІДРЯДНІ РЕЧЕННЯ ПЕРЕХІДНОГО ХАРАКТЕРУ З СЕМОЮ «АТРИБУТИВНІСТЬ – ЧАС»

Анотація. Статтю присвячено проблемі вивчення синкретичних моделей складнопідрядних речень з семою «атрибутивність – час» та аналізу утворюваних взаємовідношень перехідного характеру між його компонентами. Дослідження таких речень у мові потребує систематизованого розв'язання у зв'язку з модифікованим характером, що є причиною виникнення проміжних ланок між цими мовними моделями. Характерною ознакою є те, що лінгвісти намагаються не лише розкрити семантико-синтаксичну систему предикативних одиниць за допомогою структурно-семантичного аналізу за умови розмежування ядра та синкретичної периферії, але показати їх роль в здійсненні зв'язку між типовими та перехідними синтаксичними одиницями. Виникнення різних смислових відношень між структурними компонентами складнопідрядних речень пояснюється різною структурною побудовою і багатими смисловими відтінками, що передаються за допомогою комплексу мовних засобів або з'єднувальних елементів. При цьому синкретизм виступає своєрідним конденсатом різноманітних семантичних значень та розкриває багату природу з'єднувального елемента. Проміжні й синкретичні одиниці з семою «атрибутивність – час» простежуються не лише на рівні форми, але й на рівні змісту та характеризуються невідповідністю двох мовних сфер. Такі синкретичні складнопідрядні речення втрачають певний набір диференційних ознак в синкретичних периферійних структурах та за певних умов набувають додаткових значень іншої польової конструкції. Причини виникнення цих синкретичних конструкцій різноманітні, але головний фактор полягає у спробі виразити компоненти інформативної семантики за рахунок вже існуючих мовних засобів. Так, при заміні одного значення підрядного речення іншим значення головного не змінюється, але зникають певні стосунки між його компонентами. Це призводить до появи додаткового значення в поверхневій структурі складнопідрядних речень з семою «атрибутивність – час», при цьому елемент глибинної структури починає характеризуватися нестійким характером, що і призводить до синкретичності форм. Виявлено, що модифіковане семантичне значення є результатом асиметричних взаємовідношень між семантикою і будовою речення. Доведено, що комбінаторні семантичні значення виникають завдяки багатоаспектному семантичному потенціалу складнопідрядних речень та синкретичному характеру з'єднувальних елементів. Простежено умови виникнення синтезованого значення та інтенсифікації змісту мовних одиниць з семою «атрибутивність – час».

Ключові слова: складнопідрядне речення, синкретизм, синкретичне значення, шкала перехідності, ядро, синкретична периферія, синтезована форма, перехідний характер.

Постановка проблеми. Функціонування в англійській мові синтаксичних одиниць ускладненого характеру та виникнення синкретичних зв'язків між структурними елементами таких

конструкцій представляє собою характерну рису сучасного синтаксису англійської мови. В англійській мові складнопідрядне речення (далі – СПР) є високоорганізованою одиницею польової природи, яка складається з ядра й синкретичних зон. Ядро СПР представлено конструкціями, де знаходиться повний набір диференційних значень, які реалізуються в інваріантних базових структурно-семантичних одиницях. В периферійних (синкретичних) зонах зосереджені перехідні конструкції синхронного характеру, що поєднують в собі декілька значень, які можуть бути виражені в нерівній мірі, тобто з переважанням тієї або іншої семантики, або характеризуватися тотожністю синтезованої форми.

Головною ознакою є те, що вчені-лінгвісти роблять численні спроби не лише детально вивчити семантико-синтаксичну систему предикативних конструкцій за умови розмежування ядра та синкретичної периферії, але й проаналізувати характер їх зв'язку між одиницями з типовою та перехідною природою, враховуючи різноманітний характер семантичних модифікацій з'єднувальних елементів синкретичного характеру. Треба зазначити, що саме синкретизм є містким засобом передачі значень синтаксичних функцій, які виражають багатоаспектний процес відкритий для реалізації в конкретній ситуації. Таке відображення ознаки дозволяє модифікувати, формувати реалізацію семантичних значень синтаксичних функцій, тобто, відкриває великі можливості для поєднання різних елементів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Моделі речень, що відзначаються синкретизмом, як правило, розглядаються як такі, що не вкладаються в чітко побудовану класифікацію або порушують уявлення про виразність системи в мові. Асиметричні взаємовідношення, що виникають між елементами структурної організації СПР та семантичним навантаженням цих складних конструкцій свідчать про невизначеність позицій щодо значеннєвої площини мовних структур синкретичної природи.

Незважаючи на численну кількість наукових праць, в яких дослідники (Ю. Бойко, П. Бокова, Т. Грибонос, О. Козаченко, Т. Панькова, Н. Фарина, Р. Хрістіанінова, Л. Шитик та ін.) здійснили спробу різноаспектно дослідити синкретичну природу СПР та проаналізувати їх структурно-семантичні різновиди, питання щодо вивчення смислового навантаження складнопідрядних одиниць з синкретичним значенням залишається досі проблемним в мові. Аналіз зазначеної літератури з окресленої проблеми дає підстави вважати, що при дослідженні складної природи СПР не звертається значної уваги на додатковий характер наповнення змістової сторони підрядної частини з набутими інваріантними значеннями інших польових периферійних структур. Тому, саме факт існування в мові таких

складних взаємовідношень між головною та підрядною частинами СПР та модифікований характер структурних елементів і зумовлює актуальність наукового пошуку.

Визначальним показником насамперед є те, що в науці й досі не існує усталеного погляду щодо існування видової семантики складнопідрядних одиниць з гібридним характером та синкретичним значенням опозиційних пар периферійних конструкцій. Так, невизначеність позицій щодо комплексу диференційних ознак ядерної структури аналізованих складних конструкцій призводить до функціонування в мові різноманітних значень та функцій елементів синкретичної периферії у рамках різних видових опозицій.

Нам представляється цікавим розглянути перехідні моделі СПР з атрибутивними й часовими відношеннями, що викликано недостатнім вивченням загального плану висловлювання периферійних ланок складнопідрядних одиниць та причиною вільного варіювання зв'язку між його компонентами.

Формування мети статті. Мета нашого дослідження – вивчення та аналіз структурно-семантичної природи складнопідрядних конструкцій з підрядною частиною, що знаходиться в опозиції «атрибутивність - час», виявлення та дослідження синкретичного характеру польових одиниць модифікованої природи. Досягнення поставленої мети можливо здійснити шляхом вирішення наступних завдань: розглянути структурно особливості ядерних, периферійних та перехідних моделей СПР за допомогою шкали перехідності; охарактеризувати семантичні модифікації перехідних та периферійних зон СПР; розкрити суть взаємовпливу перехідних моделей підрядної частини СПР з атрибутивними та часовими відношеннями; дослідити функціональні особливості універсальних синтезованих СПР синкретичного характеру.

Виклад основного матеріалу. Репрезентація синкретичних структур периферії викликана характером зв'язку між компонентами СПР, що призводить до нестабільності їх типологічної системи. Новий смисловий зміст складнопідрядних одиниць не завжди може бути оформлений конкретними формальними засобами, але прагнення мови до великої кількості нових мовних засобів за допомогою економії цілої системи мовних елементів спонукає мовця звернутися до моделювання СПР.

В англійській мові СПР перехідного характеру утворюють опозиції, де представлені приклади перетину синтаксичних площин різноманітної семантики. Синкретизм семантики СПР дозволяє несуперечливо розмежовувати смислові відтінки й реалізувати їх функціональний потенціал, враховуючи слабкий та сильний характер підпорядкування. Прагнення СПР до вираження нового значення в старій формі призводить до тісної взаємодії складнопідрядних структур різної природи (обумовленості, позиційності й перехідності між ними). Невеликі за об'ємом поля можуть об'єднуватися з полями більш широкого діапазону на основі єдиних принципів.

Так, в англійській мові синкретичні СПР - речення з двома семантичними ядрами, які мають декілька планів змісту. Можливість варіювання СПР з синкретичними підрядними типами не обмежена, оскільки мова завжди прагне до виникнення нових форм. Семантико-синтаксична двозначність синкретичних явищ здійснюється за рахунок вільної сполучуваності головного й підрядного речень, що свідчить про необмежену можливість мови та про зближення полярних значень з метою виникнення СПР з розширеним значенням.

Нам повністю імпонує думка Ю. Бойко, яка вважає, що в межах СПР постійно розвивається велика кількість «синкретичних функціонально-семантичних різновидів, що свідчить про високий семантичний потенціал конструкцій» [1, с. 5].

З огляду на це доречно зауважити, що синкретичні конструкції СПР виникають у разі внутрішньої перехідності, коли семантика структурної одиниці ускладнюється іншими різновидами формально-синтаксичних зв'язків чи семантико-синтаксичних відношень у наслідок нетипового лексико-семантичного оформлення [2].

Серед численних прикладів складнопідрядних конструкцій синкретичного характеру виокремлюються одиниці з інваріантним семантичним значенням «атрибутивність – час».

Універсальність СПР в ядерних, периферійних та перехідних зонах можна детально дослідити, використовуючи шкалу перехідності В. Бабайцевої, що дозволяє не тільки вивчити синтезовані значення функціонально-семантичних полів «атрибутивність – час», але й проаналізувати характер взаємодії з'єднувальних елементів (сполучника або сполучуваного слова) при умові урахування синкретичності периферійних зон [3, с. 32–34].

Досліджуючи природу з'єднувальних елементів, І. Бокова говорить про сполучникові засоби зв'язку як засоби, що можуть сприяти виникненню семантичних відношень певного характеру, оскільки вони виконують подвійну функцію. Саме здатність сполучників передавати численні семантичні відношення з їх тонкими відтінками свідчить про двобічний зв'язок. На думку дослідниці саме часові сполучники характеризуються насиченістю, а їх інваріантний характер спричинює виникнення найрізноманітніших відношень в структурі СПР. Цей факт пояснюється тим, що кожний сполучник характеризується не лише інваріантним значенням, але й контекстуальним, яке може бути залежним від ряду структурно-семантичних особливостей всієї складнопідрядної конструкції [4, с. 8].

Так, Н. Фарина говорить про виникнення атрибутивно-часових відношень завдяки ускладненню атрибутивної семантики обставиною за рахунок нетипових сполучних засобів з новою конотацією [5, с. 167].

І. Панькова зауважує, що СПР з атрибутивно-часовими відношеннями синкретичного характеру виникають у разі, коли в головній частині складної конструкції функціонують слова чи будь-які словосполучення, що використовуються для передачі часової семантики, при цьому підрядна частина з'єднана з головною за допомогою сполучника *when*. Дослідниця вважає, що синкретичний характер виникає за рахунок додаткової інформації у рамках вже заданої, а це надає їм можливість передавати тонке смислове навантаження [6, с. 156].

Ми повністю розділяємо точку зору Л. Шитик щодо виникнення синкретичного характеру, який залежить від цілого набору чинників, а саме, специфічного характеру сполучних засобів, лексико-граматичних особливостей вказівних слів, природи атрибутивного поширювача, тощо [7, с. 96].

На думку Т. Грибонос, виникнення подвійних семантико-синтаксичних відношень між структурними частинами СПР зумовлене також морфологічною природою опорного компонента головної частини, внаслідок чого складні конструкції здатні поширювати як атрибутивне, так і часове семантичне поле. Внаслідок цього і виникають декілька рівнів семантичного значення, які при накладанні одне на інше спричинюють появу

синкретичних атрибутивно-часових відношень у межах одного речення [8, с. 188].

Складнопідрядні конструкції з атрибутивними й часовими (темпоральними) відношеннями, а також їх синтезовані форми на шкалі перехідності представлені наступним чином:

A. *Tom, who appeared to have aged a great deal, stood beside the table with his cap in his hand and his head bowed [9, с. 159].*

The silence that followed seemed to go on for ever [9, с. 182]

Aб. *It was a damp, dreary day on Monday 25 October 1915, a day when Kate would never forget [9, с. 351].*

It was almost the end of the day when they dropped their bomb-shell [9, с. 331].

АБ. *Later that evening when Milly and Katherine were in the kitchen, Milly closed the door [9, с. 137].*

That day when Ted came in he went straight up to Joseph, looking very worried [9, с. 318].

аб. *The following day when Katherine finished her work, she made her way to the ironmongers [9, с. 104].*

On Sunday morning when Kate went in to Joseph, she found him in bed, bathed in sweat [9, с. 309].

Б. *I was surprised when Ted told me about Grace and Seamus going [9, с. 339].*

Gradually, after she knew Joseph had left for school, she bathed and when she felt a little stronger made her way down-stairs [9, с. 47].

У ядерній зоні **A** знаходяться конструкції з власне-атрибутивними відношеннями, в яких чітко простежується тісний зв'язок між з'єднувальним елементом і опорним компонентом головного речення (*Only had some silly cows in here three and four months that can lead to all sorts of complications [9, с. 139]*), при цьому підрядна частина може займати інтерпозицію або постпозицію у СПР: *The letter that came at the end of April was completely out of the blue [9, с. 361]; I can't take the credit, it was the staff who made it go as smoothly as possible [9, с. 44].*

Аналізуючи СПР з підрядними означальними, О. Козаченко говорить про конструкції з атрибутивними відношеннями, де виражені відношення предмета та його ознаки [10, с. 36]. На нашу думку, саме такі речення представляють ядерну ланку СПР з семантикою атрибутивності.

СПР ядерної зони **Б** характеризуються як конструкції з часовими відношеннями у чистому вигляді, в структурі яких простежується використання типізованих слів з тимчасовою семантикою (*On Saturday when Joseph finished work he came to her new home [9, с. 264]; Perhaps later, when Dolly and Tom visited her sister, they could bring a few more [9, с. 48]*) або емотивної лексики у складі іменного присудка (*Katherine was amazed when she found Josh was giving her another week's wages [9, с. 214]; Kate was more than pleased when Milly walked in the following day [9, с. 275]*). При цьому частини СПР пов'язані між собою системою з'єднувальних елементів з яскраво вираженою семою часу (... *but Kate had told her, no picking up clients while she was working [9, с. 305]; As soon as she got the key Katherine hurried to the shop [9, с. 261]; After they left Katherine and Milly sat for a while with their thoughts [9, с. 195]*). Різновиди складнопідрядних конструкцій з семантикою часу мають дуже гнучку систему й по відношенню до головного речення можуть займати різне положення: *While he looked around he stroked his pepper-and-salt-coloured beard [9, с. 273]* – препозиція підрядної частини СПР; *One fine evening, as Katherine made her way*

home from work, she couldn't believe her eyes when she turned into Croft Street [9, с. 96] – інтерпозиція підрядної частини СПР; *It wasn't long before Olive and Ernie came and joined this sad little gathering [9, с. 163]* – постпозиція підрядної частини СПР.

Одиниці периферійної ланки **Аб** тяжіють до ядра атрибутивності. У подібних реченнях загальний план висловлювання вказує на той факт, що підрядна частина знаходиться в безпосередній залежності від опорного слова в головному реченні завдяки семантико-синтаксичному характеру зв'язку між компонентами СПР (приклади ланки **Аб**). Лексико-граматичним індексом головного речення виступає іменник з часовою семою, який потребує розкриття, таким чином, в підрядній частині знаходиться висловлювання уточнюючого характеру (*So it was Saturday when she told her about Nellie coming in and Josh dying [9, с. 303]*). Типізована лексика, яка вживається в певній ситуації, стає конкретною, що й актуалізує зв'язок з атрибутивним відношенням у СПР. З іншого боку, поєднання опорного слова з часовим сполучником **when** обумовлює близькість до темпорального значення (*It wasn't long after when the rumpus in the passage told them that Charlie and Tom were home [9, с. 188]*). Так, моделі ланки **Аб** володіють перехідним характером з домінуючим значенням атрибутивності й додатковим значенням часу. Істотною ознакою для таких конструкцій є здатність опорних слів виконувати синтаксичну функцію частини іменного присудка або доповнення (*It was the middle of June when the strike finally ended [9, с. 155]; He was waiting for the minute when Katherine came in [9, с. 132]*).

СПР зони **АБ** з приблизно однаковим співвідношенням атрибутивної семантики й темпорального значення у своїй синкретичній структурі містять опорні компоненти з семою часу у поєднанні з корелятами (вказівними займенниками), які заміщають позицію семи атрибутивності в СПР (*Later that evening, when everybody was closing down for the night, Kate had been to the greengrocer's and was on her way back, dragging a heavy sack of potatoes [9, с. 281]*). Зв'язок сполучника з опорним словом головного речення вказує на атрибутивний характер СПР, а темпоральний план таких конструкцій підтримується за допомогою часових сполучників та іменників часового характеру (*After that lunch, when trade began to settle down, Ron wearing a huge gun, came in [9, с. 267]*). Треба зазначити, що поява вказівного слова дещо змінює атрибутивні відношення, але не сприяє зниженню уточнюючого характеру опорного компонента та служить для розкриття семантичного потенціалу СПР в мові. Специфіка структурно-семантичного типу СПР ланки **АБ** свідчить про незамкнутість меж між двома типами СПР - атрибутивними й темпоральними.

Складнопідрядні конструкції синкретичної зони **аб** визначаються як одиниці, де переважає семантика часу. У структурах цього типу нами відзначається лише незначне зближення з атрибутивними СПР завдяки зв'язку з опорним словом головного речення. Вживання типізованої лексики у функції обставини часу, відсутність корелята в головному реченні, а також наявність прикметників, які заміщають сему атрибутивності в СПР, усе це свідчить про актуалізацію часової семантики (*Milly sat in stunned silence when he took a small wooden cross from the bag and very briefly showed them [9, с. 201]; On Monday morning, when Grace walked in, she stopped in the doorway [9, с. 280]*). Моделі СПР перехідної зони **аб** розкривають усю складність смислової структури синкретичного СПР.

Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків у даному науковому напрямку. Проведене дослідження розширює уявлення, що характерна ознака поєднання семантичних відтінків в структурі англійських СПР пов'язана, перш за все, з полісемантичною природою сполучників та їх здатністю виражати в різних умовах варіативність семантичних полів. Вирішальним критерієм при цьому служить гнучкість й складна форма інваріантного значення, яке також є одним з ключових позицій при встановленні типології СПР. Важливу роль при дослідженні умов виникнення синкретичних явищ грають також опорні компоненти та їх лексичне наповнення. Неважно помітити, що появи додаткових відтінків в англійських СПР сприяє також наступний комплекс ознак: морфолого-синтаксичні властивості опорних слів, вживання певних форм в конструктивній основі СПР, гнучка позиційна система підрядних речень або їх чітка фіксована позиція в деяких випадках.

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у детальному вивченні та дослідженні структурно-семантичної природи складнопідрядних конструкцій синкретичного характеру з інваріантним значенням та модифікованою природою. Підставою для такого твердження є той факт, що двозначний семантико-синтаксичний характер синкретичних явищ відбувається за умови вільної сполучуваності головної та підрядної частин, що і свідчить про необмежену можливість мови й про зближення полярних значень аж до виникнення СПР з розширеним значенням.

Література:

- Бойко Ю.П. Синкретизм у системі складнопідрядних речень сучасної англійської мови. Актуальні проблеми філології та перекладознавства: зб. наук. пр. Хмельницький: ХНУ, 2017. Вип. 13. С. 3–6. URL: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/6045/1/1.pdf> (дата звернення 15.02.2023).
- Христіанінова Р.О. Складнопідрядні речення з ознаками різних типів. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2014. Серія «Філологічна». Вип.50. С. 37–41. URL: <https://eprints.ua.edu.ua/3963/2/8.pdf> (дата звернення 16.02.2023).
- Бабайцева В.В. Зона синкретизма в системі частей речи современного русского языка. *Филологические науки*. 1983. № 5. С. 35–42.
- Бокова П.М. Структурний та функціонально-семантичний аспекти складнопідрядних речень з підрядними часу в сучасній іспанській мові: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.05. Київ, 2001. 21 с. URL: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/aref/20081124048265> (дата звернення 18.02.2023).
- Фарина Н. Синкретизм у складнопідрядних реченнях атрибутивної семантики. *Гуманітарна освіта у технічних вищих навчальних закладах*. 2016. Вип. 34. С. 164–176. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gotvzn_2016_34_17 (дата звернення 18.02.2023).
- Панькова Т.В. Поліпредикативні складнопідрядні речення: структурно-семантичний і комунікативно-прагматичний аспекти (на матеріалі англійської художньої прози): дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Івано-Франківськ, 2019. 245 с. URL: https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/11/dis_pankova.pdf (дата звернення 20.02.2023).
- Шитик Л.В. Значеннєвий синкретизм об'єктно-атрибутивних складнопідрядних речень. *Лінгвістичні дослідження*. 2016. Вип. 42. С. 92–98. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpkhnpu_lingv_2016_42_16 (дата звернення 20.02.2023).
- Грибонос Т. М. Семантичні особливості складнопідрядних речень часової семантики. *Вісник Житомирського державного університету*. 2011. Випуск 54 (Філологічні науки). С. 186–190.
- Dee Williams. *Katie's kitchen*. London: Headline Book Publishing, 1998. 375 p.
- Козаченко О. Складнопідрядні речення з підрядними атрибутивною семантикою. *Лінгвістичні студії*. 2019. Вип. 38. С. 34–40. URL: <https://jlingst.donnu.edu.ua/article/view/7700> (дата звернення 20.02.2023).

Shundel T. Syncretic complex sentences of a transitive character with the seme “attribute – time”

Summary. The article is devoted to the problem of researching syncretic models of complex sentences with the seme “attribute – time” and the analysis of the formed relationships of a transitive character between its components. The study of such sentences in the language requires a systematic solution due to their modified character which is the reason for the development of intermediate components between these language models. A characteristic feature is that linguists try not only to reveal the semantic-syntactic system of predicative units with the help of structural-semantic analysis under the condition of distinguishing the core and syncretic periphery, but to show their role in establishing a connection between typical and transitive syntactic units. The development of different semantic relations between the structural components of complex sentences is explained by the different structural construction and varied semantic meaning which are conveyed with the help of a complex of linguistic means or connecting elements. At the same time, syncretism acts as a kind of condensate of various semantic meanings and reveals the rich character of the connecting element. Intermediate and syncretic units with the seme “attribute – time” can be not only at the level of form, but also at the level of content and they are characterized by the discrepancy between two linguistic spheres. Such syncretic complex sentences lose a certain set of differential features in syncretic peripheral structures and, under certain conditions, acquire additional meanings of another field structure. The reasons for the development of such syncretic constructions are various, but the main factor is an attempt to express the components of informative semantics due to already existing linguistic means. Thus, when replacing one meaning of a subordinate clause with another one, the main meaning does not change, but certain relationships between its components disappear. It leads to the appearance of an additional meaning in the surface structure of complex sentences with the seme “attribute – time”, while the element of the deep structure begins to be characterized by an unstable character that leads to syncretism of the forms. It has been found out that the modified semantic meaning is a result of asymmetric relationships between semantics and sentence structure. It has been proven that combinatorial semantic meanings arise due to the multifunctional semantic potential of complex sentences and the syncretic nature of connecting elements. The conditions for the development of a synthesized meaning and the content intensification of the language units with the seme “attribute – time” have been observed.

Key words: complex sentence, syncretism, syncretic meaning, scale of transitivity, core, syncretic periphery, synthesized form, transitive character.

*Яницька І. Ю.,
orcid.org/0000-0002-9312-4066
асистент кафедри тюркології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

ЦІЛЬ КОМПЛІМЕНТІВ У РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ (НА ПРИКЛАДІ ТУРЕЦЬКОЇ РЕКЛАМИ)

Анотація. Реклама – це важливий інструмент залучення уваги споживачів до пропонованих товарів і послуг. У рамках рекламних кампаній, маркетологи застосовують різноманітні методи та комунікативні стратегії для досягнення своєї мети. Зокрема, одним із найефективніших способів зацікавленості потенційного клієнта є використання компліментів. Комунікативний акт компліменту, як правило, виражається для висловлення поваги, любові, прихильності або захоплення. У контексті реклами комплімент може бути використаний для стимулювання позитивних емоцій відносно продукту або послуги, що рекламується, і, відповідно, підвищення іміджу бренду. У цій науковій статті ми дослідимо поняття, типологію та прагматичну ціль компліментів на прикладі турецької реклами, а також з'ясуємо лінгвістичні та психологічні причини продукування компліментарних висловлювань у рекламному дискурсі. Результати наукової розвідки показують, що компліменти можуть мати різні форми і виконувати різні функції в рамках рекламної стратегії. Зокрема, компліментарні висловлювання у рекламному тексті можна розрізнити за цільовою аудиторією, характеристикою продукту, стилем та категоричністю висловлювання. У пропонованій науковій розвідці обґрунтовується семантична структура та прагматичний аспект компліментів з точки зору теорії комунікативного акту. Аналізуючи низку притаманних турецькому компліменту ознак, у статті нам вдалось прослідкувати його практичне використання у рекламному дискурсі в межах таких комунікативних інтенцій мовця: вияв ввічливості, виклик позитивних емоцій, стратегія аргументації та переконання, заохочення і спонукання до дії, маніпуляція над свідомістю. Отримані результати дослідження дають ширше уявлення не лише про практичне застосування компліментарних висловлювань, але й формують типологію компліментотворення у турецькій етнокультурі.

Ключові слова: комплімент, компліментарні висловлювання, реклама, комунікативний намір, прагматика, соціолінгвістика.

Постановка проблеми. У сучасному світі такий вид маркетингової комунікації, як реклама, з метою залучення уваги та збереження інтересу потенційного споживача, дедалі частіше використовує різні засоби та ресурси для реалізації своєї мети. Зокрема, в межах рекламного дискурсу ефективним та досить поширеним явищем емоційного впливу на адресата є комунікативний акт компліменту.

Дослідження прагматичного аспекту вживання компліментарних висловів у рекламному тексті є відносно новим і мало вивченим питанням у сучасній лінгвістиці. Доцільність проведення цієї наукової розвідки зумовлена насамперед спрямованістю когнітивного мовознавства та соціолінгвістики, що

займаються дослідженням взаємозв'язку мови та суспільства. Крім того, вивчення компліментів у лінгвокультурологічному аспекті може мати практичне значення у процесі викладання іноземних мов та міжкультурної комунікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В історії мовознавства багато науковців займалися дослідженням компліментів, позаяк це явище має великий соціальний та культурний вплив. До числа відомих світових вчених можна віднести: Е. де Ландера – французького мовознавця, що вивчав лінгвістичні засоби вираження любові та поваги, П. Браун і С. Левінсона, які розробили теорію політенційних актів, що поширюється на комунікативний акт компліменту [1], Дж. Алатіса, який вивчав вплив мови на комунікацію між представниками окремих культур та Дж. Левіна – науковця британського походження, що досліджував узус компліментарних висловлювань у мовленні [2].

Українська та турецька лінгвістика також має чимало представників, фокусом уваги яких неодноразово ставав об'єкт нашого дослідження. Зокрема, можемо виділити наукові праці таких українських мовознавців: В. Варакса, І. Галич, Л. Ковалюк, І. Паламарчук, Л. Шевченко, І. Шкіцької. У Туреччині структуру, вживання та функціональну характеристику компліментарних висловлювань вивчали Х. Бесенді, К. Більгегіл, М. Риза Решід, К. Кінар, Х. Табі та інші.

Варто зазначити, що незважаючи на те, що комплімент є важливим елементом соціальної взаємодії, дослідження, присвячені темі поширення та використання цього мовного явища у контексті комунікації між продавцем або рекламодавцем та споживачем є досить обмеженими. Окремо компліменти у рекламному тексті розглядали І. Данилевська, Л. Колодязна, О. Коберник, Н. Сідлецька. Особливої уваги заслуговує англійська праця Д. Сієглової про іллокутивну силу компліментів у соціальній рекламі [3].

Метою пропонованої розвідки є дослідження функціональності та прагматичної цілі продукування компліментарних висловлювань на прикладі турецькомовного рекламного дискурсу. Реалізація мети дослідження постає у вирішенні таких завдань: дефініція та класифікація компліментарних висловлювань у турецькому рекламному тексті, аналіз лінгвістичних і психологічних аспектів використання компліментів у турецькій рекламі, визначення цілей та перспектив використання компліментів у сучасній рекламі.

Виклад основного матеріалу. З початком нового тисячоліття спостерігається стрімкий розвиток ринкових відносин та конкуренції, що спонукає маркетологів та рекламні агентства дедалі більше шукати та залучати нові шляхи інформування споживачів про діяльність компаній, їх товари

та послуги. Сучасна рекламна стратегія – комплексна та пропорційна організація інтелектуальної, креативної і комунікативної складової, що безпосередньо впливає на емоційний стан реципієнта [4]. У таких умовах комунікативний акт комплімент є важливим інструментом побудови взаємовигідних відносин між брендами та покупцями, що, з одного боку, допомагає створити позитивну асоціацію з продуктом, а з іншого – підкреслити його особливості, унікальність, інноваційність, естетичність тощо.

У теорії комунікативних актів термін «комплімент» вживається для опису певного типу мовних висловлень, що містять у собі загальну схвальну оцінку, яка використовується у різних ситуаціях спілкування з метою підвищення комунікативної ефективності [5]. Комплімент може бути як вигук, так і повноцінним реченням. У мовознавстві досліджуються різні форми та функції компліментів, їх роль у мовленнєвій поведінці та спілкуванні, а також використання компліментарних висловлювань у різних мовах та культурах.

Компліменти у турецькій лінгвокультурі є досить поширеним явищем. Зокрема, ми можемо прослідкувати їх у приватному спілкуванні між друзями, знайомими або рідними для вираження поваги, любові, прихильності, у професійному спілкуванні між колегами, керівниками та підлеглими для мотивації, поштовху до дій, підвищення самооцінки і створення позитивної атмосфери на робочому місці, а також на різних соціальних стадіях знайомства, зміцнення стосунків тощо.

Тоді ж як у рекламному дискурсі компліментарні висловлювання, як правило, використовуються з метою привернення уваги до товару або послуги, створення позитивного іміджу бренду, збільшення продажів та задоволення клієнтів. З огляду на те, що компліменти можна класифікувати за різними критеріями, на прикладі турецької реклами пропонуємо систематизувати їх за такими загальними категоріями:

1. Цільова аудиторія: компліментарні вислови можуть бути спрямовані на різні цільові аудиторії, зокрема, на жінок, чоловіків, дітей, підлітків, людей похилого віку тощо. Реклама косметичного засобу може містити компліментарний відгук про красу та здоров'я жінок, наприклад у телерекламі торгової марки «İrana», можемо почути: «*Sen gülmüce çok güzelsin. Sen İrana ile çok güzelsin*» – «Тобі дуже личить усмішка. Тобі дуже личить Ірана» [6].

2. Характер продукту: компліментарні вислови у рекламному тексті часто підкреслюють окремі характеристики продукту, наприклад, його смак, якості, дизайн тощо. Зокрема, у рекламі побутової техніки «Arçelik» можемо прослідкувати такий комплімент про ефективність роботи нової моделі пральної машинки: «*Kusursuz yıkama için her ayrıntı düşünüldü. En zorlu lekeler bile kolaylıkla çıkıyor*» – «Для ідеального прання продумано кожну деталь. Вона легко видаляє навіть найстійкіші плями» [7].

3. Стиль висловлювання: компліментарні вислови можна сказати у формі запитань, стверджень, порівнянь та метафор. Для прикладу, «*En iyi bankacılık hizmeti TEB'de. TEB'deki hizmetler diğer bankalardan daha iyi*» – «Найкращий банківський сервіс у ТЕБ. Послуги у ТЕБ кращі, ніж в інших банках» [8] або «*Dünya genelindeki en iyi havayolu şirketi*» – «Найкраща у світі авіакомпанія» [9].

4. Категоричність висловлювання: деякі компліменти характеризуються більш інтенсивною категоричністю оціню-

вання якості, деякі – меншою, зокрема можемо порівняти ці два висловлювання: «*Eyde yapabileceğin en iyi kahve*» – «Найкраща кава, яку можна приготувати вдома» [10] та «*Bu ürün, güvenilirliğiyle sektöründe öncü konumda*» – «Цей продукт є лідером у своїй галузі завдяки своїй надійності» [11].

З метою кращого розуміння прагматичної сторони та доцільності застосування компліментарних висловлювань у маркетинговій комунікації, пропонуємо також провести аналіз та систематизувати такі аспекти продукування компліментів в межах турецької реклами:

1. Лінгвістичний аспект:

1.1. Прямі та непрямі компліменти. Рекламні повідомлення можуть містити прямі компліменти, які безпосередньо посилаються на продукт та / або споживача («*Yeni arabamızın tasarımı gerçekten harika, size çok yakışıyor*» – «Дизайн вашого нового автомобіля дійсно чудовий, він вам дуже підходить») [12] й опосередковані компліменти, що забезпечують високу оцінку продукту, залучаючи тим самим увагу споживачів («*En uygun hizmeti sunmak için buradayız*» – «Ми тут, щоб надати найкраще обслуговування») [13].

1.2. Використання суперлативів. Для того, щоб підкреслити високу якість продукту, у турецьких рекламах часто практикують застосування такого лінгвістичного поняття, як суперлатив – найвищий ступінь прикметника, для прикладу: «*en iyi*» – «найкращий», «*en kaliteli*» – «найякісніший», «*en etkili*» – «найбільш ефективний», «*en lezzetli*» – «найсмачніший», «*en uygun*» – «найдоступніший» тощо.

1.3. Вживання епітетів. У рекламних текстах у складі компліментарних висловлювань також зустрічаються різного роду епітети, що описують та характеризують продукт. Наприклад, «*harika tat*» – «чудовий смак», «*zarif tasarım*» – «елегантний дизайн», «*faydalı özellikler*» – «корисні властивості» та інші.

1.4. Використання порівнянь: Порівняння у рекламі, як правило, застосовують для того, щоб показати, що продукти або послуги одного бренду більш привабливі та кращі, ніж продукти чи послуги іншого. Метод порівняльної реклами є характерним для рекламних кампаній Туреччини, США, Австралії, Бразилії та Канади, тоді ж як в Україні та країнах ЄС юридично заборонено використовувати описи та порівняння, що дискредитують товари інших компаній [14]. Тематично компліменти у рекламі можуть складатися як з порівняння з конкуруючими продуктами, так навіть із буденним життям людини, зокрема «*Bu ürün küçük bir mucize gibi gününüzü güzelleştirecek*» – «Цей продукт – як маленьке диво, що зробить ваш день ще кращим» [15].

2. Психологічний аспект:

2.1. Соціальне визнання. Компліменти здатні викликати у споживачів відчуття важливості та цінності, що, у свою чергу, сприяє підвищенню їх самооцінки і залученості до продукту. Існує чимало реклам, які для активізації соціальної психології у споживачів, акцентують увагу на їх унікальності, як приклад: «*İnanılmaz bir zevkiniz var*» – «Ви маєте неймовірний смак» [16].

2.2. Позитивний емоційний вплив. Компліментарні висловлювання можуть викликати та активізувати у споживачів такі позитивні емоції, як радість, спокій, задоволення, зокрема естетичне, що також стимулює споживачів до придбання та прив'язаності до продукту. Наприклад: «*Herkesin*

hayati biricik ve özel. Anadolu Sigorta olarak, müşterilerimize özel sigorta çözümleri sunuyoruz. Siz de aileniz ve sevdiğiniz için en uygun sigorta paketlerini keşfedin» – «Життя кожного унікальне й особливе. Як Anadolu Сігорта, ми пропонуємо спеціальні страхові рішення для наших клієнтів. Відкрийте для себе пакети страхування, які найкраще підійдуть для вашої родини та близьких» [11].

З огляду на вище сказане, можемо зробити висновок, що парадигма компліментарних висловів верифікується від діаметрально протилежних значень до різних мовностилістичних відтінків, які спрямовані на досягнення конкретної комунікативної мети та наміру. Безперечно, компліменти можуть мати різне призначення в залежності від конкретної ситуації або у поєднанні з іншими мовними компонентами, що значно ускладнює їх дослідження. Крім того, функціонування компліментів безпосередньо залежить від інтенції, тобто прагматичної цілі комунікантів.

Аналізуючи низку притаманних турецькому компліменту ознак, нам вдалось прослідкувати його практичне використання у рекламному дискурсі в межах таких комунікативних інтенцій мовця: 1) вияв ввічливості, 2) виклик позитивних емоцій 3) стратегія аргументації та переконання, 4) натяк та заохочення до дії, 5) маніпуляція над свідомістю.

Вияв ввічливості та респектабельності за допомогою компліментів притаманний турецькому населенню не лише на побутовому рівні, але й на рівні маркетингової комунікації. Подібного роду шанобливе ставлення може сприяти підвищенню рівня довіри та налагодженню контакту із споживачем. Для прикладу, «*Kahvenin tazeliği kadar senin güzelliğin de bizi mutlu ediyor. Seninle kahve içmek, sohbet etmek, günün en keyifli anlarından biri. Her zaman yanımızda olduğun için teşekkür ederiz. Seninle bir fincan kahvenin tadı gerçekten güzel*» – «Твоя краса робить нас такими ж щасливими, як і свіжість цієї кави. Спілкуватися з тобою за чашкою кави – один із найприємніших моментів дня. Дякуємо, що завжди поруч з нами. Кава з тобою стає ще смачніша» [17].

Стратегія відзначення позитивних рис за допомогою компліментів безпосередньо впливає на емоційний стан реципієнта, для прикладу: «*Kendine en iyi bakmayı hak ediyorsun. Senin gibi özel birine en kaliteli ürünleri sunuyoruz*» – «Ти заслуговуєш на найкращий догляд. Ми пропонуємо продукти найвищої якості для таких унікальних людей, як ти» [18]. Цей тип компліменту спрямований на те, щоб викликати у споживача позитивні емоції і змусити його відчутти особливу увагу та індивідуальний підхід, що високо цінується у турецькому суспільстві.

Стратегія запевнення у власних можливостях шляхом продукування компліментів, ймовірно, є однією із найбільш провідних комунікативних інтенцій, якою послуговуються маркетологи та рекламні агентства для переконання споживачів придбати їх продукт та скористатись тією чи іншою послугою. Наприклад, «*Sen gerçekten özelsin! Bizim ürünümüzü kullanarak senin benzersiz güzelliğini daha da artırabilirsin. İnan bize, seni gören herkes hayran kalacak!*» – «Ви справді особлива! Використовуючи наш продукт, ви можете ще більше підкреслити свою унікальну красу. повірте, кожен, хто побачить вас, буде вражений!».

Словесне спонукання до дії – це комунікативна стратегія, що використовується в рекламному дискурсі шляхом залу-

чення різних формулювань, наприклад: «Купуйте зараз», «Не пропустіть цю неймовірну пропозицію», «Придбайте сьогодні і отримайте знижку» тощо. Використання в рекламі словесного натяку, що спонукає до дії, є досить поширеним та ефективним засобом залучення уваги і підвищення продажів, зокрема у поєднанні із компліментами: «*Yazın güneş ışınları cildinize zarar verirken, bizim yeni güneş koruyucu kremimiz cildinizi korurken aynı zamanda daha parlak ve sağlıklı görünmesini sağlayacak. Bu yazın güzelliğinin parlamasına izin verin!*» – «У той час як сонячні промені влітку шкодять вашій шкірі, наш новий сонцезахисний крем захищає вашу шкіру, роблячи її ще більш яскравою та здоровою. Нехай ваша краса сяє цього літа!» [18].

Маніпуляція над свідомістю – це спроба впливати на думки, переконання та поведінку інших людей за допомогою використання різного роду тактик. У рекламі маніпуляція може бути спрямована на створення ілюзії шляхом посилення на авторитетні джерела, такі як експерти, зірки, відгуки клієнтів або сертифікації, що підкреслюють якість продукту чи послуги або за допомогою емоційного підходу, зокрема такої стратегії, як страх. Наприклад, реклама страхової компанії після прийомного компліменту може наголосити на тому, що не застрахований клієнт ризикує опинитись в небезпеці: «*Sen harikasin ve hak ettiğin en iyi hayatı yaşamalısın. Ama hayatın sürprizleri de olabilir. Hayat sigortası, senin için ve sevdiğilerin için bir güvence sağlar*» – «Ви дивовижні і повинні жити найкращим життям, на яке заслуговуєте. Та в житті можуть трапитись неприємні «сюрпризи». Страхування життя забезпечує впевненість для вас і ваших близьких» [11].

Отже, компліменти є потужним інструментом залучення уваги споживачів і створення позитивного іміджу бренду або продукту. Компліменти допомагають підвищити емоційну привабливість рекламного повідомлення і заохочують споживачів до взаємодії. Крім того, компліментарні висловлювання можуть використовуватись для розробки різних комунікативних стратегій, які дозволяють досягти різних цілей – від етикетної форми ввічливості до контролю над свідомістю споживача. Однак, як і будь-який інший елемент реклами, важливо, щоб компліменти були етичними і не порушували права споживачів на чесну інформацію.

Висновки. У результаті проведеного дослідження, нам вдалось з'ясувати, що комунікативний акт комплімент, будучи важливим елементом соціальної взаємодії, функціонує не лише на побутовому рівні, але й має практичне застосування у маркетингу, зокрема – рекламному дискурсі. На прикладі турецької реклами ми дослідили типологію, лінгвістичні і психологічні аспекти впровадження компліментів у турецькомовний рекламний текст. Запропонована нами класифікація комунікативних цілей продукування компліментарних висловів у рекламі підтверджує поліфункціональність цього лінгвістичного явища. У зв'язку із сучасним лінгвістичним спрямуванням, зазначена тематика має перспективу вивчення та удосконалення як теоретичних, так і практичних знань.

Література:

1. Brown P. Politeness: Some Universals in Language Usage / P. Brown, S. Levinson. – Cambridge: Cambridge University Press, 1987. 358 с.
2. Петренко О. Організація дискурсу ввічливості й неввічливості. 2015. 1 с.

3. Sieglova D. The power of compliments: A socio-linguistic view into social advertisement. *Marketing Science & Inspirations*, 12, 2017. 36–46 с.
4. Войнаренко С. Рекламна стратегія в системі формування маркетингової політики підприємства. 2015. 175–179 с.
5. Спотар-Аяр Г. Яницька І. Функціонування релігійних лексем у компліментах сучасної турецької мови. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. Одеса, Міжнародний гуманітарний університет*, 2020. Вип. 46. Т. 2 С. 150–155.
6. TÜRKİYE'NİN REKLAMLARI. *Sen Gülünce Çok Güzelsin –İRANA Reklamı*. 2018. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=XQeQNDcm20E>
7. Arçelik. Yeni Nesil Yıkama Makineleri. 2020. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=pR9X1Z-Sv-s>
8. TEB. Yol Arkadaşın. 2017. Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=8LPwM1C_lj4
9. Türk Hava Yolları. Gökyüzünde Buluşalım. 2013. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=nNtIsQdQFWU>
10. NESCAFÉ Gold Gerçek Kahve Deneyimi, Gerçekten Paylaşılacak. 2022. Режим доступу: <https://www.youtube.com/channel/UCEqP6Qh346qJymgwVLzpgsw>
11. Sigorta ekranı. Anadolu sigorta. 2022. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=wMQTtMMCne4>
12. Pofuduk Reklamlar. Turkcell 2020 Tv+ Reklamı İzlenecek Ne varsa Tv + ta. 2020. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=kWwiVhiY4i8>
13. Starbucks Türkiye. Mastercard ile Starbucks'ta zamanı yavaşlatmaya davetlisin! 2022. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=bYh60mcocWk>
14. Bahtiyar Şimşek. Reklamdaki Hukuki Kısıtlamalar Ve Karşılaştırmalı Reklamlar. 2019. Режим доступу: <https://www.brandingturkiye.com/reklamdaki-hukuki-kisiltlamalar-ve-karsilastirmali-reklamlar/>
15. Eti. Eti Tutku. 2019. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=ZCJbOq3hZ70>
16. Ülker. Evde Kahve Keyfi. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=2GhJgIitfWk>
17. Avea. En İyi İletişim. 2016. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=x-FSbsS2Qn0>
18. Pervin Nedim Bal. Reklam, Kültür ve İletişim. 2020. 167 с.

Yanytska I. The purpose of using compliments in advertising discourse (on the example of Turkish advertising)

Summary. Advertising is an important tool for attracting consumer attention to goods and services. As part of advertising campaigns, marketers use various methods and communication strategies to achieve their goal. In particular, one of the most effective ways to engage a potential client is to use compliments. The communicative act of a compliment is usually expressed as an act of respect, love, affection or admiration. In the context of advertising, a compliment can be used to stimulate positive emotions about the product or service being advertised and, accordingly, enhance the brand image. In this scientific article, we will investigate the concept, typology and pragmatic purpose of compliments on the example of Turkish advertising, and also find out the linguistic and psychological reasons for the production of complimentary statements in advertising discourse. The results of scientific research show that compliments can take different forms and perform different functions within the advertising strategy. In particular, complimentary statements in the advertising text can be distinguished by the target audience, product characteristics, style and categorialness of the statement. The proposed scientific investigation substantiates the semantic structure and pragmatic aspect of compliments from the point of view of the theory of the communicative act. Analyzing a number of features inherent in the Turkish compliment, we managed to trace its practical use in advertising discourse within the following communicative intentions of the speaker: expression of politeness, evoking positive emotions, strategy of argumentation and persuasion, encouragement and incitement to action, and manipulation of consciousness. The obtained research results give a broader idea not only about the practical application of complimentary expressions, but also form a typology of complimenting in Turkish ethnoculture.

Key words: compliment, complimentary statements, advertising, communicative intention, pragmatics, sociolinguistics.

*Приходько В. С.,**кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри української та іноземних мов
Харківської державної академії фізичної культури**Божко Ю. О.,**кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри теорії і практики англійської мови
Харківського національного педагогічного університету імені Г. С.Сковороди**Карпець Л. А.,**доктор філософських наук, професор,
завідувачка кафедри української та іноземних мов
Харківської державної академії фізичної культури*

ДРАМИ ЖИТТЯ ГЕРОЇВ РОМАНІВ Г. ГРІНА «КОМЕДІАНТИ» І «СУТЬ СПРАВИ»

Анотація. У статті аналізується еволюція головних героїв роману «Комедіанти» та «Суть справи» англійського письменника ХХ століття Грема Гріна. Його герої є позитивними або негативними, але головна їхня риса – незвичайність. Світ, що зображується Г. Гріном, отримав в західній літературній критиці образну назву «грінландія». Тема відповідальності людини за долі інших людей становить одну із провідних проблем романів.

Події у романі Г. Гріна «Комедіанти» вражають нас своєю схожістю із сьогоденням, вони розгортаються на Гаїті, що має репутацію «республіки терору», де президент оголосив себе довічним диктатором країни, в якій панують страх і беззаконня. Усе це дуже нагадує нам стан Росії. Виторгнувшись до України, путінські війська здійснюють масові репресії, вбивають, катують мирне населення. Сміливі й мужні люди, які зображені в романі, так само як і українці, організовують партизанські загони, борються за перемогу свободи своєї країни.

Дія роману «Суть справи» відбувається так само в африканській країні, що була колонією Англії. У романі показано глибоке проникнення у внутрішній світ особистості, де становлення головного героя відбувається через призму його кар'єри. Поступово все більш загострюється внутрішній конфлікт між церковними догмами, службовим боргом – і вимогами людської совісті.

Г. Грін створює книги, насичені ідейними конфліктами, протиборством характерів. У його творчості стикнулися два різновиди роману: по-перше, твори на основі авантюрно-пригодницької фабули, в якій присутні елементи детектива, по-друге, так званий «серйозний» роман, коли поетика жанру роману ґрунтується на художніх образах людей, почуттів, які утворюють загальний образ дійсності.

Автор романів приписує своїм героям такі людські якості, як мужність, енергійність, відданість, стійкість, що позитивно оцінюються в будь-якій системі зобов'язань. Саме в цьому полягає секрет успіху письменника. Г. Грін створює психологічно складні образи героїв, їхній духовний світ багатий і різнобічний. Головне для письменника – дослідження людської психології, моральних колізій, через призму яких вони розглядаються.

Ключові слова Грем Грін, «Комедіанти», «Суть справи», сюжет, драма, кохання, зрада, суперечність, художнє мислення.

Постановка проблеми. Роману одного з найвідоміших англійських письменників ХХ століття Грема Гріна притаманний тісний зв'язок із сучасністю. Автор романів «Суть справи» (1948), «Тихий американець» (1955), «Наша людина в Гавані» (1958), «Комедіанти» (1966), «Подорож з тіточкою» (1969), «Людський чинник» (1978), «Доктор Фішер з Женеві, або Банкет з бомбою» (1980) й ін. [1; 2; 3] у специфічних характерах героїв та незвичайних сюжетних обставинах розкриває етичні проблеми попри зовні витримані загальноприйнятні людські уподобання.

Сьогодення періоду російсько-української війни вбачає сучасне джерело військових конфліктів в різниці світосприйняття, а не в економіці, як це було раніше. Ми вважаємо, що сучасні глобальні конфлікти визначаються цивілізаційною культурою, ментальністю, рівнем духовного розвитку. Як відомо, культурними носіями є нації та групи, які належать до різних типів цивілізації. Безперечно, що цивілізація виокремлюється через наявність спільних рис: мова, історія, релігія, звичаї, інститути та, найважливіше, суб'єктивна самоідентифікація людей [4, с. 19–20].

Попри поширеність творів «масової культури», істотний внесок до англійської літератури минулого внесли письменники Шон О'Кейсі, Джек Ліндсей, Джеймс Олдрідж, Грем Грін. Складний, не позбавлений суперечностей був творчий шлях Грема Гріна. «Художня свідомість його епохи була об'єктивна для творчої індивідуальності сфери існування. Письменник жив в континуумі художньої свідомості своєї епохи... в особистому своєму перебуванні в духовній і культурній ситуації, що йому дісталася» [5, с. 65].

У поглядах Г.Гріна химерно поєднується віра в етичні заповіді й водночас прийняття релігії, де отожднюється категорії «політика» і «містика». У літературі ці явища суспільного

життя призводять до загострення мотивів розгубленості, скепсису, невіри в можливість зміни умов життя пересічного населення [6].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Хоча творчість І. Гріна в цілому була висвітлена в зарубіжному літературознавстві [7; 8; 9], на жаль, проблеми його романів з воєнною та релігійною тематикою, які, безперечно, були важливою віхою не лише у творчості письменника, але й в історії літературознавства, є ще мало досліджені. У контексті критичного переосмислення своєрідності творчого шляху письменника недостатньо вивчене це складне питання. Наразі спадщина минулого [10] приваблює не як культурна система літератури та історії, а як відокремлення персоналій митців від естетики та напрямів, до яких вони віднесені, де увага звертається на «обрані» твори цих письменників [4, с. 24].

Мета статті – аналіз еволюції головних героїв романів «Комедіанти», «Суть справи». Матеріалом дослідження стали тексти романів.

Виклад основного матеріалу. Світ, що зображується І. Гріном, отримав в західній літературній критиці образну назву «Грінландія». Одним із значних творів І. Гріна були романи «Комедіанти» і «Суть справи», де тема відповідальності людини за долі інших людей становить одну із провідних проблем.

І. Грін створює книги, насичені ідейними конфліктами, протиріччями характерів. У його творчості стикнулися два різновиди роману: по-перше, твори на основі авантюрно-пригодницької фабули, в якій присутні елементи детектива, по-друге, так званий «серйозний» роман, коли поетика жанру роману ґрунтується на художніх образах людей, почуттів, які утворюють загальний образ дійсності.

Найчастіше письменник приділяє увагу людям, що знаходяться в стані духовної кризи, самотніх, таких, що зневірилися, не бачать виходу з життєвої безвиході. У романах І. Гріна провідними стають антиколоніальні тенденції. Їхня дія розвивається або в реальних країнах – В'єтнамі, Гватемалі, Гаїті, або у вигаданих – Мідія, Дельміна та ін., але знову-таки з географічним «прототипом», що чітко вгадується.

Письменник ніколи не тяжів до створення романів-епопей, вважаючи, що подібні «сімейні саги» не відповідають динамічному двадцятому століттю. Характерними для нього прийомами є діалоги між дійовими особами, стислі описи, ремарки.

Нами простежується кілька напрямів британської літератури: окрім «Грінландії», це – детективний роман А. Крісті, пригодницькі романи Я. Флемінга, твори письменників жанру «сердитих молодих людей». Проаналізуємо ці напрями детальніше, щоб краще зрозуміти контекст романів І. Гріна.

Нагадаємо, що в середині ХХ століття суспільно-політична ситуація у Великобританії була складною і суперечливою. Лейбористи, що змінюють один одного, і консерватори знов не вирішили найгостріших соціальних проблем. Упродовж років економіка країни переживала помітний спад, зростало безробіття. У середовищі англійської інтелігенції посилювалися песимістичні настрої.

На цьому фоні широко відомими стали романи однієї з провідних представниць «класичного» детективу Агати Крісті (1891–1976): «Пуаро розслідує», «Східний експрес», «Смерть на Нілі» та ін. Їхньою характерною ознакою є динамічна фабула, цікава кримінальна інтрига, поступове розкриття таємниці злочину.

На противагу цим популярним детективам публікуються книги й брошури, що прославляють так званих «борців» за західний спосіб життя типу Джеймса Бонда. Швидкого розповсюдження набуває детектив колишнього агента англійської розвідки Яна Флемінга «Казино Рояль», «Живи і дай померти», «Шпигун, який любив мене» тощо.

Головний літературний герой Джеймс Бонд має шифр «агент 007», що дає йому право безкарно вбивати своїх супротивників, битися з ворогами-«агентами». Роман насичений описами того, як Дж. Бонд стріляє, б'є ножом, кулаком, ребром долоні. Він «вдало» б'ється із супротивником, «полковником контррозвідки» потворною старою Розою Клебб, витонченим «головним фінансистом» розвідників банкіром Голдфінгером й ін.

Головний літературний герой Джеймс Бонд немов би утілює в собі дух реклами – він одягнений за найостаннішою модою, в його озброєння входять атомна зброя, лазери, ракети тощо. Я. Флемінг намагається вселити читачам думку й ідею про те, що у всіх англійських установах, включаючи й урядові, знаходяться ворожі агенти.

Цим міфічним «агентам» приписується, наприклад, розповсюдження в Англії наркоманії. Книжки часто мають кримінальні мотиви, в них описуються різноманітні страшні злочини, причому явно порушено відчуття міри в зображенні всіляких жахів і насилля, прославляється філософія наживи, прагнення до багатства.

Трансформація мов би відбувається на стилевому рівні, коли синтезуються художній, публіцистичний та рекламний стилі. Проте романи, які були екранізовані, і подальші фільми з участю Джеймса Бонда ще й досі приваблюють молодих людей, які прагнуть бути схожими на головного героя (фізична підготовка, сміливість, впевненість, стійкість та ін.). Все це зробило романи Яна Флемінга популярними у молодих читачів. На наш погляд, численні «пейпербеки» з його участю – а це дешеві видання з кричущими обкладинками – орієнтовані на читача, позбавленого глибокого літературного смаку.

Книжки про Джеймса Бонда не мали ніяких художніх переваг, та проте не можна не зважати на їхній вплив на масового читача, саме така література брала найдіяльнішу участь у формуванні суспільних смаків, моралі «середніх класів».

На зміну книгам цього жанру прийшла група письменників, що отримали назву «сердиті молоді люди» (Кінгслі Еміс, Джон Уейн, Джон Осборн, Джон Брейні). Перш за все, їх ріднить незгода з тогочасними порядками й мораллю, бунт проти них. Але цей бунт був глибоко індивідуалістичний.

Отже, окремо від попередніх літературних напрямів стоять романи І. Гріна. Назва роману «Комедіанти» сьогодні звучить іронічно, припускаючи, що, на перший, поверхневий погляд, назва «комедіант» сьогодні – застаріле поняття, у сучасному світі розповсюджено поняття «клоун», «комік», «стендапер».

У романі «Комедіанти» дія починається на борту голландського корабля «Медея», що йде із США на Гаїті. Саме тут вперше зустрічаються персонажі роману – Браун, Сміт і Джонс. У них знеособлені прізвиська і взаємозамінні, як маски комедіантів. Оповідання ведеться від імені Брауна – людини з авантюрною жилкою. Джонс теж любить різні авантюри й пригоди. Надалі саме безкомпромісні «комедіанти» захищають країну, яка дала їм притулок.

Винятком із «комедіантів» є Сміт – поважний обиватель, трохи дивакуватий, але добрий і сумирний. У прямому розумінні значення цього поняття «комедіанти» не були коміками, ніколи не грали на підмостках сцени комічних персонажів, але життя до трагічних подій в країні було для них якоюсь пригодою і грою. Як не пригадати відоме висловлювання У. Шекспіра: життя – це гра, і всі ми в ній актори.

Поєднання сьогодення із подіями минулого вражають нас своєю схожістю. Отже, подальші події у романі І Гріна розгортаються на Гаїті, що має репутацію «республіки терору». Тут править президент Дювальє, «тато Джо», як називають його гаїтяни, який оголосив себе довічним диктатором країни, в якій панують страх і беззаконня.

Усе це дуже нагадує нам стан Росії та воєнні дії на тимчасово окупованих територіях України. Вторгнувшись до українських сіл та міст, пугінська «гвардія» здійснює масові репресії, вбиває, катує мирне населення. Але в страху перед відплатою живе і сам диктатор, президент РФ, що закрився у своєму бункері. Як і на Гаїті, президент РФ розправляє навіть зі своїми наближеними, він боїться, що підлеглі можуть влаштувати змову і повалити його, що цілком можливо. Принаймні, на це сподівається весь український народ. У романі І. Гріна міністр загального добробуту Філіпе закінчує життя самогубством, але під час похорону викрадають його тіло (трагедія та фарс у романі перетинаються).

Сміливі й мужні люди, які зображені в романі, так само як і українці, організували партизанські загони, борються за перемогу свободи та демократії. У них мало зброї, немає військових фахівців, досвідчених керівників. Так саме, як і зараз, українські партизани на окупованих територіях підривають склади з боєприпасами, техніку «москвитів», створюють загони диверсантів, легіон «Свобода» тощо.

Не завжди, і не всі громадяни у довоєнному житті України були вмотивовані на захист рідної батьківщини, але сьогодні у війську відданні бійці з позивним «Бродяга», «Док» тримають оборону і захист Чорнобаївки, Херсонщини, Донеччини та інших територій. Несподівано для мирного населення приносять свою користь собаки з непританною у мирний час кличкою «Патрон», «Пістон» тощо.

Додаймо, що сьогодні у чергах до військового стоять молоді хлопці та дівчата, неосвічені у військовій справі, але вони мають величезне бажання брати участь у визвольній боротьбі, створюють загони тероборони, стають волонтерами, активними учасниками спротиву рашистам. «Ми за незалежність, отож нам важко через те» (Л. Костенко).

У романі І.Гріна головний герой Браун, вимушений бігти зі столиці, біжить до партизанів. До них потрапляє і Джонс, який любить різні авантюри й пригоди, тому і там він представляється як «майор», військовий фахівець, проте насправді у нього немає ніякого досвіду в цій галузі.

Письменник підкреслює, що навіть «комедіанти» здатні в екстремальних ситуаціях перетворюватися, проявляти свої потенційні можливості. Джонс, що ніколи не тримав у руках зброї, ставши членом партизанського загону, проявляє сміливість і мужність. Співчуває партизанам і Браун, хоча його перебування в загоні має вимушений характер.

У загоні Браун знайомиться з лікарем Мажіо, який привертає увагу Брауна силою духу, мужністю, так само як і молодий партизан Філіпп, який після самогубства батька пішов в «гори». Подібний до нього і скалічений старий Жозеф.

У фіналі роману долі «комедіантів» знов перетинаються. На перший погляд – «авантюрист» – «майор» Джонс героїчно гине, розуміючи, що його героїчна смерть як би компенсує його порожнє і нікому не потрібне життя. Браун перебирається в сусідню державу Сан-Домінго, де зустрічається із добрим і сумирним Смітом, якому нарешті вдається втілення нав'язливої ідеї – організувати суспільство вегетаріанців, те, що він зміг зробити на Гаїті й що відповідало його баченню світу.

Дійсно, на перший погляд, трохи дивакуватий Сміт не втратив своєї людяності, бо саме завдяки його допомозі Браун, що втратив весь свій прибуток, випробує розчарування життям, отримує скромне місце трунаря. Починається шлях героя «вниз», повний важкої праці, і комедійна ситуація, в яку потрапив Браун, скинувши «маску комедіанта», перетворилася у справжнє повоєнне суворе життя.

Нагадаємо важливе висловлювання лікаря Мажіо перед стратою: якщо ви втратили віру в щось, не втрачайте віру в усе. Завжди залишиться щось таке, що протилежно тим переконанням, які ми втрачаємо. Прагнучи до кінця виконати обов'язок лікаря перед людьми, які не розділяють його політичних переконань, відійшовши від позицій абстрактного гуманізму (хоча і не беззастережно), лікар переконує оточення (з листа до Брауна), що проблеми гострих соціально-політичних конфліктів сучасності ті ж самі переконання, тільки в іншому вигляді.

Отже, І.Грін створює психологічно складні образи героїв, їхній духовний світ багатий і різнобічний. Головне для письменника – дослідження людської психології, моральних колізій, через призму яких вони розглядаються.

«Фарсовий» початок в зображенні людей-«комедіантів», які в реальному житті носять «маски», щоб приховати свої душі, одночасно переростає в початок героїчний і трагічний, що пов'язано із зображенням тих людей, які в екстремальних умовах знаходять і проявляють свою людську гідність.

У творчості І.Гріна поступово продовжується процес переходу від постановки моральних проблем до їхнього вирішення, оповідання стають все динамічнішими та драматичнішими, в екстремальній ситуації прокидається здатність до самозречення. І.Гріна завжди цікавлять такі моральні категорії, як добро, совість, борг, які несумісні з взаємовідчуженням, жорстокістю, стражданнями.

Дія роману «Суть справи» відбувається в африканській країні, що є колонією Англії. Розкриваючи релігійний конфлікт, І.Грін вважає, що душевний світ головного героя роману Скобі, який порушив церковну догму (перелюбство) ради щастя і добробуту живої людини, протистоїть нелюдській і фальшивій мертвій догмі, якій слідує егоїстичні й обмежені люди. Письменник припускає, що така фальшива мертва догма в його час була мало придатна для справжнього існування закоханих людей.

Характерною рисою автора є глибоке проникнення у внутрішній світ особистості, де його розвиток і становлення відбувається через призму кар'єри головного героя – поліціанта Скобі, якого навколишні люди прозвали «Скобі справедливий». Це чесна і порядна людина. Але поступово все більш загострюється внутрішній конфлікт між церковними догмами, службовим боргом – і вимогами людської совісті, що врешті-решт приводить героя до самогубства.

Наскільки автор симпатизує Скобі, настільки ж антипатична йому дружина Скобі – Луїза. І.Грін намагається передати

у психологічному портреті героїні її духовні та релігійні почуття. Обачлива і черства жінка, Луїза педантично виконує всі церковні обряди. Під показною набожністю ховається егоїзм, байдужість до тих, що її оточують. Важливою для неї є думка навколишніх людей, яка є домінуючою у створенні жіночого образу роману. Луїза вважає, що щастя символізують гроші, радість асоціюється у неї із матеріальним добробутом.

Луїза звинувачує свого чоловіка в зраді, в «смертному гріху». Епізод зустрічі Ренка і Луїзи створює зовні парадоксальну ситуацію: Луїза звинувачує свого чоловіка, що покінчив життя самогубством, в «смертному гріху», а католицький священник Ренк захищає його, виражаючи своє скептичне відношення до застарілих релігійних догм, які вже пережили себе.

Однак, на словах священник Ренк проголошує непорушність релігійних заповідей і догм, але сам в них давно не вірить, оскільки в реальному житті він стикається з використанням цих заповідей як прикриттям протиправних справ і помислів. З гирким жалем ставиться письменник до смерті Скобі, підкреслюючи її безглуздя. Адже навіть Хелен, ради якої головний герой зважився піти з життя, не тільки не оцінила цього, але виявилася недостойною такої жертви та швидко втішилася з іншим.

Висновки. Сучасність завжди знаходиться в центрі уваги Г.Гріна, він створює образи людей, що постають перед вибором і необхідністю «самовизначення». Головне для письменника – дослідження людської психології, моральних колізій, через призму яких розглядаються загальнолюдські проблеми. У основі його творів лежить живе життя, героїв ріднить неприйняття брехні й лицемірства.

Показуючи індивідуальні долі, в своїх творах письменник підіймається до зображення «споживчого суспільства». Дослідження людської психології, моральних колізій, через призму яких розглядаються суспільні проблеми, носять не конкретно-історичний, а філософський характер, в них чимало суперечностей, що відображають роздуми та пошуки автора. З тонкою майстерністю Г.Грін малює духовне життя простої людини, розкриває складну психологію його особистості. **Перспективи** подальших досліджень убачаємо в розширенні предметно-об'єктивних подій, подальшої генези творчості Г.Гріна у межах зарубіжної та української літератури й культури.

Література:

1. Sherry, N. The Life of Graham Greene: vol. 1: 1904–1939. Random House UK, 1989. ISBN 0224026542.
2. Sherry, N. The Life of Graham Greene: vol. 2: 1939–1955. Viking, 1994. ISBN 0670860565.
3. Sherry, N. The Life of Graham Greene: vol. 3: 1955–1991. Viking, 2004. ISBN 0670031429.
4. Криворучко С.К. Література країн Західної Європи межі ХХ–ХХІ століття: підручник. К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2016. 248 с. ц с 24] ISBN 978-617-7349-43-2.
5. Сліпачук Н.М. Екзистенціальний тип художньої свідомості у контексті творчих пошуків літератури ХХ ст. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного ун-ту. Серія філологія*. 2021, № 51. т 2, с. 65–67. <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2021.51-2.16>.
6. Приходько В.С., Божко Ю.О. Загальнолюдське й історично-конкретне в характерах героїв сьогодення і романах Луї Арагона. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*.

Сер.: Філологія. 2022, №56. С. 206–209. <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2022.56.45>

7. Flood A. Nobel archives show Graham Greene might have won 1967 prize. *The Guardian*, January 8, 2018. Retrieved July 23, 2022. <https://www.theguardian.com/books/2018/jan/08/nobel-archives-show-graham-greene-might-have-won-1967-prize>
8. O'Prey, P. A Reader's Guide to Graham Greene. Thames and Hudson, 1988. ISBN 0500150192
9. Sheldon, M. Graham Greene: The Enemy Within. William Heinemann, 1994. ISBN 0679428836
10. Prykhodko, V., Soloshenko-Zadniprovska, N., Viedernikova, T., Chernenko, O., & Shulga, I. Artistic synthesis of philosophy and history in Diana Ackerman's Novel "The Zookeeper's Wife". *Amazonia Investiga*, 2022, №11(52), 123-134. <https://doi.org/10.34069/AI/2022.52.04.13>

Prykhodko V., Bozhko Y., Karpets L. The heroes' life dramatis in G. Greene's novels "Comedians" and "The Heart of the Matter"

Summary. The article analyzes the evolution of the main characters in "The Comedians" and "The Heart of the Matter" by the twentieth-century English writer Graham Greene. His heroes are either positive or negative, but their main feature is unusualness. The world depicted by Greene has received the figurative name "Greenland" in Western literary criticism. The theme of human responsibility for the fate of other people is one of the main problems of the novels.

The events in Greene's novel "The Comedians" amaze us with their resemblance to the present day, taking place in Haiti, which has a reputation as a "republic of terror," where the president has declared himself a dictator for life, and where fear and lawlessness reign. All of this reminds us very much of the state of Russia. Having invaded Ukraine, Putin's troops are carrying out mass repression, killing and torturing civilians. The brave and courageous people depicted in the novel, likewise Ukrainians, organize guerrilla groups and fight for the victory of freedom in their country.

The novel "The Heart of the Matter" is also set in an African country that was a colony of England. The novel shows a deep penetration into a personality's inner world, where the protagonist's formation takes place through the prism of his career. Gradually, the internal conflict between church dogma, duty, and the demands of the human conscience becomes more and more acute.

Greene creates books full of ideological conflicts and character confrontations. His work combines two types of novels: firstly, works based on an adventure plot with detective elements, and secondly, the so-called "serious" novel when the poetics of the novel genre is based on artistic images of people and feelings that form a general image of reality.

The author of novels ascribes to his characters such human qualities as courage, energy, devotion, and resilience, which are positively evaluated in any system of obligations. This is the secret of the writer's success. G. Greene creates psychologically complex characters, their spiritual world is rich and versatile. The main thing for the writer is the study of human psychology and moral conflicts through the prism of which they are viewed.

Key words: Graham Greene, "The Comedians", "The Heart of the Matter", plot, drama, love, betrayal, contradiction, artistic thinking.

*Просалова В. А.,
доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри української мови,
теорії та історії української і світової літератури
Донецького національного університету імені Василя Стуса*

*Грабова А. Д.,
здобувач СО «Магістр»
Донецького національного університету імені Василя Стуса*

АВТОІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ НОВЕЛ ЄВГЕНІЇ КОНОНЕНКО

Анотація. Стаття присвячена виявленню специфіки функціонування автоінтертекстуальності в новелах Євгенії Кононенко «Драні колготи» та «Нові колготи». На основі зіставлення новел, об'єднаних наскрізним образом-символом драних колгот, встановлено, що автоінтертекстуальність стає способом нового прочитання подібної життєвої колізії, що виявляється у схиланні дружини до адюльтера заради меркантильних міркувань. Виявлено, що автоінтертекстуальність у новелах письменниці постає власне авторською інтерпретацією, за допомогою якої авторка пародіює, цитує сама себе, вдається до авторемінісценцій, аби акцентувати увагу читача на знакових моментах у своїх творах. Ідеться про сукупність наскрізних мотивів, знакових образів, елементів. З'ясовано, що мотив самопожертви та мотив таємниці стають ключовими показниками автоінтертекстуальності аналізованих новел. Увага акцентується на наскрізному образі-символі колгот: старі колготи є уособленням злиденного життя та духовного занепаду, нові колготи – це надія на краще життя. Встановлено, що домінуючою у малій прозі Євгенії Кононенко постає так звана «фемінна» проблематика, що зумовлює активну увагу жіночої аудиторії до літературного доробку письменниці. Залучені до аналізу новели дотичні своїм лейтмотивом самоствердження, самореалізації жінки у суспільстві, її здатність до самопожертви заради інших. Новели вирізняються з масиву «жіночої прози» своїм сюжетом, динамічністю композиції, лаконічністю форми й іронічною забарвленістю. Тут спостерігаємо відмінність жіночих і чоловічих цінностей, вторинність фемінного існування в патріархальному суспільстві, підпорядкування власної жіночої долі чоловічим потребам та інтересам. Автоінтертекстуальність у зазначених творах реалізована на сюжетному, композиційному, проблемному, образному рівнях. Вона дозволяє авторці показати зміну гендерних ролей, слабкість і безликість представників сильної статі, які вміло маніпулюють жінками. Євгенія Кононенко зосереджує свою увагу на кризі сімейних взаємин, що виявляється не лише матеріально, а й духовно, головним показником тут постає меркантильність чоловіків головних героїнь.

Ключові слова: міжтекстові зв'язки, автоінтертекстуальність, проблематика, мотив, образ-символ.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку літературознавства апогею набуває проблема міжтекстових зв'язків, що становить основу інтертекстуальності. Інтертекстуальність як нова методологія бере свій початок з кінця 60-х років ХХ століття. Різновидом інтертекстуальності є автоінтертек-

стуальність, що полягає у міжтекстових зв'язках творів одного автора. Це така собі особистісна еволюція письменника, адже йдеться не просто послугування попередніми темами, ідеями та прийомами, але й їх оновлене осмислення.

Автоінтертекстуальність – це одна зі сторін концептуально-мовної системи автора, що виявляється у структурі створених текстів за допомогою різних мовних засобів. Грунтуючись на маркерах автоінтертекстуальності в тексті (цитати, алюзії, ремінісценції), можна описати взаємодію художніх творів одного автора на текстовому рівні, а також у розшаруванні авторського «Я» і автокомунікаційних взаємодій його різних іпостасей.

Явище автоінтертекстуальності легко простежити на творах малої прози, зокрема новелах. Якщо розглядати новелу у творчості конкретного письменника, то можна зрозуміти, що як жанр вона знає певних варіацій чи трансформацій, тобто певною мірою відхиляється від усталених літературних ознак малого жанру, що зумовлено авторським баченням.

Розглянемо особливості автоінтертекстуальності новел Євгенії Кононенко на прикладі збірки «Повії теж виходять заміж», об'єктом нашого дослідження стануть «Драні колготи» та «Нові колготи». Зв'язок двох новел простежується уже в самих назвах «Драні» та «Нові колготи». Цей жіночий предмет гардеробу фігурує протягом розвитку подій і стає головним об'єктом уваги читача.

Аналіз останніх досліджень. Творчість Євгенії Кононенко неодноразово потрапляла в поле зору фахових дослідників. Праці, присвячені малій прозі письменниці, знаходимо в доробку Г. Авксентьєвої [1], В. Просалової [2], Г. Тарасюк [3], О. Хамедової [4] та інших науковців. Доробок Г. Авксентьєвої присвячений дослідженню специфіки функціонування інтертекстуальності у повісті та романах Є. Кононенко. Особлива увага у праці В. Просалової зосереджена на формах виявлення авторської свідомості та шляхах її репрезентації. О. Хамедова акцентує увагу на визначенні наративних моделей та типів нараторів в новелах, зазначає що об'єктивна манера викладу значно трансформована через автобіографічні деталі, емоційно-оцінні судження, тому й набуває ліричного забарвлення. Г. Тарасюк зазначає, що письменниця створює тип інтелектуальної пострадянської жінки.

Мета статті – дослідити специфіку функціонування автоінтертекстуальності в новелах Євгенії Кононенко «Драні колготи» та «Нові колготи», виявити засоби автоінтертекстуальності у творах.

Виклад основного матеріалу. Євгенія Кононенко – яскрава постать української сучасної прози. Її творчий доробок жанрово розмаїтий: поезії, есеї, новели, повісті, романи. Це все переважно «жіноча література». Авторка пише жорстко, іронічно, але реалістично, як сама вона говорить: «Письменництво – це чиста самореалізація. Я завжди пишу про те, що хочу. Я сама собі власний замовник. А цікавить мене звичне, поточне життя людей. Просто я не боюся говорити про те, що є в житті кожного з нас. Я не замовчую конфлікти, бо вважаю, що говоріння – це найперший спосіб лікування будь-яких непорозумінь...» [1].

У збірці «Повії теж виходять заміж» наведено тринадцять історій звичайних жінок, які втомилися від свого злиденного життя. Попри провокативну назву збірки, у ній ідеться про таких собі «аматорок-непрофесіоналок» [5], які не можуть протистояти своїм чоловікам. Свідоме прагнення та утвердження визнання гідності, «самовартості» жінки в суспільстві стають не лише головною ідеєю цих новел, а й знаковим елементом усієї творчості авторки.

Героїні та герої двох новел зі збірки «Повії теж виходять заміж» – «Драні колготи» і «Нові колготи» відтворюють нерозривний плин існування нещасливої у шлюбі жінки в період пізнього застою радянської влади. Увесь їх побут поєднаний навколо ключової деталі – колгот, яка акцентована вже в назвах залучених до аналізу творів. Загалом колготи є достатньо важливою складовою гардеробу сучасної жінки, до певної міри інтимною, адже прилягають значно ближче до тіла, ніж більшість інших елементів одягу. Відтак, інформація про те, в якому стані вони наразі перебувають – це таке ж інтимне знання жінки, як і усвідомлення нею поточного стану власної душі. Окрім того, колготи призначені для того, аби їх вдягали на ноги, отже, цей образ-символ є катализатором певних змін у житті героїнь малої прози Є. Кононенко.

У новелістиці Є. Кононенко драні колготи – це, на нашу думку, знак злиденного життя, духовного занепаду, що змінюється новими колготами – надією на покращення життєвої ситуації. Події, які зображуються у творах, відіграють важливу роль у становленні подальшого життя героїнь, адже перед ними постає серйозний вибір: поставити на карту свою честь і гідність задля покращення фінансового становища родини чи вирішення конкретної проблеми або зберегти достоїнство і продовжувати нікчемне існування. Під тиском своїх «недочоловіків» жінки приймають правила безглуздої, але невідворотної гри, щоб вижити. Проте, жертвуючи своїм тілом і моральними принципами, вони продовжують виконувати свій сімейний обов'язок [3].

Новели авторки перегукуються не лише тематикою, а й однотипною композицією, лаконічністю форми та іронічною забарвленістю. У них ідеться про ніби «вирвані» з життя окремі епізоди, які не мають початку відліку і так само раптово закінчуються. Події розгортаються в обох новелах у радянський час. Саме в контексті цієї доби авторка намагається показати слабкість та продажність чоловіків, розгул сексуальної революції на тлі зубожіння і деградації людської особистості.

Новела «Драні колготи» змонтована як типова мелодрама київського життя, де кожен герой марить щастям, бореться за нього, і цим виправдовує своє нелегке існування. Розповідь тільки резюмує все, що відбувається з героями [2, 76]. Він не втручається в їхні діалоги, знає тільки те, що відомо пер-

сонажам. Ясність мови, майстерно вихоплені з життя діалоги допомагають реалістично змалювати їх. Письмениця фрагментарно наводить роздуми героїв, таким чином даючи їм психологічну характеристику. Головна героїня новели Ірина, як «пташка у клітці», має лише дві нагоди у рік вийти в люди, одна з яких – це урочистий прийом на роботі чоловіка. Хоч зовні вона стримана і спокійна, в душі вона переживає болісні терзання. Жінка не розуміє, як чоловік може з нею так поводитися. І в подальшому вона вступає у стосунки з французом із власної вигоди. Анна – героїня новели «Нові колготи» – змушена щоденно вислуховувати приниження свекрухи. Вона, хоч і рішуча жінка, проте давно змирилася зі своєю роллю у сім'ї і просто пливе за течією.

Мотив самопожертви, споріднений із мотивом подолання сорому, реалізований у новелах «Драні колготи» та «Нові колготи» в різних варіантах. Так, у першій новелі лірична героїня вирушає на світський прийом, начебто не маючи особливих проблем, окрім не придбаних вчасно новеньких колгот, адже запрошення від чоловіка було занадто неочікуваним. На те, що привід раз на два роки вдягнути золоту сукню є не зовсім радісним, а швидше обридливо-рутинним, указує лише настрої Ірини: «Чому ж настрої такий, наче попереду день народження свекрухи або відкриті партійні збори?» [6].

Водночас чоловік героїні новели «Драні колготи» поводить, на противагу дружині, більш радісно й піднесено. Такі виходи у світ є для нього частиною роботи, способом провести час «як білі люди» [6], й він чудово усвідомлює, заради чого їхнє подружжя їх відвідує. Про це чоловік, утім, не попереджає Ірину, через що пропозиція від німецького гостя всамітнитися в його номері застає її зненацька. Водночас для її чоловіка отримані завдяки згоді дружини можливості є настільки очевидними, що він ледь не зривається на крик, пояснюючи їй їх суть: «А він дасть чек! Уяви собі! Чек на моє ім'я! Я все зможу купити для нашої дитини!» [6].

Дикість ситуації, що склалася, та шок від необхідності погоджуватися на висунуті умови змушують думки Ірини зосередитися навколо проблеми, яка турбувала її ще вдома – дірвх колгот, через які наявний ризик зганьбитися перед стороннім чоловіком. Така особливість сприйняття допомагає жінці вберегтися від зайвого відчуття сорому перед тим, на що вона йде. Про інший бік ганьби Ірина намагається не думати, адже вона робить це заради дитини й родинного добробуту, тому й помічає після зустрічі з німцем лише подаровані ним нові колготи, а її настрої підтверджує лише сприйняття шляху назад із номера інтуриста: «І знову ліфт із каламутними дзеркалами, який повзе у ритмі жалобного маршу, ніби в ньому покійник» [6].

Проте майже одразу вона готова повторити скоєну авантюру вже з іншим іноземцем – французом, дозволу на зустріч із яким навіть не питає в чоловіка: «Вона вже не шукає, де її хазбандмарі, їде з французом у тому самому каламутно-дзеркальному ліфті» [6]. Важко зрозуміти, чого в цьому вчинку більше – помсти чоловікові чи бажання здійснювати вільний вибір у стосунках із протилежною статтю, проте в аналізованому випадку ключовим є образ колготок – на цей раз уже подарованих німцем, які в руках француза швидко стають драними. Втім, компенсацією стає новий чек, запхнутий у декольте золотої сукні, яка мала б стати символом винятковості виходу до світу «білих людей», ставши натомість символом панування продажності й аморальності в цьому світі.

Отже, вагання Ірини стосовно здійснених нею вчинків не постає таким, що суттєвим чином впливає на зміну її ставлення до світу – вона ставиться до близькості з іноземцями як до не найприємнішої, проте не зовсім обтяжливої роботи, приймаючи в цьому аспекті «правила гри», запропоновані чоловіком. Метою самопожертви стає добробут родини, взаємини в межах якої цілком влаштовують обох членів подружжя, через що зазначена самопожертва сприймається читачем крізь призму відчутного цинізму.

У новелі «Нові колготи» взаємини між чоловіком та дружиною не мають настільки обопільного цинізму, проте наділені суттєвим ускладнювальним чинником – вічно хворою свекрухою, яка висловлює зневагу до невістки Ганни, вмільо маніпулюючи власним сином. Сукупність означених маніпуляцій призводить подружжя до непересічного роздоріжжя, на якому з одного боку перебуває життя матері чоловіка, а з іншого – потреба в зраді жінки, яка може це життя врятувати, адже лікар Зеленович, від якого залежить успішність проведення операції, вимагає особистої зустрічі з Ганною. До цього рішення її підштовхує насамперед свекруха, яка переслідує одразу дві мети – покращити власне здоров'я та максимально знецінити невістку в очах сина: «Звичайно, які тут ще можуть вагання, чому ти не сказав мені про це вчора, чому змусив кликати себе вночі?» [7]. Такий підхід промовисто ілюструє ставлення до Ганни в родині, де вона за десять років подружнього життя так і не змогла стати своєю.

І Ганна зовні спокійно йде на цей крок, чим збурює напад ревності у чоловіка, який розривається між тривогою за матір та власницькими почуттями до жінки: «Дружина спокійно йде до ванни. Згодом виходить звітти у чорній напівпрозорій комбінації <...>. По кімнаті лине дух божевільних парфумів – звідки в неї такі?» [7]. Цей спокій, власне, й обурює Ганниного чоловіка, який розкриває у нібито знайомій дружині нові, невідомі для себе грані. При цьому вона поводить так, неначе нічого надзвичайного не відбувається, нагадуючи чоловікові про необхідність забрати доньку із занять музикою.

Проте, попри зовнішній спокій, для Ганни ця самопожертва не є легким кроком, а день, коли вона зважилася поїхати до Зеленовича, став одним із найбільш пам'ятних у житті: «Але сама вона, частіше, ніж щасливий перший місяць їхнього знайомства згадувала той осінній холодний неймовірний день, коли йшла темними мокрими вулицями, заляпуючи гарні ніжки в штопанях колготах» [7]. При цьому вона ледь не провалює покладену на неї місію, забуваючи жаданий лікарем коньяк удома, і лише щирість намірів, сформульованих жінкою, змушує хабарника й ловеласа Зеленовича згадати про залишки людськості й поставитися до Ганни з максимальною прихильністю, не скривдивши й не посягнувши на її чистоту.

Важливим у обох залучених до аналізу новелах постає мотив таємниці. Попри повну розчиненість як Ірини, так і Ганни в родинному житті, вони зберігають здатність до приховування певної частини свого життєвого шляху як від чоловіків, так і від усюдисущих свекрух. Такі таємниці стають для обох жінок стартовим майданчиком для своєрідної психологічної втечі від обридлого та змученого світу заміжжя.

Для Ірини із новели «Драні колготи» таким ковтком свіжого повітря в житті стає зустріч із сантехніком-алкоголіком Василем, який навідується до неї «лагодити труби» саме в той момент, коли чоловіка немає вдома, а дитину вдається відіслати

до бабусі. Василь, на відміну від цинічного Ірининою чоловіка, із яким її поєднує виключно офіційний шлюб, видається жінці більш щирою людиною, якій можна звіритися, не вираховуючи зиск від такого спілкування, до чого вона звикла в подружньому союзі, де в неї є два регламентовані «виходи в світ» із подальшим продовженням, вигідним для родинного бюджету.

При цьому названа таємниця двох закоханих не є такою для чоловіка Ірини, про що він дозволяє собі нагадати, коли дружина не бажає виконувати його настанову й віддаватися німцеві, руйнуючи вибудовані плани стосовно заробітку позачергового чека на закордонну поїздку: «Слухай, Іро, кинь ці штучки! Спиш же ти з Васською, й абсолютно безкоштовно!» [6]. Для жінки таке викриття є до певної міри шокним, проте вона швидко оговтується та реагує на пропозицію чоловіка відвідати номер німецького геронтолога за усталеною схемою.

Проте навіть тоді, коли її любовна таємниця розкрита, Ірина все одно воліє продовжувати подвійну гру, що здійснюється в обхід «законного» чоловіка. Спершу вона «не заплановано» проводить ніч із французом, що спочатку обурює її чоловіка, проте отриманий від іноземця додатковий чек пом'якшує його настрої: «А що я без тебе робитиму? Останні слова чоловік каже звичним вуркотливим голосом. Усе гаразд» [6].

Власне, реакція чоловіка сигналізує про те, що він абсолютно не проти подвійного життя дружини, аби воно не руйнувало його схему заробітку, звичну для співробітника «Інтуриста» – мережі готелів, які в СРСР спеціалізувалися на роботі з іноземцями із так званих капіталістичних країн. Так само й Ірина усвідомлює, що їхні стосунки із чоловіком більше нагадують роботу в тандемі, а не кохання, тому продовження взаємин із Василем жодним чином не вплине на зміни в цих стосунках, та, ба більше, на їх руйнацію. Тому приховування нею від чоловіка подарунка, отриманого від француза, є швидше ритуальною дією, покликаною формально зберегти розкрити таємницю: «І раптом щось заспокоїливо відгукнулось всередині. Чого б це? Мабуть, тому що, поки чоловік був у ванні, вона встигла спритно заховати подарунки від француза у книжковій шафі за томами БВЛ. Буде чим похастувати Василя, коли черговий раз потече кран на кухні» [6].

Жінка у цій фразі, висловленій подумки, сягає практично тієї ж міри цинічності, що й її чоловік, коли пропонував свою дружину іноземцеві. Так, її нова зустріч із коханцем постає у пліні життя як цілком визначена календарно подія, періодичність якої засвідчує сполука «черговий раз», а емоційна наснаженість цих зустрічей є цілком співвідносною із виходом побутової сантехніки з ладу.

Цілком символічним є і образ сховку, до якого Ірина складає отриманий подарунок – це томи «Бібліотеки всесвітньої літератури», ознаки заможності й успішності радянської родини. Тоді як унаслідок опанування ідеями, закладеними до книжок популярної серії, радянські громадяни начебто мали вдосконалювати свою моральну подобу, в новелі Є. Кононенко, навпаки, спостерігаємо побудову зовнішнього добробуту успішних членів суспільства, за яким приховується схильність до нехтування елементарними моральними нормами заради досягнення меркантильної мети.

Дещо іншим способом реалізовано мотив таємниці в новелі «Нові колготи». У ній дружина такого собі Клименка та невістка такої собі – Ганна зголошується тримати в секреті подробиці своєї зустрічі з доктором Зеленовичем, постать якого оточують

численні чутки щодо його аморальності й хабарництва, а також любові до жіноцтва.

Втім, як це часто буває, чутки виявляються далекими від істини, що й дозволяє авторці розвернути сюжет новели в геть несподіваний бік. Лікар виявляється більш чуйним до переживань Ганни, ніж її чоловік та його матінка, які заради заощадження на операції демонструють готовність продати її тіло, обґрунтовуючи свій учинок якимось міфічним «боргом» невістки перед свекрухою, яка все життя її принижувала й зневажала.

Зеленович рятує свою відвідувачку від ганьби, на яку та готова була піти, високо оцінюючи цю готовність та здатність до самопожертви. У цьому випадку постає момент із залученням наскрізної деталі, наявної в обох новелах – старих колгот: «Вона розкрила свою маленьку сумочку, і звідти випала нова коробочка зі старими колготами» [7].

У новелі «Нові колготи» зазначений образ-символ має подвійне значення. З одного боку, він стає свідченням максимальної серйозності ставлення Ганни до місії: «Він нахилився і подав їй ту коробочку. Лікар Зеленович був добре обізнаний не лише з хірургією. Він зрозумів, наскільки серйозно молода жінка поставилася до того, що від неї вимагалось» [7]. З іншого ж боку, образ старих колгот втворює особливий контраст із придбаними до них на зміну новими, засвідчуючи ледь не останню надію достатньо молодої жінки вирватися із рутини родинного життя, в якому вона не зазнала щастя. Тому Ганна витрачає останні гроші, аби придбати нові колготи й постати перед Зеленовичем у всій повноті власної жіночності: «Як зібрала всі гроші, що були в кишенях синього плаща і маленької сумочки і купила в Галантереї імпортну коробочку з новими колготами» [7]. Жінка йде на зустріч із лікарем, усвідомлюючи, що ця зустріч може змінити її життя, й у цьому має рацію.

І, хоча читач цілком має право на думку стосовно того, що лікар Зеленович справді брав хабарі за проведення позачергових операцій, і його репутація сформувалася не на рівному місці, у взаєминах із Ганною він не просто розкривається із неочікуваного боку, навіть не намагаючись скористатися із її складної ситуації, але й стає хранителем їхньої спільної таємниці. Вражений тим, що жінка вдалася до значних на ті часи витрат, аби забезпечити необхідний ефект і змусити його допомогти ненависній свекрусі, лікар пропонує їй не розповідати чоловікові про справжній зміст їхньої зустрічі. Як і годиться справжньому лікареві, Зеленович безпомилково формулює діагноз чоловікові Ганни: «Ніколи, навіть у смертну годину, якщо, не дай Боже, помиратимете раніше за свого чоловіка, не зізнавайтесь, що між нами, як кажуть обивателі, нічого не було. Він того не вартий» [7].

Надалі означена таємниця вже набуває функційності зброї в руках Ганни, завдяки якій вона отримує змогу постійно ставити набридлого чоловіка на місце. Володіння таємницею ніби наділяє жінку особливою силою, і з затурканого домогосподарки вона перетворюється на повноправного члена родини: «І щоразу, коли він, згідно з програмами, які вклала в нього покійна, висловлював невдоволення дружиною, вона за невідомо якими асоціаціями починала згадувати, яка була квартира у лікаря Зеленовича, яка вітальня, які книжки в кабінеті, які троянди у вазі, які коньяки в барі... і він замовкав, і вона замовкала, і не розповідала, що було далі» [7].

Отже, якщо в новелі «Драні колготи» маємо таємницю розкрити, то в новелі «Нові колготи» ця таємниця залишається таємницею і набуває здатності докорінно трансформувати життя родини. Залучаючи зазначений мотив і розкриваючи його у двох паралельних творах, Є. Кононенко за допомогою автоінтертексту пропонує читачеві зіставити життєві ситуації та простежити варіативні можливості розвитку подій. Окрім того, необхідно зауважити, що якщо в новелі «Драні колготи» головній героїні не вдається зберегти свою таємницю, подібно до того, як і не були приховані колготи з дірками, то в новелі «Нові колготи», подібно до придбання героїнею нового елемента гардеробу відбувається й формування нової таємниці, яка суттєво змінює її життя.

Висновки. Домінантною в новелістиці Євгенії Кононенко постає так звана «фемінна» проблематика, що привертає увагу жіночої аудиторії до літературного доробку письменниці. Залучені до аналізу новели «Драні колготи» та «Нові колготи» подібні актуалізацією образу великого міста, зображенням однотипної життєвої ситуації, мотивом таємниці, сюжетною напругою, спробою за лаштунками родинного життя показати реальні стосунки подружжя, безіменними антигероями-чоловіками, які штовхають своїх дружин до адюльтеру заради меркантильних потреб, самопожертвою жінок в ім'я родинного добробуту, циркуляцією образу-символу драних колгот, що постають своєрідним показником матеріального рівня життя осіб жіночої статі, які мусять задовольнятися найнеобхіднішим, щоб хоча б імітувати родинне благополуччя. Автоінтертекстуальність виявляється на проблемно-тематичному, жанровому, образному та сюжетно-композиційному рівнях. Вона дозволяє авторці показати зміну гендерних ролей, слабкість і безликість представників сильної статі, які вмело маніпулюють жінками.

Література:

1. Авксентьева Г.А. Интертекстуальные аспекты прозы Евгении Кононенко. Проблемы современного литературоведения. 2017. Вып. 24. С. 97–104.
2. Просалова В. А., Ніконенко Ю. Ю. Суб'єктна організація збірки новел Євгенії Кононенко «Три світи». Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Філологія. 2017. Вып. 17. С. 75–80.
3. Тарасюк Г. «Нема раю на всій землі», або Проза життя Євгенії Кононенко без імітацій. URL.: <http://kakdela.kiev.ua/17381/art/2046.html>
4. Хамедова О. Наративні моделі малої прози Є. Кононенко. Актуальні проблеми української літератури і фольклору. Донецьк, 2012. Вып. 18. С. 150–158.
5. Емоційний пазл від Євгенії Кононенко : інтелект-реліз / укладач Н. І. Фенько ; Полтавська обласна бібліотека для юнацтва ім. Олеса Гончара. Полтава, 2018. 16 с.
6. Кононенко Є. Драні колготи. Повії теж виходять заміж. URL: https://www.e-reading.club/chapter.php/1015163/12/Kononenko_-_Povii_tezh_vihodyat_zamizh.html.
7. Кононенко Є. Нові колготи. Повії теж виходять заміж. URL: https://www.e-reading.club/chapter.php/1015163/13/Kononenko_-_Povii_tezh_vihodyat_zamizh.html
8. Шевченко Т. Новелістика Євгенії Кононенко у контексті сучасної української “малої прози” URL: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/18466/1/188-197.pdf>

Prosalova V. Hrabova A. Autointertextuality of Evgenia Kononenko's novels

Summary. The article is devoted to revealing the specifics of the functioning of auto-intertextuality in Evgenia Kononenko's short stories «Drani kolhoty» and «Novi kolhoty». Based on the comparison of short stories united by the through-and-through image-symbol of torn pantyhose, it is established that auto-intertextuality becomes a way of a new reading of such a life collision, which is manifested in the wife's inclination to an adulterer for mercantile reasons. It is noted that if intertextuality itself can be interpreted as a method of reading, then auto-intertextuality in the works of Ye. Kononenko appears as an authorial interpretation, with the help of which the author parodies, quotes herself, resorts to autoreminiscences in order to focus the reader's attention on certain significant moments present in own works. It is about a set of cross-cutting motifs, iconic images, elements tending to self-irony, etc. It was found that the motive of self-sacrifice and the motive of secrecy become key indicators of the auto-intertextuality of the analyzed novels. Attention is focused on the overall image-symbol of pantyhose: old pantyhose are the personification of impoverished life and spiritual decline, new pantyhose are the hope for a better

life. It has been established that the so-called "feminine" issues are dominant in Yevgenia Kononenko's short prose, which causes the active attention of the female audience to the literary work of the writer. The short stories involved in the analysis are related to their leitmotif of self-affirmation, self-realization of a woman in society, her ability to sacrifice herself for the sake of others. Novels stand out from the array of "women's prose" by their plot, dynamic composition, laconic form and ironic coloring. Here we observe the difference between female and male values, the secondary nature of female existence in a patriarchal society, the subordination of one's own female destiny to male needs and interests. Auto-intertextuality in these works is realized at the plot, compositional, problematic, and figurative levels. It allows the author to show the change of gender roles, the weakness and impersonality of representatives of the stronger sex, who skillfully manipulate women. Evgenia Kononenko focuses her attention on the crisis of family relations, which manifests itself not only materially, but also spiritually, the main indicator here is the mercantilism of the men of the main characters.

Key words: intertextual connections, autointertextuality, problematic, motif, image-symbol.

*Стельмах М. Ю.,**доцент кафедри сходознавства імені професора Ярослава Дашкевича
Львівського національного університету імені Івана Франка**Пундик С. Ю.,**магістрантка**Львівського національного університету імені Івана Франка*

ВТІЛЕННЯ ІДЕАЛУ СПРАВЕДЛИВОГО ПРАВИТЕЛЯ В ОБРАЗІ ХОСРОВА В «ШАХ-НАМЕ» ФІРДОУСІ

Анотація. У статті досліджено особливості втілення поняття справедливості в образі Хосрова І як традиційного історичного персонажа. Підкреслено, що для повного аналізу історичного-персонажа, тобто історичної особи, образ якої неодноразово інтерпретувався у певній національній літературі, необхідно знати не лише стандартну схему аналізу персонажа, а ще й орієнтуватися в біографії обраного героя, аналізувати історичні події та контексти, які впливали на сприйняття образу, як звичайними людьми, так і істориками-біографами. Хосров І Анушірван вважається найвидатнішим правителем держави Сасанідів з однойменної династії. За час його правління було проведено багато реформ, завдяки яким Іран став більш політично та економічно стабільнішим ніж будь-коли в своїй історії. Влада практично повністю централізуються навколо шахиншаха, одночасно з тим на місцевому рівні управління державою уніфікується через введення нового адміністративно-територіального поділу. Його покровительство наукам і літературі надало йому значної популярності серед народів Ірану і його сусідів.

Вчення зороастризму возвеличувало справедливість, як найголовнішу людську чесноту, що і зробило її такою важливою для перського менталітету. Авеста закріпила поняття справедливості в образі головного бога-творця Агурамазда. В Авесті записані герої та царі, які прославилися своїми справедливими вчинками та мудрими словами. Щодо чесності, справедливості, доблесті, ці моральні якості мали назву та значний сенс ще до проголошення канонів зороастризму. Також важливо відзначити, що сам Хосров був зороастрійцем, тому дотримувався традицій своєї релігії та вірив у перемогу добра та справедливості, намагаючись зробити все, що було в його силах.

Фірдоусі сприймає та описує Хосрова як доброго, справедливого до простого народу царя, захоплюється постаттю Анушірвана, використовуючи різні стилістичні прийоми описує молодість, мудрість, доблесть, справедливість Хосрова І. В його тестах можлива деяка необ'єктивність, адже «Шах-наме» – книга, яка в першу чергу призначена для возвеличення діяльності царів, а вже в другу – для опису історичних подій в художньому контексті.

Ключові слова: історичний персонаж, образ, справедливість, справедливий правитель, Хосров І.

Постановка проблеми. Справедливість вважається найвищою моральною якістю людини. Чимало філософських концепцій вважають цю рису передумовою для формування правової системи. Правова справедливість є категорично-безумовним моральним обов'язком влади. Вона забезпечує рів-

новагу в людському світі, покарання для винних та винагородження, тих хто це заслуговує. Правова справедливість влади була і є актуальною для всіх народів усього світу. Перська народна творчість ще з Авестійських часів увіковічувала образ справедливого, мудрого та мужнього царя, адже цей образ є надзвичайно важливим для перської ментальності. Цей образ є настільки важливим, що йому присвячено не один розділ в величній епопеї перської літератури «Шах-наме» (який перекладається як «Книга царів») геніального письменника Абдульхасима Фірдоусі. Саме Фірдоусі увіковічив історичну персону царя Хосрова І як ідеальний образ справедливого та мудрого правителя. Тому аналіз одного з найдавніших образів перської літератури – образу справедливого правителя, який використовують і по сьогодні, в контексті твору Фірдоусі видається нам важливим і актуальним.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. «Шах-наме»-Фірдоусі є шедевром світової цивілізації, в міфологічних героях якого втілені ідеї любові до Батьківщини, повага до особистості, висока людська мораль, чистота помислів і справедливість, добросовісність і чесність, патріотизм та загальнолюдський гуманізм. У цьому творі автор відобразив духовний та суспільний підйом народу. Багато віків цей твір був зразком для наслідування не лише для іранців. Сходознавство має ряд цінних наукових досліджень, у яких розглянуті Фірдоусі та місце його «Шах-наме» з достатньою повнотою. Серед них можна назвати праці Е.С. Бертельса, М.-Н. О. Османова, Г. Абрамяна, Раджабова Муси Раджабовича, І. Брагінського, Б.Г. Гафурова і інших вчених-сходознавців.

У нашій роботі запропонований аналіз образу царя Хосрова І в контексті справедливості правителя як базового концепту тогочасного світобачення та світобачення Фірдоусі, адже до цього часу не існує комплексного дослідження, що порівнювало би літературно-фольклорний образ з діяльністю реальної історичної постаті.

Постановка завдання. Метою дослідження є виділення головних аспектів образу Хосрова І, як справедливого царя, опираючись на твір «Шах-наме» Фірдоусі.

Виклад основного матеріалу. Тема «ідеального правителя» – втілення вищого і всезагального блага – здавна була актуальна в державах східної цивілізації. Так, в зороастрійських дидактичних андарзах (настановах) містяться поради про мудре управління державою і правила поведінки вищої аристократії. Розглянемо справедливість, як основоположне поняття для зороастризму та взагалі індоіранської ментально-

сті. Іранці вважали, що існує закон природи, згідно якому сонце рухається рівномірно, відбувається зміна пір року і тим самим забезпечується порядок всього існуючого на землі. Цей закон був відомий індоіранцям як рта (в авестійській мові відповідне слово аша). Поняття аша мало етичний сенс. Вважалося, що аша керує поведінкою людини. Істина, справедливість, вірність і сміливість – якості, притаманні людині. Чесноти – природній порядок речей, а вади і зло – його порушення. Таким чином, слово аша важко перекласти, різні контексти встановлюють різне поняття цього слова: «порядок» – там, де мова йде про матеріальний світ, або ж «істина», «справедливість», «праведність» – там, де говориться про моральність. Брехня та спотворення істини, які протиставлялися аша, називалися авестійською друг (в санскриті друх). Згідно моральним уявленням, всі люди поділялися на ашаван – «праведних» та другвант – «прихильників зла» [1, с. 15]. Така міфологічна основа «Авести», в яку на окремому етапі вплітаються героїко-епічні елементи. Тут знаходимо і джерела соціальної утопії іранців – віри в справедливого і гуманного царя, і мрії про ідеальну вільну общину. Характерно, що «Авеста» не раз повертається до питання, «про добрих вождів», що мають виганяти ворогів із місць, населених племенами, і охороняти їх мир і працю. Опираючись на цей матеріал, можна зробити логічні висновки, що наречення іранським народом Хосрова іменем Анушірван походить ще з авестійських уявлень про світ.

У створенні концепції «ідеального правителя» брали участь і мислителі, хроністи, поети, філософи. Власне Фірдоусі, Бальамі, Нізамі, Амір Хусрау Діхлаві, Шарафаддін Алі Йазді, Джамі, Навої та ін. Головною причиною виникнення і подальшого розвитку цього жанру були необхідність управління громадським і багатоплемінним державами, наявність адміністративних проблем тощо. Тому, предметом «повчань владикам» стала політика, яка проводилась всіма владиками світу, як мусульманами, так і «невірними», яка мала ціль «всагаальну користь». Поет вважав, що при справедливому правлінні шах повинен турбуватись однаково як про своїх посадовців і воїнів, так і про простий народ, що соціальна справедливість і господарські згуртують народ перед ворогами та у різних бідах [2].

Безперечно можна сказати, що Анушірван в баченні Фірдоусі є яскравим представником володаря, що бореться з гнітом, справедливості та правосуддя в цілому світі, саме тому він називає його суддею. Фірдоусі описує діяльність Хосрова I, звертаючи увагу на його поведінку, манеру мовлення з простими людьми.

Варто зазначити, що художній образ – багатозначний, він має глибокий зміст. Кожна епоха знаходить свої риси в художньому образі. Йому властива недомовленість. Глибокий художній твір завжди має цю рису. Художній образ – це «система думок», і автор не завжди повністю та всебічно розкриває їх. Якби художній образ був повністю розкритий, він перестав би цікавити людину. Коли художній образ не повністю розкритий митцем, він сприяє розвитку публіки, її фантазії, уявлення, процесу мислення, він перетворює її у творця мистецтва. Художній образ відповідає багатоплановості, багатогранності дійсності». Шляхи, методи і прийоми вивчення змісту твору, аналізу його образів-персонажів зумовлюються жанровою специфікою. Аналіз змісту та образів-персонажів історичних прозових творів вимагає усвідомлення творчої історії твору, розуміння і сто-

ричних подій, зображених письменником, знання особливостей створення письменником історичного образу, вміння розкрити суть цього образу та його роль у розв'язанні навчально-виховних завдань. Тут потрібен не тільки історичний коментар, який висвітлює значення твору і його образів-персонажів для епохи їх створення, а й оцінка з погляду сучасності. Той, хто аналізує історичний образ-персонаж повинен уміти аналізувати образи-персонажі творів історичної прози, ця навичка тісно пов'язана з уміннями широко відтворювати історичну епоху [3, с. 7].

Засобами створення образу людини є:

- 1) номінації: ім'я, прізвище, прізвисько і т.п.;
- 2) портрет – фрагментарний, деталі якого розсіпані по всьому твору;
- 3) мовна характеристика;
- 4) інтер'єр;
- 5) предмет, як складова частина образу персонажа;
- 6) пейзаж;
- 7) художня деталь – невелика предметно-побутова, психологічна деталь, що стає найважливішою рисою способу або допомагає розкрити характер, душевний стан;
- 8) вчинки героя;
- 9) оціночні висловлювання на адресу героя від імені інших персонажів;
- 10) композиція твору, в тому числі такі позасюжетні елементи, як сни, листи, щоденникові записи, вставні епізоди і ін.;
- 11) зображально-виражальні засоби (стилістичні фігури, мовні засоби) [4, с. 64].

У посібниках з історії Хосров I описується як експресивна, запальна, та енергійна, однак неспокійна людина. Для стабілізації ситуації в країні на той період потрібно було провести широкомасштабні реформи. Їх і провів цей правитель, закріпивши могутність та політичний авторитет Ірану. Хосров I провів в першу чергу військову реформу, сформувавши найману армію, яка контролювалася та підкорювалася відтепер лише шаханшаху. Також була проведена податкова реформа. Незважаючи на складне становище, Хосров намагався стабілізувати становище також в культурно-науковій сфері. Реформи принесли свої плоди і почали бурхливо розвиватися науки, література та мистецтво. З правління Анушірвана було побудовано величний палац Такі-Кісра, чарівний сад з срібла та золота. Енергійно працювала колегія сасанідських перекладачів, які за наказом Хосрова перекладали книги індійської та грецької літератури, серед них славетна «Панчатантра» (в перекладі- «Каліла і Дімна»). Гордістю сасанідської географії стала своєрідна енциклопедія «Шахрастаніха-е Іран» (Міста Ірану) [5, с. 319].

Реформи звичайно подобалися селянам, але далеко не всім чиновникам. Також, як свідчать історичні джерела, на відмінну від історико-художніх записів, Хосров I був характеру неспокійного, надзвичайним любителем усіляких нововведень, тому завжди перебував у тривозі, і був причиною для тривоги всіх його оточуючих. Основним його методом впровадження реформ став терор, кількість засуджених в сасанідських тюрмах щодня сягала іноді 800 осіб [6, с. 319].

Справедливість сосовно людей, життєва мудрість та лицарська відвага в поєднанні з управительською політикою є актуальним для людського співіснування та щасливого життя. На свій час Фірдоусі вбачав такий образ у історичній постаті царя Хосрова I.

Образ ідеального правителя є сукупністю різних чеснот – справедливості, доблесті, мудрості винахідливості тощо. Розглянемо докладніше втілення цих чеснот в тексті:

Портретна характеристика

ین اوج / ان اوج هاش زورفا لد متس ج خ / ان اوری شون تخت رب ز اتس شین
یوج هار نی جز رب دب مک سک ن آره / اور دانهب هاگرد هب

Сидить на троні Нушірван/ блаженний, запалюючий серця, молодий цар//Проведить людей світу до дверей/ кожного, кому погано живеться на землі//

Ця фраза царя Хосрова I, записана Фірдоусі, символізує його бажання провести дорогу до його королівського двору, тобто бажання вислухати та допомогти всім нужденним. Звернімо увагу також на те, як Фірдоусі описує Хосрова I – прикметниками «блаженний» – متس ج خ (khojaste), «молодий» – ان اوج (javān), «запальний» – زورفا لد (del-e afruz), – це вказує на захоплення Фірдоусі жвавістю Анушірвана.

دی ایب / اار داد یوس دیوج مک سک ره مک / هاش هاگرد ز دم آرب یشورخ
ان اوج تلود و نادخ هاش بل / اور نی شون هاگرد هب

Шум почувся з дверей шаха/ що хтось до нього йде// Підходить до дверей Нушірвана// усміхненого шаха та молодого правителя// [7].

Знову таки, ми можемо прослідкувати повтори «молодий правитель», які возвеличують царя і водночас наголошують на його юному віці. Саме правління Хосрова I тривало 48 років, на що вказує назва розділу «یاش داپ» (pādeshahikasrinushinravanchehel- o hashtsāl bud) – «Царювання Кяспі Нушірвана тривало сорок сім років»

Мовна характеристика

مدنراد مک / رای دی یوجم نادزی کاپ زج مک / اش نامز ن آ تفگ زاوا ب
ای یارس ود ره هب دریگ تسد ومه / ایمن ره مه و تسا و

Він (простолюдин) до нього заговорив / «Крім чистого Бога не шукайте Друга// Той хто його має, також є і провідником/ візьме його руку і проведе в обидва палаци» [7].

Цими рядками проявляється стандартна повага підданих до царя. Цікавим є рядок «ای یارس ود ره هب دریگ تسد ومه» – *візьме його руку і проведе в обидва палаци*. Можна припустити, що «обидва палаци» – це образ земного життя та небесного. І шах витупає провідником між небом та землею, що достатньо логічно, тому що шах та його влада вважалися божими посланцями.

هاگرد اب نی س ره رب تسد اشگ / هالک و تخت ز زگره دی سرتم
یم رگا / ابل دیرادم متسب راتفگ ز / ابش هب و زور هب دی ا مک سک ن آره
انزیار اب می شاب متس هار رگ / انم حنا اب میراسگ

«Ніколи не бійся трону та корон / для кожного є відкритий цей королівський двір/ Щоразу, коли вранці та вночі прийдете/ не мовчіть// Якщо ти спробував (на смак) зібрання/поводься тихо з присяжними// [7].

В цих рядках цар Хосров I зачитує правила поведінки в тронному залі, наказує не боятися говорити правду перед ним та присяжними, не порушувати дисципліну, не перебивати доповідача, поводитися достойно та з повагою до присутніх. Фразою «*Щоразу, коли вранці та вночі прийдете*» – Анушірван закликає людей звертатися до нього у будь яку годину, що характеризує його як відкритого для народу правителя.

هار تسد اشگ ار امش ام رب / هاگرد یوخن تشد رب و ناگوچ هب
ازاب دیدرگم سک مگراب نیز / ازان و جزو و یرادی هب و بابوچ

Від Чугану до рівнин Начіргак/ для вас відкритий шлях// Від сну та до пробудження і праця і насолода /в цьому царському дворі розкриваються// [7].

Фірдоусі наголошує на тому, що Анушірван закликає людей всіх своїх земель приходити до нього зі своїми питаннями. А саме в своєму тронному залі він буде проводити суд, зіставляючи добрі та погані вчинки, нагороджувати заслужених та карати винних.

دوش مگ نادب / هتفای مده اهوزرا رگم / هتفات امز نتکی دی بس خم
امل سگب ناگهدی د متس جزر مک / اهل د نشور و داش

Не спить самі від нас відвертаючись / хіба бажання твої всі знайдені// Нехай моє серце радіє та світиться, від того/ що побачивши працю пригнічених зламав (її)// [7].

Саме в цих рядках описується співчутливість та доброта царя, де він щасливий від того, що може допомогти людям, облегшити їхнє життя, розірвавши кайдани рабської праці.

دب سخب / انم ناراکش یپ و رکشل زارگ / انم نارادراک زا مک ادابم
ادنزگ دی انم رب و ارد زارک / انم درد یلد اب یسک

Не дай Бог, що хтось з моїх слуг/ чи хтось з війська чи хтось з моїх управителів// Посміє (причинити шкоду) твоє серце раними/ то біль пройде і крізь моє серце» [7].

Емпатичність Хосрова настільки глибока, що він навіть отожднює свої почуття з почуттями простолюдина, виголошуючи це на велику аудиторію. Ми вже знаємо, що у той період вважалося, що влада є божественною, а цареві ставати на один рівень з простим селянином було недопустимо, в очах знаті це принижувало царя. Але Хосров I всіх підданих вважав людьми достойними собі.

و ژاب ز / ان اوج راگردک نم ز دسرپب / انهن رد دوب هچرگا انهنس
اتس مدنار ام ناوید هب دبوم مک / اتس مدنار امجک ن آ جارخ

Навколишні символи, використані для уславлення образу

مک / انیمز یورب دش رب دیشروخب / نیرفأ یکی ناوی ز دم آرب
ای هشن هاش جات اب مل اس مه / ایهرف اب داب ناوری شون

Вийшов на балкон/ сонце виглянуло на землю// Де Нушірван з Фархі/ всі роки на королівському троні (сидить)// [7].

Сонце, яке сяє на трон та на самого Анушірвана – це символу возвеличення та поваги до царя, його божественної влади та мудрості. Також це є одним з 12 символів влади, і найчастіше означає творчу енергію. Саме в іранській міфології сонце асоціюється з любов'ю, яку і транслює Нушірван до свого народу. Сонце вважалося оком бога Агурамазда – отожд, можна ще розуміти ці рядки, як такі, що добрий бог – Агурамазда, наглядає та направляє думки великого царя іранської держави Хосрова I

Вчинки героя

«За промови, що тасмно/ ти виголошуєш мені, повелитель світу, // Де залишити данину і податок/ який жрець сказав принести до нашого суду?»// [7].

Це фраза, яку промовляє підданий за виявлену царем мудрість і вислухані проблеми та питання. Податок за аудієнцію у царя – це обов'язковий атрибут таких зустрічей. На що йому цар відповідає:

امیب هب نم زال دس پ نیز دی بس خم / امیس و رز امش زازین دن اوخن
«*Вони не хотітимуть від вас золота і срібла, бо після цього у мене буде розбите серце»* [7].

Ця фраза, сказана Нушівраном свідчить про його щедрість по відношенню до простого народу. Цар не хоче брати грошей з вже і так бідного селянина. І цей самий наказ він згодом віддасть всім своїм управлінцям – не брати грошей з звичайних людей за аудієнцію чи за проведення суду.

Цікавим випадком є захоплення Антіохії, що після захоплення міста іранцями Анушірван суворо заборонив військам переслідувати римських полонених, що суперечить традиції того часу і демонструє лицарство Хосрова:

زا کاپ مه/هاپس نارای نارادمان ای مک/هائش هاگرد ز دم آ رب یشورخ
دیوش نوماه هب ردنا ی کی راتاب/دیوش نوریب رمش نی

З царських воріт почувся шум/це знамените іранське військо// «Виходьте з цього міста чистими і приходьте в темряву рівнини»//

هب //اری گوراد و شروش و تراغ رگو /اری پ درم و نز گن اب چی ه رگ
//بل درم کی جنر ز دیش گب مک //بش کی راتاب دی ام شوگ

Якщо немає крику жінок та старих/ якщо грабіж, бунт, твалт //Я чую, як темрява ночі/ відкриває страждання людини»[7]

Поет-гуманіст бачить у вищезгаданих вчинках правителя прояви найбільшої справедливості.

Висновки. Фірдоусі захоплюється постаттю Анушірвана, використовуючи різні стилістичні прийоми описує молодість, мудрість, доблесть, справедливість Хосрова I. В його тестах можлива деяка необ'єктивність, адже «Шах-наме» – книга, яка в першу чергу призначена для возвеличення діяльності царів, а вже в другу – для опису історичних подій в художньому контексті/

Література:

1. Бойс М. Зороастрийцы. Верования и обычаи. М., 1988.
2. Исмаилова Э. «Века процветания» доисламских идеальных правителей Каюмарса и Джамшида в двух миниатюрах. Url: http://sanat.orexca.com/rus/archive/4-02/history_art7.shtml
3. Гриневиц В. До питання особливостей формування у майбутніх учителів уміння аналізувати образи-персонажі історичних літературних творів. *Проблеми підготовки сучасного вчителя*. № 6 (Ч. 1). К. 2012. 34 с.
4. Есалнек А.Я. Теория литературы. М., 2012.
5. Рубель В.А. История средневекового Востока К., 1997.
6. Васильев Л.С. История Востока. М., 1994.
7. «Шах-наме» Фірдоусі. Url: <https://ganjooor.net/ferdousi/shahname/anooshirvan/sh1>

Stelmakh M., Pundyk S. The implementation of the ideal of the just ruler in the image of Khosrov in the "Shah-name" of Firdousi

Summary. The article deals with the peculiarities of the concept of justice in the image of Khosrow I as a traditional historical character. It is emphasized that for a complete analysis of a historical character, i.e. a historical person whose image has been repeatedly interpreted in a certain national literature, it is necessary to know not only the standard scheme of character analysis, but also to be oriented in the biography of the chosen hero, to analyze historical events and contexts that influenced perception of the image, both by ordinary people and historians-biographers. Khosrow I Anushirvan is considered the most outstanding ruler of the Sassanid state from the dynasty of the same name. During his reign, many reforms were implemented that made Iran more politically and economically stable than at any time in its history. Power is almost completely centralized around the shahinshah, at the same time, at the local level, state management is unified through the introduction of a new administrative-territorial division. His patronage of science and literature gave him considerable popularity among the peoples of Iran and its neighbors.

The teachings of Zoroastrianism glorified justice as the most important human virtue, which made it so important for the Persian mentality. Avesta fixed the concept of justice in the image of the main creator god Aguramazd. Avesta records heroes and kings who became famous for their righteous deeds and wise words. As for honesty, justice, valor, these moral qualities had a name and a significant meaning even before the promulgation of the canons of Zoroastrianism. It is also important to note that Khosrow himself was a Zoroastrian, so he followed the traditions of his religion and believed in the victory of good and justice, trying to do everything that was in his strength.

Firdousi perceives and describes Khosrov as a kind king, fair to the common people, admires the figure of Anushirvan, using various stylistic techniques to describe the youth, wisdom, valor, justice of Khosrov I. Some bias is possible in his tests, because "Shah-name" is a book, which is primarily intended to glorify the activities of kings, and secondarily to describe historical events in an artistic context.

Key words: historical character, image, justice, just ruler, Khosrov I.

*Тендітна Н. М.,**кандидат філологічних наук,
доцент кафедри української мови та літератури
ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»**Лисенко Н. В.,**кандидат філологічних наук,
доцент кафедри української мови та літератури
ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»*

ОСОБЛИВОСТІ ЗМАЛЮВАННЯ ЇЖІ В ХИМЕРНОМУ РОМАНІ Є. ГУЦАЛА «ПОЗИЧЕНИЙ ЧОЛОВІК»

Анотація. У статті описані особливості, пов'язані з уявленням Є. Гуцала відносно харчування української нації, його ставленням до окремих продуктів, рецептів і кулінарних секретів. Особливе місце посідають способи відтворення смакових та ароматичних відчуттів від страв, які розкривають систему знань автора про життя та побут українського народу.

Предметом дослідження були як конкретні продукти та страви, так і технологія їх приготування, місць та умов харчування, зберігання, способи подачі та споживання, температурні та смакові характеристики. За допомогою розгорнутих картин пригостання, письменник виражає власне неопосередковане ставлення до персонажів, показує їхню обізнаність із названими процесами, формами здобування та приготування їжі з урахуванням традицій та особистих смаків і пріоритетів.

Страви та продукти харчування стають також допоміжним матеріалом для портретотворення колоритних образів химерної прози, увиразнюючи їхні почуття, настрої, ставлення не тільки один до одного, але й до себе, а також дозволяють прочитати приховані думки. Письменник проводить паралелі між яскравими картинками споживання страв та відтворенням зовнішнього та внутрішнього зображення, розкриттям емоційного стану персонажів. Відзначає також важливість їжі в духовній культурі українців, її використанні в різних обрядах та ритуалах як вагомому складника.

Через колоритні назви готових страв української кухні, відтворені автором через численні описи, вдало подражуються смакові рецептори читачів. Письменник професійно підбирає меню з урахуванням поживності продуктів та правил їх поєднання. Осібно виділяє святкову функцію страв, передаючи їх через гостинність та розкіш накритого столу. «Кулінарний гумор», широке використання прислів'їв та приказок у тексті втілюють у собі узагальнення свідомості українців, допомагають розкрити національний менталітет.

Ключові слова: кухня, смак, запах, рецепт, харчі, традиція, колорит.

Постановка проблеми. Одна з особливостей химерної прози – це посилена увага до українського побуту, звичаїв та традицій. Важливим аспектом дослідження виступає також і їжа, яка все активніше набуває популярності. С. Ковпик зазначає: «Сучасні українські письменники активно залучають у художню структуру тексту весь діапазон культурної символіки нації, матеріальним носієм якої є їжа» [1, с. 136]. Ї

думку підтримує і Д. Зайцева: «Тема їжі в українській літературі набирає обертів... Цим творці привертають нашу увагу до національної кухні України й демонструють наскільки вона різноманітна, а ще це заставляє задуматись над тим, щоб то його смачного і нового приготувати» [2, с. 165]. Моду на цю тему С. Філоненко пояснює «формуванням масової літератури та поступовим заповненням усіх її без винятку ніш – від дамського роману й бойовика до non-fiction» [3, с. 142].

Щоправда, слово «їжа» останнім часом активно замінюють терміном «густатив». Але, на нашу думку, говорячи про химерну прозу доцільніше все ж

такі вживати означене слово.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Продукти харчування та страви, виготовлені з них, описані у творах українських письменників, неодноразово ставали предметом вивчення багатьох науковців [1]; [3]; [4].

Але поза увагою науковців залишився твір Є. Гуцала «Позичений чоловік». Так, здебільшого предметом вивчення у творі виступали фразеологізми на позначення їжі, зокрема, у працях А. Терентій, Н. Куш та О. Попової [5], Т. Беценко [6].

Мета статті. Дослідити особливості відтворення їжі як складника художнього простору химерного роману Є. Гуцала «Позичений чоловік».

Виклад основного матеріалу. Вагомою складовою тексту твору є культура виготовлення, подачі та споживання їжі, яка постає однією з характеристик національного менталітету. Через їжу автор, у першу чергу, передає характеристику героїв. Так А. Терентій, Н. Куш та О. Попова вказують, що для опису характеристики Хоми Є. Гуцало використовує фразеологізми «аж за вухами лящить» у значенні «жадібно, з великим апетитом; швидко» та «став ти мені хрином у носі, став мені сіллю в оці!» в значенні «бути неприємним, завдавати прикрощів кому-небудь; заважати комусь або драгувати когось» [5, с. 66].

Т. Беценко констатує, що для того, щоб досягти бажаної незвичності та химерності оповіді в реченні «Я не чревоугодник, як нема чого на зуб покласти – можу й ризику перехопити, краплиною закропитись», письменник вдається до нагромадження синонімічних фразеологічних засобів із загальним значенням «їсти» [6, с. 483]. Жінку ж саму по собі розглядає як тісто (певний матеріал, призначений для подальшого використання; печене, варене – авт.) і як продукт споживання, що може вийти з цього матеріалу (сировини – авт.): «Слухай, Мартохо,

мені й справді подеколи здається, що жінки зовсім із іншого тіста, ніж чоловіки... Кожна жінка на смак інша, є такі, наче з житнього борошна замішані та спечені, є такі, наче з пшеничного борошна цюгорічного помолу, об ту, дивися, можеш зуби поламати, наче об цвілого сухаря, знайденого у смітті під лавкою, а та, поглянь, схожа на пухенький млинець, на який не пошкодували вершків, яєць та масла, і той млинець щойно з пательні, пахтить, здригається, рум'яний, – слина сама в роті починає текти, ковтаєш, облизуєшся. А ти, Мартохо, колись нагадувала мені паляничку, яка добре підійшла на черені, аж світяться червонястими відблисками, пучка сама тягнеться до такої палянички, щоб ущипнути крихту і мерщій кинути на зуби. Тепер, звичайно, кудитоб і проти тієї палянички, якою ти раніше пробуджувала мій молодий голод, тепер, уже пучка хіба ж так тягнеться до тебе, щоб ущипнути крихту і покласти на зуб...» [6, с. 483].

Із свого боку додамо, що автор для увиразнення кожної зі своїх героїнь, змалювання різних типів жінок акцентує увагу на розмаїтому матеріалі, який потрібен для її «виготовлення»: «житне борошно, пшеничне борошно цюгорічного помолу, вершки, яйця, масло». Особливий спосіб приготування: «замішані та спечені». Якість виробу: «цвілий, пухенький». Запах: «пахтить». Колір: «світяться червонястими відблисками». Температура виробу: «щойно з пательні». Та кінцевий продукт: «сухар, млинець чи паляничка».

У Х розділі роману, який має назву «Живемо, щоб їсти, а їмо, щоб жити», письменник, описуючи сцену зустрічі Хоми з Одаркою, вказує на особливості сервірування столу: «застеленому полотняною гаптованою скатертиною» [7, с. 39]. А в XV – вказує на традиції прийому гостей: «прагнула посадити мене на чільному місці, на покуті – під родинним портретом у рушниках, а то й під образами» [7, с. 70]. Акцентує увагу на посуді, в якому подаються певні страви: «пригостила молоком із алюмінієвого кухля» [7, с. 34]; «Куряча смаження з макітри... На великій... пательні... смажених... грибів; ... порцелянова таріль, на якій... кільце домашньої ковбаси... У полив'яному полумиску... редиска, з другого полумиска ... цибуля, з третього... кулачки часнику...» [7, с. 39]. Чи простий перелік найбільш вживаного посуду: «дерев'яна й алюмінієва ложки... миска, полумисок, чашка, склянка, виделка, ніж» [7, с. 264]; «кухлі... келишки... наперстки» [7, с. 353]. Іноді автор вказує і на його температуру: «гарячих пательнях та розпечених деках» [7, с. 353]. А розміри посуду вказують не тільки на щедрість господаріні, але й увагу, яка приділялася окремим продуктам та смакові переваги господарів. Це стосується й розмірів їжі: «Пшеничний білий хліб так тонко покрано, що, здавалося, зараз дмухнеш – і скибки полетять по хаті, мов гусяче пір'я... кільце домашньої ковбаси, наче то десяток товстих гадюк згорнулось до купи на зиму» [7, с. 39]. Не забув письменник і про спеції. Найпопулярнішими є цибуля, часник, кріп, петрушка, сельдерей. А також спосіб їхньої подачі: «обчищена цибуля... пахло кропом, петрушкою, сельдереем, – і все це було полито молоденькою сметаною» [7, с. 39].

А фраза Дармограїхи: «Живемо, щоб їсти, а їмо, щоб жити. Чим краще їсиш – тим краще живеш, але ж бозатям, Хомо, що чим краще живеш – тим краще їсиш!» [7, с. 9], стає способом висловлення її життєвого кредо та найближчих планів. Цікаво, що і всі свої проблеми вона вирішує за допомогою їжі, бо: «... могорич може відкрити браму і до раю, і до пекла» [7, с. 98].

Парадоксально, але за рахунок їжі вона заробляє і на «шматок хліба»: «Вона зранку наричувала повний кіш усякого добра – сметани, сиру, масла, молока, цибулі, петрушки, кропу... і все те перла... до районного базару» [7, с. 58].

Є. Гуцало детально описує поминки колгоспного бухгалтера Петра Зосимовича Варави. Він вказує на кількість їжі: «було зарізано кілька півнів галаганів, а також був підданий закланню кабанчик» [7, с. 139]. Місце трапези: «Поминали в тій самій кімнаті й за тим самим столом, де ще недавно стояв із небіжчиком гроб» [7, с. 140]. Передає запах страв: «Пахло... тушкованою капустою, курячою печеною і пороссячими драглями» [7, с. 140]. Вказує на почерговість ідців: «Гробарі... кінчали трапезувати» [7, с. 140].

Звертає увагу читача в романі також і на особливості обслуговування у буфетах часів СРСР: «дала Настя нам хліба – такого, що заєць за шкуру сховався б» [7, с. 126]. За допомогою порівняння читач розуміє який цей хліб не тільки на смак, але і на зовнішній вигляд та колір. Про смак іншої страви він говорить вже прямо, хоча не втримується від порівняння й тут: «І борщу – такого поганого, аж наче туман із моря покотився» [7, с. 126].

Описуючи ярмарок, увага письменника прикута і до продуктів харчування, які вже готові до вжитку відразу, так і до тих, які потребують термічної обробки: «хто що продає: той петрушку чи цибулю... сиром чи курячими потрухами» [7, с. 98]; «сметани... масла, молока... кропу» [7, с. 58].

Чільне місце відводиться алкогольним напоєм: «Та вінцем столу, либонь, було кілька пляшок оковитої, що стояли, мов учні з ремісничого училища, плече в плече, і в їхніх білих голівках вгадувалась якась одчайдушна зухвалість і виклик!» [7, с. 39]. Та їхній якості: «горілка така міцна, що від неї – тільки від її духу – можна було захмеліти на другому кутку Яблунівки» [7, с. 220]. Представляє Є. Гуцало й різні види алкогольних напоїв: «Пити брагу – то п'ю брагу, полоскати горло вишнівкою – то вишнівкою, чамріти від сивухи – чамрію від сивухи» [7, с. 38–39]; «буряківці чи малясівці, вишнівці чи сливовиці, пиву чи зубрівці?» [7, с. 81].

Спостерігаємо і особливості «компонування» закуски до чарки: «маслюк... засмажити на сковороді» [7, с. 9]; «кухля пива, спожитого під варені в багатьох спеціях раки» [7, с. 138]; «заїдали помідорами й загризали цибулею» [7, с. 203]. І звичайно ж, застольних тостів: «Чарочко-коток, котися в роток!.. – випиймо по другій, щоб на одній йоржа з хвоста» [7, с. 122]; «Перша чарка горілки сама пішла, друга слідом за нею побігла, мов дурний топиться, а вже третя за першою та другою подалась, ще й навприсядки танцювала» [7, с. 39]. Автор спостерігає і надмірне захоплення українців «оковитою»: «мене... горілка ридила, горілка хрестила, вона мене і в гроб ужене!» [7, с. 43].

Т. Сірочук упевнена в тому, що детальні описи страв у творах літератури вказують не лише на обізнаність автора з умовами буття зображуваних персонажів і страв, а й на особливу рису митця – на ступінь його гурманства [4, с. 23]. Описи деяких страв у творі дійсно варто порівнювати з витворами «мистецтва», настільки філігранно й всебічно автор зумів поєднати подачу їжі, її зовнішній вигляд та смакові якості: «на... тарелі лежали свіжі пелюстки шинки – вони аж промінились, аж іскрились, і здається, що в кожному пелюстину такої блискучої шинки можна було б дивитись, як у дзеркало, й бачити кожен зморшку на своєму обличчі» [7, с. 39].

Автор майстерно за допомогою продуктів передає і вік героїв: «як був хлопчиком, то нагадував молодесенький грибок маслочки... Як підріс. То став чималим грибом маслоком... Тепер я ще нівроку грибок маслюк, не струхлявів зовсім, не поточила черва ні мого брилика, ні мою ніжку» [7, с. 9].

Акцентує письменник увагу і на насиченості або відсутності належних смаків: «прісна, як борщ без солі» [7, с. 9]. Цим самим він підкреслює міру майстерності господині: «не наварить борщу такого – аж туман із моря покотиться» [7, с. 293]. Та (або) її ставлення до гостей: «Пригостила напоями та найдками, від яких, либонь, і мрець не відмовився б, наклався б по саму зав'язку всмак...» [7, с. 39]. Талант митця дозволяє показати його особисте захоплення певними стравами. Найчастіше він передає свої уподобання через запахи: «Куряча смажена... пахла так знадливо, що, либонь, було чути на сусідському кутку псам, які завивали й гавкали» [7, с. 39]. Та на основі візуальної привабливості: «синіми лобиками-гузенцями світилась редиска» [7, с. 39]. А також вказує на різницю у смаках, бо й «братове не іднали»: «Одному кортить ріпи, другому гороху, а третьому хрону... Одному... цукру кус... другому верзеться ні сире, ні підпечене, а третьому не мариться ані юшка, ані петрушка. Одному подавай узвар...кутю... другому байдуже паска, аби пороса... якщо й хрін – то все б ложкою» [7, с. 209].

Позначаючи спосіб вживання страв окремими персонажами, автор показує, зокрема, жадібність до їжі: «ім, як дурень на весіллі» [7, с. 40]; «так теребив зубами ковбасу, так напивався, що мало зі своєї шкури не вилазив» [7, с. 42]; «Я накинуся на їжу» [7, с. 283]; «закуску він молотив, як молотарка снопи молотить» [7, с. 221]. Розглядає також і різні стани насиченості персонажів їжею: «Та й не їм багато. Буває, поїм, як бик, перепадусь, як смик, а голодний, як собака» [7, с. 42]. Алкогольними напоями: «Я ж не щодня п'ю, Одарко, а скільки води не пий – п'яним не будеш» [7, с. 42]. Їжею й алкоголем одночасно: «А тіло ж моє, яке сьогодні прийняло в себе стільки горілки та харчу, так обважніло, мов дубова колода стало, а тому-то й не встигло за ногами» [7, с. 46].

Одночасно з цим, за спостереженням митця, конкретна страва вимагає й певного способу вживання: «квашений кавун з'їм... підпенька злигаю» [7, с. 38]; «лигаю шинку» [7, с. 41]; «теребив зубами ковбасу» [7, с. 42]; «кусаючи житній хліб» [7, с. 49]; «закропися молоком» [7, с. 283]; «наминаючи хліб із салом» [7, с. 247]. У творі також вказуються й способи обробки продуктів: «і варене, й печене, й смажене, й квашене, й солоне, й малосольне, й мариноване, й тушковане, й консервоване» [7, с. 351]; «парити» [7, с. 221].

Є. Гуцало знайомить читача з можливим «меню» вечері: «і не дурним салом без хліба, і не найкращою птицею ковбасою... і не борщем, який усьому голова, а пахучою курячою печенкою зі смаженими білими грибочками» [7, с. 39] та сніданку: «в одного з рота було видно кістку від курячого стегенця, в другого вареник із капустою, в третього велику, завбільшки з кулак, пшеничну галушку» [7, с. 282]. Та особливостями приготування борщу в даному регіоні: «затовчений старим салом та часником» [7, с. 354].

Автор протиставляє й особливість ставлення жінки та чоловіка до процесу їжі: «Краще полин їсти, ніж із нелюбом за стіл сісти!» [7, с. 94]; «Дармограїха з кожною випитою чаркою ставала все вродливішою, все звабливішою» [7, с. 41]. У творі підкреслюється й національна риса – тримати їжу про

запас. Автор подає перелік «стандартного» набору: «А ми хліб про запас тримаємо... Пшоно чи крупу, борошно гречане, сіль» [7, с. 106]; «пляшку сивенького самограю, хліб і шматок сала» [7, с. 245]. А ще «меню» традиційного перекусу: «пляшку молока, шматок сала та окрасць хліба» [7, с. 283].

Письменник не подає розгорнутих рецептів приготування конкретних страв. Це може бути лише певний перелік продуктів, за якими читач здогадується, про яку страву йдеться. Або ж вказує лише на частину технологічного процесу: «сметану збирати, сир віддушувати і вареники варити!» [7, с. 326]. Важливою для описання страв у розумінні автора є і кольорова гама: «... на столі червонів полумисок із помідорами, білили головки очищеної цибулі, воском саяв накрайний хліб і заломлювала сонячне проміння надпита сулія горілки» [7, с. 200].

Не забуває Є. Гуцало наголосити і на правилах поведінки за столом та пов'язані з цим забобони: «Молодець, Хомо, не їси в шапці, бо знаєш, що твоя жінка матиме дурного чоловіка» [7, с. 313]. Та особливості гостинності: «Ой, не хвалю я тих хазяїв, що пригощають гостей так, наче пса макогоном. Чи тих, що запросять у гості, а посадять на покуті знадвору. Або тих, що милості просять на своїх харчах» [7, с. 40]. Їжа виступає головним компонентом і для портретописання персонажів: «Усмішечка здавалася схожою на пшеничний марципан, зготовлений, скажімо, не на мелясі чи воді, а на липовому медку, на вершках та курячих жовтках» [7, с. 226–227]; «...усмішка розкошувала на її обличчі, як вареник у маслі...» [7, с. 60]; «твої груди – це пшеничні бухани, які на лопаті ніколи не були» [7, с. 316]; «мав кров бурякову і душу часникову» [7, с. 245]. А також певних станів: «Говорить Одарка – як медом мастить, що не слово – то медяник» [7, с. 60]; «Мліла... Мартоха, як мліє грудочка коров'ячого масла на розпеченій пательні» [7, с. 316]; «Я така, як хліб, м'яка» [7, с. 257]; «Та куди їм до галушок, коли вони юшки не вкусять» [7, с. 260]; «така покірна, що сметана на голові встоялася б» [7, с. 267]; «все реготала, наче смішної лемішки об'їлася» [7, с. 301]; молодичка «яка не заспить грушок у попелі, яка має вдачу не з перцем» [7, с. 357]; «губи її гречаним медом змащені, так і хочеться скуштувати» [7, с. 358]; «не нашого поля ягода» [7, с. 360]; «безхарактерний, ні риба ні м'ясо» [7, с. 361].

Завдяки їжі через кулінарний талант розкривається вдача героя, його вміння володіти ситуацією: «наварив юшки без петрушки» [7, с. 156]; «Хомо розхвалював ваше вміння варити, смажити, парити, солити й квасити. Знаєте, Мартохо, ваші пундики з маком снились мені по ночах, а що вже було сказано про ваші вареники з вишнями та з сиром!» [7, с. 221]. Чимало уваги автор приділяє дослідженню ступеню й міри вживання їжі: «Завжди їм та п'ю не з ненажерливості великої, а з ненаситної любові до напоїв та найдків... я не з тих, що наїдаються, як дурний на обіді, що наїдаються – ще й за пазуху набирають, що наїдаються так – аж під лавку можеш їх котити» [7, с. 314]. Почасти вона виступає як характеристикою героя: «Він... із отих у нашій Яблунівці (Невечеря), що і з миски не наїється, і з полумиска не налижеться» [7, с. 55]. Так і самохарактеристикою: «Хомо, я не з тих, що вип'ють і з'їдять за трьох дурних та за себе четвертого» [7, с. 53]. За допомогою їжі передаються й різні стани здоров'я: «І живіт мій годен перетравити не тільки галушки чи лемішку, а й залізні локшини, а й вареники

з глини й тирси» [7, с. 38] або «Поганому животу й пироги болять» [7, с. 71]. Та психологічний настрій: «Може, мухоморів смажених об'ївса, може, блекоти вареної за обидві щоки напхав» [7, с. 122].

Дослідження того, що споживає персонаж, оприявляє особливості його індивідуального харчування: «не відмовиться від курячої смажені і пляшки малясівки чи бурячихи...» [7, с. 41]. Смаки виявляються досить різноманітними, що підкреслюють багатоманітність української кухні: «...моя шкура завжди роздимається і живіт розсідається, коли очі бачать курячі потрошки чи гусячі пупки й печінки!» [7, с. 80]; «А той мало не в рабстві в борщу і товчеників, каші та січеників, тушкованої капусти, киселю та вареників!» [7, с. 81].

Матеріальна забезпеченість персонажів підкреслюється описом страв, якими вони живляться: «перець, начинений м'ясом, а ще свинячі січеники, солоні баклажани, мало-солоні огірочки, терта на тертушці редька і синій, мов весняна фіалка, хрін...» [7, с. 220]. Письменник підсумовує: «Хто добре робить – той добре їсть, то ледарі та каліки не їдять, лиш дивляться» [7, с. 71]. Вражає і різноманітність щоденних страв: «Прищепи любив їсти пшеничні галушки, локшину в молоці, а також гречану кашу, засмачену свинячими шкварками» [7, с. 264]. Їжа виступає й перевіркою на дружність та відданість: «ділилися цвілим сухарем» [7, с. 233].

Висновки і перспективи подальших досліджень. У романі «Позичений чоловік» простежуємо глибоку обізнаність та повагу письменника до вишуканості та неповторного колориту страв української кухні, щедрості та гостинності нашого народу. Ці описи в поєднанні з колоритним авторським гумором, а почасти й сатирою, дотепними фольклорними вставками, дозволяють із упевненістю зараховувати Є. Гуцала до низки неперевершених письменників-етнографів.

Письменник зумів представити життя своїх персонажів за допомогою їжі від народження й до «поминального обіду» в найтиповіших для українців продуктах, стравах і смаках: «Життя – не медова ріка в кисільних берегах, і ти по цій ріці не пливеш у макітрі з варениками, чи в сулії з самогравом, чи в бочці з огірчанним розсоллом» [7, с. 324].

Література:

1. Ковпик С.І. Поетика густативів (на матеріалах творів української прози XIX ст.): монографія. Кривий Ріг, 2014. 179 с.
2. Зайцева Д. Густативні образи в дитячій прозі (на матеріалі творів Тараса і Мар'яни Прохаськів). *Студентські наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Гуманітарні науки» / [укл. К.І. Якуніна]. Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2020. Вип. 11. С. 165–173.

3. Філоненко С. Література плюс кулінарія: формування нового жанру масового письменства. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету*. 2014. № 1. С. 141–151.
4. Сірочук Т. Творчість у їжі та прозі, або Гійом Аполлінер Гурман. *Актуальні проблеми слов'янської філології: міжвуз. зб. наук. ст.* Вип. XXVI. Ч. 4. Бердянськ : БДПУ, 2012. С. 146–156.
5. Терентій А.С., Куш Н.В., Попова О.А. Структурно-семантичні особливості фразеологізмів у романі Є. Гуцала «Позичений чоловік». *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. Т. 32 (71) № 5. Ч. 1. 2021. С. 64–69.
6. Беценко Т. Стилістичне використання фразеологізмів у химерному романі Є. Гуцала «Позичений чоловік». URL: <https://czasopisma.uni.opole.pl/index.php/s/article/view/4179>
7. Гуцало Є.П. Позичений чоловік : роман. Київ: Знання, 2019. 384 с.

Tenditna N., Lysenko N. Peculiarities of the depiction of food in Ye. Hutsal's whimsical novel «The Borrowed Man»

Summary. The article describes features related to Ye. Hutsal's idea of the nutrition of the Ukrainian nation, his attitude to certain products, recipes and culinary secrets. A special place is occupied by ways of reproducing taste and aroma sensations from dishes, which reveal the author's system of knowledge about the life and everyday life of the Ukrainian people. The subject of the study was both specific products and dishes, as well as the technology of their preparation, places and conditions of eating, storage, methods of serving and consumption, temperature and taste characteristics. With the help of elaborate pictures of treats, the writer expresses his own unmediated attitude to the characters, shows their awareness of the named processes, forms of obtaining and preparing food, taking into account traditions and personal tastes and priorities. Dishes and food products also become auxiliary material for portrait creation of colorful images of whimsical prose, expressing their feelings, mood, attitude not only to each other, but also to themselves, and also allow you to read hidden thoughts. The writer draws parallels between the bright pictures of food consumption and the reproduction of external and internal images, revealing the emotional state of the characters. He also notes the importance of food in the spiritual culture of Ukrainians, its use in various rites and rituals as an important component. Through colorful names of prepared dishes of Ukrainian cuisine, reproduced by the author through numerous descriptions, readers' taste buds are successfully teased. The writer professionally selects the menu, taking into account the nutritional value of the products and the rules of their combination. Specially highlights the festive function of dishes, conveying them through the hospitality and luxury of the laid table. «Culinary humor», the wide use of proverbs and sayings in the text embody the generalization of the consciousness of Ukrainians, help to reveal the national mentality.

Key words: cuisine, taste, smell, recipe, food, tradition, color.

Черінко С. І.,
завідувач навчально-науковою лабораторією
інноваційних технологій управління
кафедри технологій управління
Навчально-наукового інституту неперервної освіти
Національного авіаційного університету

ЕСТЕТИЧНИЙ ФЕНОМЕН ПОЕЗІЇ КАЗИМЕЖА ТЕТМАЄРА У ПОГЛЯДАХ М. ДРАЙ-ХМАРИ-ЛІТЕРАТУРОЗНАВЦЯ

Анотація. Стаття присвячена розкриттю особливостей літературно-критичного мислення у оцінці естетичного феномену поезії польського письменника Казимежа Тетмаєра. До літературознавчого аналізу залучено працю «Творчий шлях Казимежа Тетмаєра». Надано оцінку дослідженню М. Драй-Хмари, у якому творчість К. Тетмаєра він розглядає в континуумі еволюції польської та західноєвропейської літератури, літературної критики. Розвідка містить генетико-психологічний аналіз творчих пошуків К. Тетмаєра, характеристику особливостей індивідуальної естетики його поезії й прози, простежується варіативність та еволюція мотивів, жанрові особливості. У дослідженні літературознавець зазначив, що у семантико-настрійовому потоці лірики К. Тетмаєра з її калейдоскопічними відтінками варто виділити три головних мотиви: кохання, песимізм, природа, які розглянуті крізь призму поетової душі.

Критик підкреслив особливе ставлення поета до природи, що є одним із головних мотивів його творчості, супроводжує його мінливі настрої, особливо у пейзажній ліриці. М. Драй-Хмара відзначає наскрізну головну думку поезії К. Тетмаєра: тільки в єднанні з природою можна досягнути гармонії душі. На думку митця, польський поет є «світовим талантом», навіть «королем поетів», зважаючи на багатство ритмів, широку жанрову шкалу, оригінальність образів.

У статті узагальнено, що літературно-критична спадщина М. Драй-Хмари свідчить: дослідник був одним із перших, хто звернув увагу на потребу поглиблення наукового й творчого діалогу зі слов'янськими й світовими культурами, проектував шляхи їх взаємодії. Крім того, зазначено, що стаття про К. Тетмаєра містить ґрунтовний аналіз ідейно-естетичного підґрунтя творчості, штрихи до біографії, перелік головних творів. Критик зумів охопити головне, а літературний портрет польського письменника написаний не тільки з науково-критичних позицій вченого, а й перейнятий чуттям любові до майстра, близького за духом, чуттям захоплення мистецьким генієм К. Тетмаєра.

Ключові слова: літературознавство, літературно-критичне мислення, М. Драй-Хмара, К. Тетмаєр, літературна критика, поетика.

Постановка проблеми. У науковому світі М. Драй-Хмара як славіст і педагог, людина високої культури й ерудиції був уже замолоду відомий. Як літературознавець він зростав на працях Л. Білецького, І. Бодуена-де-Куртене, М. Грушевського, А. Кримського, В. Перетца, О. Шахматова, І. Огієнка. Він був глибоко обізнаний із світовою культурою, розумів і проектував шляхи взаємодії з нею української культури, зокрема через славістику й художню літературу. Його лекції зі слов'янзму, про-

читані у Кам'янець-Подільському університеті, стали основою для підручника «Слов'янознавство», виданого 1920 р., а 1929 р у газеті «Пролетарська правда» (№ 295) вийшла стаття-рецензія «Проблеми сучасної славістики» (з приводу статті Р. Якобсона «Über die heutigen Voraussetzungen der russischen Slavistik»), в якій ґрунтовно розкрито авторське бачення стану й шляхів розвитку славістики в Україні, підкреслено нагальну потребу її інтенсифікації.

Літературознавець М. Драй-Хмара вважав, що «існує велика потреба ширше охопити слов'янський світ, вивчати мови, літератури, етнографію та історію не тільки з генетичного, але й з функціонального погляду» [1, с. 298]. Актуальними для сьогодення є думки про згуртування наукових сил для праці на слов'янській ниві, систематичне видавання перекладної белетристики, налагодження щільного зв'язку української науки й літератури з культурою західних слов'ян, загалом ширше охоплення слов'янського світу. Особливим було ставлення вченого й митця до польської культури, у середовищі якої одним із найкращих він вважав К. Тетмаєра і присвятив йому ґрунтовну розвідку «Творчий шлях Казимежа Тетмаєра». Працю уперше надруковано як вступну статтю до збірки вибраних поезій К. Тетмаєра в українських перекладах «На скелях Підгір'ю», виданої 1930 р. у видавництві «Книгоспілка».

Аналіз останніх публікацій. Першими найактивнішими дослідниками творчої спадщини М. Драй-Хмари були діаспорні науковці О. Ашер, В. Лев, Є. Федоренко, І. Качуровський, Л. Рудницький, П. Одарченко та ін. Переважна більшість сучасних дослідників звертається до зображення трагічних сторінок долі М. Драй-Хмари (П. Василевський, І. Дзюба, І. Заславський, І. Іов, В. Брюховецький, І. Бурлакова, М. Жулинський, Я. Козачок, В. Поліщук, М. Слабошпицький, А. Трембіцький, В. Чорній), а також ролі цієї непересічної особистості в аспектах національної ідентичності при розбудові української культури (Л. Баженов, В. Мацько, С. Копилов, Є. Сохачька). Однак ґрунтовного теоретичного дослідження літературно-критичних поглядів М. Драй-Хмари немає, а отже виникає потреба розкриття і характеристики літературознавчої спадщини митця.

Мета статті: охарактеризувати особливості літературно-критичного мислення М. Драй-Хмари-літературознавця у оцінці естетичного феномену поезії польського письменника Казимежа Тетмаєра.

Виклад основного матеріалу дослідження. Опрацювання літературно-критичного дослідження М. Драй-Хмари «Творчий шлях Казимежа Тетмаєра» засвідчує високу філологічну наукову культуру, глибоке знання й розуміння спадщини

К. Тетмаєра, творче її осмислення й талановиту інтерпретацію, широке теоретико-літературне підґрунтя. Поетичну творчість К. Тетмаєра вчений розглядає на тлі еволюції польської та західноєвропейської літератури, літературної критики. Розвідка містить тонкий генетико-психологічний аналіз творчих пошуків К. Тетмаєра, індивідуальної естетики його поезії й прози, простежує варіативність та еволюцію мотивів, жанрові особливості. Митець вважає К. Тетмаєра одним із найталановитіших європейських поетів кінця XIX – початку XX ст., очільника польських ліриків, видатного співця любовних настроїв.

Структура статті – витончена, чітка й прозора, логічно витримана. Всі одинадцять розділів сприяють розкриттю певної сторінки багатогранного поетичного розмаїття творів К. Тетмаєра, які проаналізовані критиком із витонченим розумінням почуттів, настроїв поета, його шукань, знахідок, помилок і розчарувань. Аналіз творчих здобутків митця постає на тлі складної взаємодії різних ідеологій, зв'язків і протистоянь естетичних течій і напрямів, відзначене власним розумінням психології митця та його естетичної концепції. Огляд творчості К. Тетмаєра здійснено з урахуванням її головних формально-естетичних ознак та широкою жанровою шкали.

Стаття є своєрідною передмовою до збірки творів К. Тетмаєра. Митець коротко характеризує тогочасне ідейно-естетичне тло, подає штрихи до біографії, перелік головних творів, здійснює їх аналіз. Водночас можна говорити, що це є і за змістом і характером – ґрунтовне наукове монографічне дослідження творчості К. Тетмаєра. Критик зумів охопити головне й стисло подати в повному обсязі. Творчий портрет митця написаний не тільки з адекватно талановитих естетичних позицій критика, а й перейнятий чуттям любові до мистецького генія К. Тетмаєра.

Оцінка життєвого шляху і поля духовних злетів та борін поета й прозаїка подана з позиції ґрунтового рецептивного джерельного аналізу у всеєвропейському континуумі, також простежено творчу еволюцію К. Тетмаєра, проаналізовано мотиви та підкреслено оригінальність естетики митця. І хоч критик приписові декларує, що «шляхетська генеалогія К. Тетмаєра нас не цікавить» [2, с. 263], однак саме крізь призму психології аристократа аналізує характер поетичного мислення та естетичні стратегії польського письменника.

Художньо-мистецький портрет К. Тетмаєра у праці М. Драй-Хмари змальований на тлі літературної дискусії між представниками «Młodej Polski» як новітньої течії, як групувалася навколо «Zusia», відкритого для всіх прогресивних європейських митців. Літературознавець підкреслює виняткове для тієї доби значення часопису з його програмами індивідуальності, «відкритої душі», притомності разом із всеєвропейськими взаємозв'язками. Симпатію М. Драй-Хмари виявляє його оцінка протилежної течії, утилітаризму і виражена думкою про те, що її представники-критики «дивилися на літературу, як куховарка на город» [2, с. 260]. К. Тетмаєр, на думку вченого, є найяскравішим представником новітньої прогресивної течії.

Ґрунтовну обізнаність із загальноєвропейським історико-ідеологічним та теоретико-естетичним простором засвідчує перелік учасників дискусії, як і аналіз різновекторних критичних досліджень про К. Тетмаєра. Митець розкриває різнополярні за характером думки про творчість К. Тетмаєра, оригінальний талант якого привернув широку увагу критиків та відомих митців, а індивідуальність, свобода від впливів

інспірувала бажання зрозуміти його й оцінити в світлі власних сугестій та реценсій. Чимало дослідників називали і характеризували творчість польського поета. Так, «королем польського модернізму» називав К. Тетмаєра В. Фельдман, А. Брюкнер – «виразником душі декадентської генерації», для С. Дембіцького це був «останній великий поет польського трагізму» (С. Дембіцький), «індивідуаліст (Я. Лорентович), «ідеаліст» (Леся Українка), «спутаний орел» (С. Жулавський), «заплаканий кентавр» (В. Вольський), для декого він був песиміст, співець еротизму, а для загалу – однозначно – «талант, світовий поет». М. Драй-Хмара, аналізуючи його творчість, водночас і вивчає характеристики поета іншими дослідниками, тлумачить розбіжності з вимушено заангажованої позиції, пояснюючи їх «відсутністю певного світогляду поета». Відсутністю зв'язку з суспільними інтересами «широких трудящих мас». Він бачить у творчості К. Тетмаєра суб'єктивізм, без догматизму, уявну нездатність до творчої синтези. «Тільки відсутністю громадського ідеалу можна пояснити ті хитання без кінця й без краю, в яких заплутався Тетмаєр, що ніколи не міг стати вище власного «я» [2, с. 265]. У душі тогочасної ідеології М. Драй-Хмара називає бездогматизм аморальним міщанським індивідуалізмом, «що, як відомо», ніколи не мав під собою ніякого ґрунту» [2, с. 265]. Однак у цьому ряду ж висловлює більш тонке й точне об'єктивне означення: «Тетмаєр усім еством своїм належав до тієї польської генерації, що вмiла тільки мріяти, але зовсім не вмiла жити» [2, с. 265].

М. Драй-Хмара, простежуючи генезу творчості К. Тетмаєра, слушно підсумовує, що «він постав на руїнах розбитих надій романтичної молодості польської літератури, в добу утвердження позитивізму. Одверто служити вільному мистецтву не наважувався ніхто», «тоді вперше забриніла Тетмаєрова пісня, що не визнавала жодних гасел, крім, краси. Від доби великих романтиків не чути було в польській літературі такої пісні. Разом з Асником і Конопницькою Тетмаєр повернув польській поезії її колишній маєстат» [2, с. 262].

Саме це твердження демонстрував не тільки справжній оцінки критиком творчості талановитого поета, а й захоплення його генієм, яке змушений був приховати М. Драй-Хмара задля того, щоб стаття була надрукована, а Україна познайомилася з великим польським поетом.

Помітний дуалізм аналізу, ідеологічні відступи більше наявні у основних 3 і 4 розділах праці, присвячених огляду поетичного здобутку К. Тетмаєра. Дослідник з'ясовує витoki, еволюцію тем, розмаїття мотивів, настроїв, рух естетичних стратегій. Незважаючи на неоднозначність викладу матеріалу щодо вибору й вияву істинної теоретико-естетичної платформи, яке порушувало цілісну гармонію рецензії та заважало вияву повної духовної єдності ученого з майстром слова, ця духовна спорідненість відчутна, вступає у протиріччя з номенклатурною ідеологічною платформою тогочасної радянської критики. Дослідник не міг ігнорувати радянських критиків: цього вимагав час. Тому й відчутна його орієнтація під час аналізу ранньої творчості К. Тетмаєра на неї. Він зазначає, що в університетських віршах поета «є ще віра в життя й бажання боротися за громадські ідеали... Тетмаєр закликає до боротьби з темрявою й пересудами в ім'я волі, рівності й братерства» [2, с. 264]. Літературознавець вважав, що польський митець виявив себе як борець за громадські ідеали, що ладен змагатися за соціальне та національне визволення свого народу. Проте надалі

у поезії місце суспільних, громадських ідеалів заступають особисті, власні, індивідуальні. Тому як поет під тягарем власних страждань він зникає.

Визнавши у подвійному сенсі уявну ідеологічну еволюцію К. Тетмаєра, критик узагальнює свої роздуми несподіваним пасажем, вочевидь знову для цензури: «У своїй багатій творчості Тетмаєр краще, ніж хто інший, відбив занепад польської думки 90-х років, коли суспільність і наука збанкрутували, коли «варшавський позитивізм» обернувся на бездогматизм, а художник не мав ні ясної мети, ні засобів для своєї творчості» [2, с. 264]. Ці вимушені репліки, пояснення можна сприймати як певного роду прихований «реверанс» тодішній радянській владі на тлі об'єктивного і витонченого багатства наукової думки. Вони зустрічатимуться й надалі у дослідженні, і є свідченням постійного тиску на талант майстра.

Під час аналізу поетичного здобутку проступає щире захоплення М. Драй-Хмари генієм К. Тетмаєра, здатність до сугесії, що єдина здатна забезпечити проникнення в глибину поетичної думки й естетичних відчуттів. Віддавши, таким чином, «кесареве кесареві», М. Драй-Хмара в наступних розділах розгортає тонкий і багатий аналіз творчості К. Тетмаєра, геніального, на його погляд, митця, все рідше демонструючи обережні «поклони» в сторону недремного ока соціалістичної цензури.

На думку М. Драй-Хмари-літературознавця, у семантико-настрєвому потоці лірики К. Тетмаєра з її калейдоскопічними відтінками існує три основних мотиви: кохання, песимізм та природа. Критик розглядає ці мотиви крізь призму поетової душі, тому вони у поезії майстра взаємодіють, і на фоні їх спілкування постає ліричний герой зі спектром переживань, щирими живими почуваннями радості, екстази чи розпачу, смутку й безнадії, врешті песимізму й страждань.

Особливе ставлення до природи, вважає М. Драй-Хмара, поєднане з багатьма оригінальними образами, є одним із головних мотивів його творчості, супроводжує його мінливі настрої.

Побічно М. Драй-Хмара виражає своє захоплення естетикою творів польського митця, яка водночас є і оригінальною, і вишуканою. Критик називає К. Тетмаєра «світовим талантом», навіть «королем поетів», відзначає багатство ритмів, широку жанрову шкалу, оригінальність образів, звертає увагу на найрідкісніші й найскладніші художні форми Тетмаєрової лірики, як і деяку недбалість щодо форм, «яку може дозволити собі тільки великий художник. Проте ідея, ритм, рима, строфічна будова, ефонічні засоби – все це поєднано в Тетмаєра надзвичайно гармонійно... Образи у Тетмаєра п л а с т и ч н і (розр. М. Д.-Х.): звуки, рух, почуття, абстракції – все це набуває у нього живих, яскравих барв. Образ ніколи не ілюструє думки, бо поет мислить образами» [2, с. 271].

Саме пластичність поезії як ознака поетики К. Тетмаєра уособлює у собі особливу, «нечувану» музичність, настроєність, це свідчить і про близькість особистої поезії безпосередньо М. Драй-Хмари. Поцінуючи індивідуальний стиль майстра він зазначив: «Коли зливаються до купи ці два елементи, пластичний і музичний, тоді маємо справжні шедеври» [2, с. 271].

Окрім поетичного набутку польського майстра, у роботі М. Драй-Хмари особну увагу приділено й аналізу прози Казимежа Тетмаєра. До літературознавчого огляду вчений залучив серію оповідань «Na skalnem Podhalu», відзначив і внесок цих творів і вплив на розвиток літературної ситуації як у Польщі, так і в Україні. У характерному критичному стилі М. Драй-

Хмара насамперед кількома штрихами визначає головні позиції того, що зробив у польській культурі прозовим набутком К. Тетмаєр. До аналізу долучив дослідник і огляд дитинства майстра серед підгорян. Він «перший відтворив їхній світ у всій його незайманій свіжості й оригінальності», підійшов ближче до людей, «в душі яких були невичерпні скарби поезії... «Na skalnem Podhalu» – це ціла епопея Підгір'я, де поет спромігся відтворити всі монументальні риси підгорянського життя» [2, с. 272]. Співєць почуттєвого кохання у такі моменти єднання із рідним краєм перетворюється на Гомера величного життя Татрів, «куди завжди, мов ранений орел, одлітав поет, щоб гоїти там свої рани. Вони повертали йому сили, давали змогу летіти далі... він знову відчував у собі міць і натхнення, творив потужні епічні образи, достойні краси татранських гір та їх первісних, гомеричних мешканців» [2, с. 272]. Письменник свою любов до малої батьківщини виявив вражаючими описами рідного краю, відкрив у них ту красу Татрів, якою пишався край до наступу цивілізації, якій не підкорялися мужні татранці, нездатні жити за запропонованим світовим суспільством законами.

Під час аналізу прозового набутку польського письменника М. Драй-Хмара констатує у нього наявність описів своєрідного способу життя горян – це так зване замилування чи споглядання життя, водночас констатує, що це світ тієї стародавньої Польщі, який населяли первісні мешканці, індивідуальні до потоків цивілізації. Саме такі типи К. Тетмаєр змалював з оточення, серед якого він зростав, або частково створив своєю художньою уявою, тим самим прагнув наділити цими рисами ідеального світу, які б хотів бачити у житті сучасної йому держави. У оповіданнях К. Тетмаєра, – зазначає М. Драй-Хмара, – «маємо не теперішніх підгорян, цивілізованих і здеморалізованих від мешканців долин, а колишніх, стародавніх, так би мовити, передісторичних. Інстинкт скерував поета якраз у бік минулого, щоб воскресити у пісні те, що перестало існувати в житті» [2, с. 272]. Дослідник стверджує, що К. Тетмаєр ніби створив у польській літературі нову людську породу: це селяни з верховин, що мають твердий характер, власну волю, гідність й етику. Це можуть бути, на думку, прозаїка, розбійники, мисливці, газди, югаси, що б'ються з ведмедами, вони піддаються пристрастям, інстинктам, в них буває життєва сила дикої первісної природи. Це гірські орли, підсумовує М. Драй-Хмара загальну характеристику літературних типів Тетмаєрових оповідань: це Войтек Хронек, який убивши Валенцака й Касю, п'є, танцює, а далі сам віддає себе в руки жандармів («Як схоплено Войтка Хронца»); це Собусь, який заморозив рідну матір («Материнське серце»). Герой оповідання «Як Юзек Смась їздив сповідатися» їде до священника в новій одежі, пістолем за поясом та в супроводі веселих музик.

Під час аналізу художньої мови творів К. Тетмаєра М. Драй-Хмара зауважив, що письменник в діалогах героїв використовує татранську говірку, яку знав блискуче, відкрив її для Польщі, трактував своє відкриття як річ дуже поважну, незважаючи на критиків та читацький загаль. Також у статті М. Драй-Хмара подає стислий аналіз романів К. Тетмаєра «Ochla», «Panna Mery», «Zatracenie», «Anioła mierci», «Gra fal», «Roman panny Opolskiej z panem Gowniakem», «Król Fndrzej», «Koniec eropei». Водночас уступає у полеміку із польськими критиками про малу вартість окремих із них, зокрема роману «Koniec eropei».

Насамкінець М. Драй-Хмара глибоко науковий літературознавчий аналіз творчості К. Тетмаєра завершує несподіваними для попереднього викладу неоднозначними висновками, у яких, визначаючи особливу роль митця в польській і світовій літературах, водночас критикує його, що він і прихильники чистого мистецтва певною мірою стояли осторонь від соціального життя, не цікавилися ним і не брали з нього матеріалу для творчості, чим гальмували процес класової боротьби й розкладали соціальну психіку. Між рядків прочитується змушена негачія щодо окремих творів, які за своєю ідеологією не мали зв'язку із основними тенденціями радянської літератури. Далі звинувачення стають усе гострішими, М. Драй-Хмара вважав, що прихильники мистецтва для мистецтва врешті-решт опинилися у фашистському таборі, й лише через божевілля уникнув цієї долі К. Тетмаєр.

Традиційні узагальнення до статті про К. Тетмаєра містять ідеологічно заангажовані штампи про наявність у текстах алогізму, примітивізму, примусовості змісту задля змоги опублікувати своє захоплення генієм майстра. Наскільки необхідним було таке закінчення, неможливо та й не треба з'ясовувати. Воно не зменшує ані якості статті, ані почуття його поваги до польського письменника К. Тетмаєра, творчість якого знав досконало критик і познайомив із нею українське культурне суспільство.

Висновки. Оцінка літературно-критичної спадщини М. Драй-Хмари, зокрема його праця «Творчий шлях Казимежа Тетмаєра», дає змогу стверджувати, що дослідник одним із перших літературознавців звернув увагу на потребу поглиблення наукового й творчого діалогу зі слов'янськими й світовими культурами, проектував шляхи їх взаємодії. Стаття про польського поета К. Тетмаєра містить ґрунтовний аналіз тогочасного ідейно-естетичного підґрунтя творчості, штрихи до біографії, перелік головних творів, їх аналіз тощо. Одночасно за змістом і характером це ґрунтовне наукове монографічне дослідження творчості К. Тетмаєра. Критик зумів охопити головне й стисло проаналізувати творчий шлях письменника в повному обсязі. Літературний портрет митця написаний не тільки з науково-критичних позицій вченого, а й перейнятий чуттям любові до майстра, близького за духом, чуттям захоплення мистецьким генієм К. Тетмаєра.

Література:

1. Драй-Хмара М. Проблеми сучасної славістики (З приводу статті Р.Якобсона «Über die heutigen Voraussetzungen der russischen

Slavistik». Драй-Хмара М. *Літературно-наукова спадщина*. К.: Наукова думка, 2002. С. 298–301.

2. Драй-Хмара М. Творчий шлях Казиміра Тетмаєра. Драй-Хмара М. *Літературно-наукова спадщина*. К.: Наукова думка, 2002. С. 260–281.

Cheripko S. The aesthetic phenomenon of Kazimierz Tetmayer's poetry in the views of literary critic M. Dry-Khmara

Summary. The article is devoted to revealing the peculiarities of literary and critical thinking in the assessment of the aesthetic phenomenon of the poetry of the Polish writer Kazimierz Tetmayer. The work «Creative Path of Kazimierz Tetmayer» was included in the literary analysis. The evaluation of M. Dry-Khmara's research is given, in which he examines the work of K. Tetmayer in the continuum of the evolution of Polish and Western European literature, literary criticism. The investigation contains a genetic and psychological analysis of K. Tetmayer's creative pursuits, a description of the features of the individual aesthetics of his poetry and prose, the variability and evolution of motives, genre features are traced. In the study, the literary critic noted that in the semantic-mood flow of K. Tetmayer's lyrics with its kaleidoscopic shades, it is worth highlighting three main motifs: love, pessimism, nature, which are considered through the prism of the poet's soul. The critic emphasized the poet's special attitude to nature, which is one of the main motives of his work, accompanies his changing moods, especially in landscape lyrics. M. Dry-Khmara notes the main idea of K. Tetmayer's poetry through and through: harmony of the soul can be achieved only in union with nature. According to the artist, the Polish poet is a «world talent», even the «king of poets», given the richness of rhythms, a wide range of genres, and the originality of images. The article summarizes that the literary and critical heritage of M. Dry-Khmara testifies: the researcher was one of the first to pay attention to the need to deepen the scientific and creative dialogue with Slavic and world cultures, and designed ways of their interaction. In addition, it is noted that the article about K. Tetmayer contains a thorough analysis of the ideological and aesthetic basis of creativity, touches on the biography, and a list of the main works. The critic managed to capture the main point, and the literary portrait of the Polish writer is written not only from the scientific and critical positions of a scientist, but also imbued with a sense of love for a master who is close in spirit, a sense of admiration for the artistic genius of K. Tetmayer.

Key words: literary studies, literary and critical thinking, M. Dry-Khmara, K. Tetmayer, literary criticism, poetics.

*Черниш А. Є.,**кандидат філологічних наук,**старший викладач кафедри журналістики та філології
Сумського державного університету*

РОМАН С. ПРОЦЮКА «МІСЯЦЮ, МІСЯЦЮ»: ПСИХОАНАЛІТИЧНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ

Анотація. На матеріалі роману С. Процюка «Місяцю, місяцю» з'ясовано коди психоаналізу в образотворенні Григора Тютюнника. Проаналізовано корпус думок, емоцій і почуттів головного персонажа, причини його настроєвих перепадів, важких психічних станів, потяг до самозанурення, самокопирсання і необхідність глибинного інсайтування як способів порозумітися із собою, скоординувати свою життєву позицію із вчинками. Образ Григора Тютюнника змодельовано митцем тонкої душевної організації, з активною життєвою позицією, системою моральних імперативів, розбудованої на засадах справедливості, чесності з собою та світом, щирості, поваги і самоповаги. Важливого психоаналітичного звучання у романі С. Процюка набувають категорії відчаю, порожнечі, самотності, відчуження. Психоаналітичний потенціал твору розбудований на художньому моделюванні ранніх психічних травм, пов'язаних з утратою батька, корпусом складних стосунків із матір'ю, непростому шляху становлення довірливих взаємин зі старшим братом Григорієм Тютюнником. Проаналізовано, що складний, почасти суперечливий, вибуховий психотип митця зумовлений гнітючою атмосферою психофізіологічного формування Григора Тютюнника, на долю якого випали голодомори, війна, тиски і випробування радянської системи. Встановлено, що повсякчасна настороженість, тривога, недовіра – наслідки ранніх дитячих травм і втрат, а також частих конфліктів і непорозумінь з рідними, колегами, політичним режимом. Суттєво употужнює психоаналітичний потенціал роману моделювання дискурсу неврозу, розбудованого на висвітленні хвороб, психосоматичних розладів, алкогольної залежності, зрад, прагнення гідного письменницького визнання, повсякчасного самокопирсання. У статті з'ясовано, що психоаналітичне спрямування твору вагомо детерміноване тиском деструктивного несвідомого, означеного у романі «чимось», «воно», що сформувало нудьгу, порожнечу, страх глуму, сприяло втраплянню персонажа в екзистенційний вакуум і безвихідь. Вагомим психоаналітичним звучанням набуває суїцидальний мотив.

Ключові слова: роман, психоаналіз, невротичний дискурс, образа, травма, асоціація.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Роман С. Процюка «Місяцю, місяцю» присвячений глибоко відданому українському селянству письменнику – Григорові Тютюннику. Опоетизоване у полтавського письменника село гармонійно координувалося з його вродженою перечеуленістю й настороженістю до світу, проступаючи у текстах численними життєвими болями й ранами простого селянина. Напрочуд дивна натура українського митця з його наївністю, простакуватістю, надмірним ентузіазмом, бажанням випові-

сти красу українського села, але разом із тим і часті внутрішні протиріччя, деструктивні риси світовідчуття та дитячі травми знайшли художнє відображення у романі С. Процюка «Місяцю, місяцю» (2022).

Роман С. Процюка «Місяцю, місяцю» – перший великий прозовий біографічний твір, що повномасштабно зображує трагедію життя і творчості Григора Тютюнника, його творчий поступ, світонастановчу систему, непрості стосунки з рідними, друзями, колегами. Як і решта біографічних романів С. Процюка, «Місяцю, місяцю» досить репрезентативно моделює контекст літературної епохи, в якій Григору та Григорію Тютюнникам випало формуватися. Разом із тим художню матрицю біографічного роману вагомо употужнює психоаналітичний потенціал, що загалом засвідчує стильове тяжіння автора до глибинної аналітики, майстерно координуючи засади літературознавства й психоаналізу, напрочуд дієво представлених також й у попередніх романах-біографіях із психоаналітичною домінантою – «Троянда ритуального болю. Роман про Василя Стефаніка», «Маски опадають повільно. Роман про Володимира Винниченка», «Чорне яблуко. Роман про Архипа Тесленка», «Руки і сльози. Роман про Івана Франка».

Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної теми. В українській літературі є чимало віршів про постаті братів Тютюнників і віршів-присвят Григорієві та Григорові Тютюнникам (Астаф'єв О., Баранов В., Драч І., Засенко П., Кирпа Г., Малахута М., Махно В., Низовий І., Стрельбицький М. та ін.), значно менше епічних і ліро-епічних творів про постаті братів Тютюнників (Герасимчук В. «Балада про братів Григора і Григорія Тютюнників», Григорів М. «Щедрість», Роговий Ф. «Повість про Григора», Шевченко А. «Незахищене серце»). Літературознавчому осмисленню постаті Григора Тютюнника присвячені праці В. Дончика, М. Ільницького, Н. Зборовської, Р. Мовчан, О. Неживого, Л. Тарнашинської, М. Слабошпицького та ін.

Біографічний роман про Григора Тютюнника закономірно доповнює матрицю літературних зацікавлень С. Процюка, який, як видається, передусім обирає мистецькі постаті для своїх художньо-літературних опцій з урахуванням особистої близькості, душевної сумісності, за «експресією характеру» (за Р. Мовчан). Художній образ полтавського письменника гармонійно інтегрується у когорту митців, кому пощастило бути наближеними до сучасного українського читача письменницькою майстерністю С. Процюка, – Василя Стефаніка, Володимира Винниченка, Архипа Тесленка, Івана Франка. Роман відповідно до розуміння автора статті основних тенденцій текстотворення біографічної літератури у творчості С. Процюка цілком виправдано можна кваліфікувати психоаналітич-

ним біографічним романом, у якому психоаналітичне центрує внутрішній світ прототипу твору з його вчинками і життєвими подіями. **Мета статті** – виявити та проаналізувати коди психоаналізу у романі С. Процюка «Місяцю, місяцю».

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Із виходом роману про Григора Тютюнника нарешті заповнилася художньо-літературна і навіть літературознавча лакуна в історії української літератури, доповнюючи матрицю тютюнникознавства в Україні. З цього приводу слушною видається думка Л. Тарнашинської, яка зауважувала про те, що «усі літературознавчі розвідки стосуються хіба що характеротворення, системи образів, проте ніхто, по суті, не намагався по-справжньому збагнути драму самого письменника й зрозуміти, яка ж насправді глибинна внутрішня колізія призвела до трагічного завершення його життєвого шляху, що цілком логічно “вписується” в епоху українського шістдесятництва» [1, с. 6]. Художнє конструювання трагедії письменника употужнює психоаналітичну складову роману «Місяцю, місяцю». Прикметно, що С. Процюк не лише психологічно вмотивує образ Григора Тютюнника, а передусім наповнює його психоаналітичними важелями, у край важливими для його психоаналітичного моделювання.

Психоаналітичний модус роману «Місяцю, місяцю» – багатоаспектний, складається з декількох важливих факторів психоаналітичного портретування Григора Тютюнника: його психоемоційних станів, діапазону психоаналітичних категорій (відчай, порожнеча, сумніви, недовіра), екзистенційної складової характеротворення образу митця (прагнення до усамітнення, самотність, вигорання), його залежності й хвороби, вислід дитячих травм, тиск важкозбагненого, символічно означеного автором як «щось» та «воно», корпус деструктивних і танатичних помислів, зрештою, питома психоаналітичні важелі – образи, недолюбленість, туга за батьком, розщеплення особистості. Вагомо психоаналітично центрують твір майстерно вмонтовані елементи суїцидального дискурсу та хитро-сплетена онірика.

Цілком ймовірно, що складний образ Григора Тютюнника, його надривність, непоступливість, загострене відчуття справедливості, часом різкуватість і запальність у романі С. Процюка закорінені у самій природі тютюнникової стильової манери і його прозі, письменницькому тяжінні до латентного бунту, протистоянні і навіть конфліктності. Прикметно, що в архітектоніці твору помітну роль відіграють уривки з автобіографії та окремих творів Григора Тютюнника для художнього конструювання максимально достовірного життєпростору письменника. Як видається, у такий спосіб С. Процюк наближає свого персонажа до реципієнта, демонструючи не лише автобіографічність прози митця, а передусім виказуючи природність його поглядів, особистий психопростір і психостан письменника, що виговорювався у своїй творчості.

За вдаваною самодостатністю і навіть певною зарозумілістю образу Григора Тютюнника у романі – зранена, вразлива, тонкої душевної організації натура. Надмірну гоноровість й удавану негідність В. Райх потрактує психологічною бронєю, що виступає захисною реакцією на негативний або травматичний досвід, численні незгоди та випробування, що на них, як доводить роман, герой реагував досить гостро чи то недовірою, а чи образую, злістю і навіть утечею у самого

себе. Він мав власне мірило людської душі, відчуваючи фальш, удаваність, підступність, часто самовідчужуючись чи усамітнюючись: «Чимало людей вважали його чужим із різних причин. Його велике й щире серце-рентгенце вилувлювало (навіть супроти власної волі, бо не раз уже не хотів знати про нову підлоту чи малодушність, інстинктивно уникав нових розчарувань) усі схованки лицемірства» [2, с. 163]. Перечуленому митцеві, повсякчас настороженому, часом удатному до самокартання, було важко зближатися з людьми, навіть найріднішими.

Психічне становлення Григора Тютюнника випало на складні часи голодоморів, розквіту тоталітарного режиму, ментальної заблокованості України, що виформувало несприятливу атмосферу його випростування. «Хлопчик виростав, оточений очікуванням горя» [2, с. 137], – зауважує С. Процюк у романі, пояснюючи витoki складної і настороженої натури письменника. Відтак, як видно у романі С. Процюка, гнітючі, депресивно-деструктивні, тривожні обставини його раннього дитинства закономірно відбилися на корпусі його світостворення й світоуявлення, вимуштувавши відповідний психотип травмованої і невротичної радянської людини, повсякчас настороженої і наляканої. У таких умовах украй важко зберігати моральність і совісність у думках і вчинках, що, однак, як переконаємося у романі, Григору давалося важкою ціною непростих стосунків із матір'ю, друзями, колегами, загалом із партійними догмами і настановами часу, поступово посилюючи внутрішній бунт та опір. Як і в житті, у романі С. Процюка образ Григора Тютюнника напрочуд емоційний, часом розбалансований і невротичний, вибуховий, представлений одвічним правдошукачем і справедливоборцем.

Архітектоніка роману рясніє доказовими автобіографічними елементами, дбайливо перенесеними С. Процюком із творів Григора Тютюнника і майстерно вбудованими у художню канву твору. Помітно зчитуються «одкровення» полтавського письменника, що загалом координуються зі складним, хоч почасти і суперечливим, образом Григора Тютюнника у романі. Так, скажімо, у щоденникових записях Григора Тютюнника відчувається удатність до самокопирсання та самоаналізу, самосповідальність своєї складної персони: «Сидів і думав: чому мені завжди чогось не вистачає? Хай не для щастя – для душевної рівноваги хоча б» [3, с. 62], «Хоч би день, один день-єдиний день прожити в душевній рівновазі!» [3, с. 63], «І що я в господа за людина!!! Ні в чому немає мені ані міри, ані втіхи – ні в любові, ні в стражданні, ні в захопленні, ні в сумі пекельному. Неприкажаний я» [3, с. 64]». Ці та ряд інших промовистих фактів із щоденникового самоаналізу українського митця виступають достовірними біографемами у розбудові психологічного образу Григора Тютюнника у романі С. Процюка, художньо ограненими корпусом емоцій, почуттів, складних станів, направлених на моделювання його невротичної персони. По-особливому художньо сконструйована естетика моралі, гідності, справедливості, правдивості гармонійно координується з учинками героя за принципом «чесності з собою» (В. Винниченко), що закономірно призвело до появи дискурсу сумнівів, внутрішнього протистояння, самоневдоволення і навіть самобичування, згодом посилившись перепадами настрою і дивакуватою поведінкою, складними стосунками з алкоголем і релігією, зрештою, призвівши до розщеплення, невизначеності, відчаю, порожнечі, неспокою як психоаналітичних кодів характеротворення персонажа. Надмірна

самовимогливість, дбайливо виплекані моральні імперативи, загострене відчуття справедливості помітно дисгармоніювали з часом, у якому Григорові випало реалізуватися, що у свою чергу призвело до формування масок, різних альтер-его персонажа. У романі Григір – дружелюбний і товариський, щирий і природний, широкодушний і простокуватий і тому «багато хто вважає своїм, але вони так думають про одну з твоїх масок» [4, с. 99], але разом із тим він – нервовий і тривожний, самозанурений і депресивний, різкий і нетерпеливий, засвідчуючи психічну розбалансованість і поведінкові перепади настрою, що «будуть супроводжувати його все життя, спершу втішаючи, потім стаючи байдужими й, урешті, вбиваючи...» [4, с. 13].

Складні стосунки з матір'ю, батьком і братом складають корпус найбільшого травматичного життєвого досвіду Григора Тютюнника у романі. Упродовж життя герой тримався світлого й чистого образу батька, що живив його, фіксуючи у несвідомому своєрідного Надбатька, Великого Батька, Батька як коду, виражаючи сильну психоемоційну прив'язку до чоловіків його роду і навіть культовість батькообразу. Саме з відсутністю батька Михайла у дитячо-підлітковому віці у романі найчіткіше простежується недолюбленість Григора, його втрачені надії, сум, тривога і душевні переживання, адже «гато був дуже добрим і робив йому дерев'яні іграшки. Тільки біля татових рук був захист від тривоги й недовіри, лементу й проклять» [4, с. 11], на чому наголошує С. Процюк у романі.

Попри міцний зв'язок з образом свого батька, культ батька у його пам'яті, усвідомлення важливості й необхідності батька у долі дітей, для своїх синів, як зауважено у романі, Григір Тютюнник цілковито не виповнився. З утомою, посиленням депресії, алкогольною залежністю, розчаруваннями герой утрачає інтерес і почуття до найрідніших: «Не хотів собі іншої долі, він хотів любити і горіти, горіти і любити! А зараз він не горить і, здається, уже не любить. Ну, любить синів так по-тваринячому, інстинктом» [4, с. 159]. Про слабкість зв'язку із синами й відсутність теплих стосунків із ними свідчать тиск суїцидальних помислів, від яких не рятує навіть усвідомлення власної батьківської місії у житті дітей, бо «розвивати батьківську тему не було ні бажання, ні сили» [4, с. 187]. Ймовірно, відчуженню від сім'ї сприяли комплексно дитяча недолюбленість, напружені стосунки з матір'ю, рання втрата батька, емоційне виснаження, творче вигорання, а також повсякчасний ідеологічний тиск і контроль.

Натомість у романі «Місяцю, місяцю» відбувається дефікація материнського коду у психофізіологічному становленні персонажа. Матір Ганна не є об'єктом синівського обоження; вона радше уявляється людиною, яка також претендує на любов до його батька, відтак, ймовірно, сприймається Григором як суперниця, що до неї упродовж життя висувається низка претензій та образ, у такий спосіб художньо репрезентуючи чи то Григорове невдоволення за нещасливе дитинство без батька, чи то докір за тяжкі дитячі роки поневіряння у родичів, чи образу за недостатньо проявлену материнську любов і за приймака Охтанаса, поява якого у житті Ганни неусвідомлено для Григора символізувала зраду та осквернення світлого образу й пам'яті батька Михайла. Очевидно, що з матір'ю у Григора були непрості стосунки, що їх автор фокусує через систему недолюбленості, образи і навіть ненависті до неї: «Відчував якусь ненависть до матері» [4, с. 29]. Щоправда, з часом лінія матероненавистництва й відчуження від неї у романі поступово губиться, а то

й нівелюється, що може бути свідченням зміни фокусу об'єктів ненависті й образ, збайдужіння до матері, вираженого рідкими листами й нечастими візитами у рідне село. Звізуалізовані бажання повернутися у рідну Шилівку, у степи, поля, до землі, але не до матері чи батьківської хати, свідчить про дефікацію кодів любові, переакцентування/зміщення прив'язок: у Григоровому несвідомому земля, село, селяни значиміші за матір, з якою у синів традиційно встановлюються теплі стосунки.

Символічне перенесення/фіксація/інтроспекція коду Батька у Григоровому житті пов'язане з впливом на його психічне визрівання й становлення брата Григорія, з яким, однак, не одразу встановилися довірливі і щирі стосунки, адже «між ними стояли не лише окремі матері, але й дві мови» [4, с. 9]. Разом із тим саме Григорій посутньо вплинув на формування письменника Григора Тютюнника, який дослухався до порад старшого брата та під його пильними настановами навернувся до творчості українською, що, зрештою, у романі виступає своєрідним кодом-зближення між братами. Григорій Тютюнник – знакова постать для Тютюнника-молодшого, взірць, носій здорових цінностей, який з утратою батька Михайла Тютюнника заступив йому частково батька, більше – навчителя і друга. Несвідомо, але цілком природньо поступово для Григора відбувся процес психічного переносу образу батька, здатного повсякчас захистити й утривавити дискурс дитячої безпеки: «Не пам'ятає тата, лише світлий, як новорічне сонце, образ. Григорій трохи нагадував йому батька. Який Гриць щасливий, що здобув собі Старшого Брата, який же він щасливий!» [4, с. 46]. Отже, Григорій відіграв край важливу роль у психічному становленні Григора Тютюнника, частково замінюючи йому батька, друга і навіть речника совісті, що неодноразово мимовільно проступала теплим спогадом про старшого брата, докоряючи Григорові за його проступки, запальний характер і залежність, бо «якби Григорій жив, то ти б ніколи не захлинався відчаєм, шукаючи порятунку в горілі. Він знайшов би для тебе саме ті потрібні слова...» [4, с. 96]. З утратою брата вагомо посилюється дискурс порожнечі, самотності, відчуження, супроводжуване надмірною вимогливістю, самокритичністю, сумнівами у власному таланті.

Невротизації психотипу складного образу Григора Тютюнника у романі посутньо додають відчуття образи на матір, злості і нетерпимості до ідеологічних настанов, надокучливе відчуття тривоги, марнотності життя, розчарування, творче самовигорання, поява порожнечі і безнадії, бо «письменство ще тишить, але вже не завжди. Тобто воно саме тишить, але, щоб ним займатися не в шухляду, слід видержать стільки танцюльок із системою, стільки змовчати впливовим дурням, стільки понаступати собі на горло, що десь щезає енергія, сила відчуттів, з якою все писалося і яку йому вдавалося продихати в слова» [4, с. 135]. Тотальний контроль митця і його творчості, обмежене і примітивне сприйняття його текстів, низька зацікавленість в естетиці сільського життя, а разом із тим людська підступність, зрадливість, фальш, відчуття невиконаної самореалізації дедалі частіше спонукали Григора Тютюнника до внутрішньої еміграції, частих самозанурень, прикладання до чарки, зрад як наслідки нудьги, апатії, відчаю: «А буває, що вже нема навіть страху, лише така пекуча нудьга, така безнадія!» [4, с. 134], – зауважує С. Процюк у романі.

Цілковито умотивованими видаються думки і вчинки персонажа, змарнілого тиском складних психічних процесів – від-

чуженням, протиставленням, відокремленням, прагненням до усамітнення, розчаруванням, що й призвело до кризи самооцінки, внутрішніх конфліктів і глибокого невдоволення собою, не здатного повноцінно зреалізуватися у житті і творчості. Відтак внутрішнє самовслуховування, прагнення інсайтування сприяли глибинному відчуттю Душителя Грудей, Болю за Грудиною, кривавої ранки посеред грудей як дуже складного симбіозу психосоматики і душевного болю, поєднання яких призвело до трагічних наслідків: «частіше стискає Біль за Грудиною; він пронизливий і страшний; невидима кривава ранка посеред прокурених грудей нарешті готова виповзти назовні; невидима кривава ранка посеред прокурених грудей нарешті осмілила й вирішила донищити; невидима кривава ранка посеред грудей тепер може легко домордувати свою жертву, ослаблену горілкою, нелюбов'ю й боягузливістю, прихованими ревнивими спостереженнями друзів» [4, с. 160]. Душитель Грудей, кривава ранка посеред грудей у романі «Місяцю, місяцю» координується з іншими промовистими знаками психоаналізу в біографічних романах С. Процюка – звірем із червоною від крові пашекою («Троянда ритуального болю»), Карликом і Заклятим Клубком («Маски опадають повільно»), кривавим квартирантом («Чорне яблуко»), засвідчуючи риси індивідуального стилю автора, його вдатності до глибинного художнього асоціювання. Такі промовисті психоаналітичні коди невротизації художнього дискурсу вагомо увиразнюють здатність психоаналізу до інтеграції у художні тексти.

Алгоритм психоаналітичного кодування постаті Григора Тютюнника у романі не обмежується глибинною асоціацією С. Процюка проблем і тривог у житті полтавського письменника. Кривава рана посеред грудей, що душила і виїдала Григора, засвідчує інтуїтивне передчуття героя самодеструкції і прийдешньої трагедії. Кривава рана, як і Душитель Грудей, – лише симптоми суїцидальних помислів, магістральну роль у формуванні яких відведено неусвідомленому «щось», а згодом означеному автором роману «воно» як апофеозу життєвого краху. «Щось», «воно», «це» – маркери несвідомого, які С. Процюк досить продуктивно моделює у своїх романах-біографіях, щоб наповнити модус творів психоаналітичним підтекстом. Вони налаштовують реципієнта на уважне відчитування важкоуспішаних і малозчитуваних кодів, що в основному й векторизують психоаналітику його творів. За цими кодами сукупно представлені трагедії, образи, деструктивні відчуття, афективні стани, комплекси, страхи, стреси, проблеми, неврози, що детермінують трагедію душі митця.

Неусвідомлене Григором відчуття невідворотного і трагічного, як на цьому наголошує С. Процюк у романі, почало тиснути на нього за кілька років до смерті, змушуючи письменника до внутрішньої боротьби, опору, пошуку власних резервів протистояння деструктивному тиску «воно». «Чимраз частіше поруч вовтузилося воно. Хрін зна, як ще його назвати. Григір відчував, що воно міцнішало з кожним роком. Але таки зараз, у сімдесят сьомому, чимдуж набирало ваги й люті. Це якесь прокляття, якесь субстанція всередині нього, що не залежить від навколишніх. Не залежить від його думок. Ба більше! – це воно впливає на його думки. Воно наливає їх неміччю, люттям й страхом» [4, с. 134]. Розчарування, порожнечі, брехня, підступність, байдужість, аморальність чи не найпродуктивніше живили не лише самоїдство, самокартання героя, а й склали потужний каркас суїцидальних помислів, що дедалі частіше

тисли на совісність, чистоту і щирість Григорової душі. Це деструктувало героя, випробовуючи його терпимість, витісняючи простодушність, запускаючи механізми тиску образ і набутих травм.

Знецінення Григорової творчості, приниження його гідності, спонукання до співпраці з радянською системою, низькі спроби підступу через премії і нагороди не лише употужнювало його відчуття невдоволення й порожнечі, що їх С. Процюк означає смаком спустошення, що «став тотальним. <...> проник усередину твого тіла. Він добирається до твого серця й шкребе своїми безжалісними кігтями шкіру твоєї душі» [4, с. 157], а передусім вагомо спричинили втраплення в езистенційний вакуум, означили безсенсовість існування, нудьгу і марнотність життєтворчості. Відтак, опираючись на деструкцію внутрішнього мікрокосму Григора Тютюнника, враховуючи за межову совісність і правдивість персонажа із самим собою, утрату його внутрішньої резистенції тиску зовнішніх обставин, страх бути висміяним і поглумленим, автор констатує, що «він реально часто перестає бачити будь-який вихід. Нікому про це не говорити» [4, с. 162], виважуючи свої трагічні помисли. Прикметно, що С. Процюк майстерно змоделивав важку для художнього представлення тему суїциду, украй обережно й розважливо висвітливши спонуки Григорового відчайдушного вчинку. У романі вповні чітко й зрозуміло виформувані алгоритм появи суїцидальних помислів героя, обтяженого численними образами, травмами, проблемами, страхами, конфліктами, що вагомо увиразнює психоаналітичні координати інтерпретації роману біографії з психоаналітичною домінантою.

Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків у даному науковому напрямку. Отже, роман «Місяцю, місяцю» – біографічний роман із психоаналітичною домінантою, у якому на основі біографією продуктивно заявлені провідні психоаналітичні категорії – образа, тривога, недовіра, самотність, порожнеча, відчай, розщеплення, страх, тиск несвідомого й деструктивного, глибинні асоціативні образи, суїцидальні мотиви, що вагомо розкривають думки, почуття, психічні стани Григора Тютюнника, доповнюючи матрицю художніх пошуків С. Процюка про відомих українських письменників. Трагедія постаті Григора Тютюнника у романі майстерно змодельована системою травм, знецінення, творчого вигорання, доповнюючись корпусом складних стосунків персонажа з рідними, друзями, колегами та його опір ідеологічним настановам часу, що помітно підсилюють дискурс невротичності. Загалом персонаж представлений «письменником стефаниківської глибини» (Л. Тарнашинська), що координується із життєтворчою позицією Григора Тютюнника, водночас засвідчуючи зацікавлення С. Процюка долями українських митців, позначених випробуваннями і проблемами, сприяючи панорамному художньому конструюванню матеріалу в психоаналітичному вимірі. Психоаналітичний дискурс роману «Місяцю, місяцю» не вичерпується визначеними кодами і може бути доповнений аналізом архетипної системи й оніричного простору, що зреалізується у прийдешніх наукових студіях.

Література:

1. Григір Тютюнник: «З любові й муки народжується письменник...»: біобібліогр. нарис / авт. нарису Л. Б. Тарнашинська; бібліограф-упоряд. Г. І. Гамалій; наук. ред. В. О. Кононенко; М-во

- культури і туризму України, ДЗ «Національна парламентська бібліотека України». Київ, 2011. 136 с.
2. Процюк С. Місяцю, місяцю. Львів : Видавництво Юлії Сливки, 2022. 198 с.
 3. Тютюнник Г. Із щоденників і записників. Вічна загадка любові. Літературна спадщина Григора Тютюнника. Спогади про письменника / упорядкув. та прим. А. Шевченка. Київ : Радянський письменник, 1988. 496 с. СС. 25–136.
 4. Процюк С. Місяцю, місяцю. Львів : Видавництво Юлії Сливки, 2022. 198 с.

Chernysh A. S. Protsyuk's novel "The Moon, the Moon": a psychoanalytic interpretation

The codes of psychoanalysis of Hryhir Tyutyunnik are clarified, using the material of S. Protsyuk's novel "The Moon, the Moon". The system of thoughts, emotions and feelings of the main character, the reasons of his mood changes, difficult mental states, the urge to self-immersion, self-reproach and the need for deep insighting as ways to understand oneself and coordinate one's position in life with actions are analyzed. The Hryhir Tyutyunnik's image was modeled as the artist of a subtle mental organization, with an active life position, a system of moral imperatives, that are built on the principles of justice, honesty with oneself and the world, sincerity, respect and self-respect. In S. Protsyuk's novel the important categories of despair, emptiness, loneliness and alienation acquire are characterized as psychoanalytic codes. The

psychoanalytic potential of the artistic work artistic modeled on early mental traumas, clearly associated with the the father's losing, the complex of difficult relations with his mother, the complicated path of establishing a trusting relationship with the older brother Hryhoriy Tyutyunnik. In the article it is analyzed that the complex nature, sometimes contradictory, explosive psychotype of the artist is caused by the oppressive atmosphere of the psychological and physiological formation of Hryhir Tyutyunnik, who was subjected to famines, war, pressures and tests of the Soviet system. It has been established that constant vigilance, anxiety and mistrust are the consequences of early childhood trauma and losing as well as frequent conflicts and misunderstandings with relatives, colleagues and the political system. The psychoanalytical potential of the novel is significantly strengthened by modeling the discourse of neurosis, built on the coverage of diseases, alcohol addiction, betrayal, the desire for worthy literary recognition and constant self-deprecation. It has been found in the article that the psychoanalytic discourse of the work is strongly determined by the pressure of the destructive unconscious, defined in the novel by "something", "it", which created boredom, emptiness, fear of ridicule, contributed to the character's falling into an existential vacuum and hopelessness. The suicidal motive acquires a strong psychoanalytic code.

Key words: novel, psychoanalysis, neurotic discourse, insult, trauma, association.

Осіпчук Г. В.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри слов'янських мов та зарубіжної літератури
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ РОМАНУ «ВОГНЕМ І МЕЧЕМ» ГЕНРИКА СЕНКЕВИЧА

Анотація. Статтю присвячено проблематиці перекладу на українську мову художнього тексту, а саме історичного роману, авторство якого належить польському письменнику Генрику Сенкевичу.

Окреслено коло наукових розвідок вітчизняних дослідників щодо виявлення характерологічних властивостей перекладу художніх засобів та реалізації збереження письменницького індивідуального стилю.

Проаналізовано вживання авторських художніх тропів в оригінальному тексті польською мовою – романі «Вогнем і мечем», та їхні відповідники в перекладах українською мовою Євгена Литвиненка (2006 рік) та Віктора Бойка (2014 рік). Звернено увагу на спільні та відмінні авторські особливості передачі змісту мовою перекладу.

Виявлено, що визначальною ознакою індивідуального стилю Г. Сенкевича є вживання великої кількості епітетів та порівнянь із вказівкою на деталізацію зовнішності літературних героїв. Такі художні тропи, їхня природа та засоби вираження формують важливу стилістичну домінують твору. Мовні одиниці, вживані Г. Сенкевичем у художньому тексті з метою характеристики рис зовнішності людини, є багаточисельними, носять системний характер і свідчать про світогляд польського письменника: його бачення й сприймання дійсності та ставлення до світу. Лексеми, що демонструють змістове та емоційне навантаження поняття 'зовнішність людини', характеризують особливості польської мови й представляють риси індивідуального стилю митця.

З'ясовано, що українська та польська мови мають значну кількість подібностей в семантичних системах, а для подолання розбіжностей та досягнення адекватності перекладу художнього твору використовуються міжмовні перетворення, адаптовані до мови перекладу.

Визначено, що і В. Бойко, і Є. Литвиненко у ході перекладу намагаються не відходити від змістового навантаження тексту, проте для успішної реалізації цього процесу застосовують різні лексеми із синонімічним значенням, що демонструє читачеві авторський підхід та індивідуальність кожного перекладача. Переклад історичного роману, зроблений Є. Литвиненком, означений намаганням дотримуватись норм оригіналу та збереженням образності авторських тропів. Перекладач В. Бойко дещо відходить від мови оригіналу для того, щоб зробити текст простішим для сприйняття українським читачем.

Використані перекладацькі трансформації у більшості випадків є цілком виправданими і доцільними. Обидва переклади характеризуємо як такі, що детально передають рівень емоційного впливу на читача, наближений до того, який представлений в оригіналі.

Ключові слова: індивідуальний стиль, переклад, художня мова, художні тропи, зовнішність, історичний роман.

Постановка проблеми. Сучасні наукові філологічні праці спрямовані на антропоцентризм, що дає можливість з'ясувати природу *homo sapiens*. У центрі таких розвідок є не характер суспільних відносин, не статус особи в соціумі, а власне людина з її мисленням та мовленням. На особливу увагу вчених заслуговує творчість певної особи, в результаті діяльності якої з'являється літературний твір. Одним із найважливіших векторів досліджень людиноцентризму є вивчення мовних явищ в авторських текстах, в яких і простежується особливий індивідуальний стиль митця.

Результатом діяльності творчої людини є створення художнього тексту, що відображає життєвий та культурно-естетичний досвід автора в поєднанні з картиною світу народу, мовою якого творить письменник. Побудова художнього твору залежить від предмета зображення та ідейних завдань, які ставить перед собою митець. Тобто художній текст є «організованою комунікативною системою, яка характеризується наявністю певних елементів, зокрема логічною послідовністю, зв'язком у часі окремих повідомлень, фактів і подій» [1, с. 18–19]. Особливо складний та творчий характер має переклад художніх творів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика перекладу художнього тексту здавна цікавила дослідників, старше покоління яких підійшло до аналізу цієї проблеми з теоретичної сторони (С. Ковганюк [2], В. Коптілов [3], [4], О. Кундзіч [5] та інші). У ХХІ столітті наукові розвідки характеризуються різновекторністю: більш глибокі теоретичні аспекти цього процесу стали об'єктом досліджень ряду лінгвістів (Л. Гапоненко [6], О. Линтвар [7], С. Шулік [8]); творча особистість власне перекладача зацікавила М. Іваницьку [9], О. Мазура [10]; психологічний аспект культури перекладу художнього твору вивчала О. Логвиненко [11]; сучасні концепції творчості у перекладі аналізував О. Ребрій [12]. Стилістичні фігури, зокрема натяк або відсилання до певного літературного твору чи історичної події в художньому перекладі деталізували Л. Бурковська [13] та О. Копильна [14]. Засоби емоційної виразності мови вивчала Н. Денисенко [15], відтворення гумору при перекладі досліджували Р. Колесник [16] та О. Підгрушна [17]. Цікаве у процесі перекладу намагалися віднайти О. Білоус [18], А. Васильченко [19], А. Галас [20] та інші.

Творчість польського письменника Г. Сенкевича неодноразово ставала об'єктом наукових розвідок, однак трактування її відбувалося виключно в історичному спрямуванні. Мовознавці та літературознавці довгий час з обережністю відносилися до його літературних праць, враховуючи неоднозначне ставлення до висвітлених історичних подій його «Трилогії», зокрема в романі «Вогнем і мечем», який був написаний у 1884 році.

У XXI столітті відбувається переосмислення літературної спадщини класика польського історичного роману. Вибір автором такого жанру був зумовлений подіями, що відбувалися в другій половині XIX в Польщі, поділеної на три частини між іншими державами, дві з яких – Німеччина та Австро-Угорщина. Як справжній патріот, Г. Сенкевич вбачав свою почесну письменницьку місію в пробудженні національної самосвідомості поляків. Саме тому в його романах так відкрито простежуються ідеї сарматизму та піднесення колишніх славетних перемог рідного народу. Більшість критиків Г. Сенкевича звинувачують митця у відхиленні від історичної правди, особливо в романі «Вогнем і мечем», однак такі ідеї можуть бути виправдані, бо сприяли польському національному відродженню. Наша наукова розвідка спрямована не на оцінку творчої спадщини видатного польського митця, як історика, а на аналіз особливостей творчого перекладу його літературних праць з польської мови на українську.

Постановка завдання. Відзначимо, що художній текст характеризується образністю, значною кількістю вживаних автором різноманітних троп, що і демонструють індивідуальний письменницький стиль. Роман «Вогнем і мечем» є історичним, отже базується на описі реалій, характерних певній епосі. Це зумовлює автора більш відповідально ставитися до вибору мовних засобів, які демонструватимуть читачеві зображувані події та деталізуватимуть їх. Відзначимо, що ідіостиль Г. Сенкевича характеризується вживання великої кількості лексем із вказівкою на опис зовнішності літературних героїв.

Підбір лексем для перекладу художнього тексту, зокрема історичного роману, зобов'язує перекладача віднайти такі відповідники в мові, які б вдало передали важливу стилістичну доміанту твору, і при цьому був збережений колорит тієї епохи, про яку розповідається в творі. Особливої уваги потребує використання мовних одиниць, що характеризують риси зовнішності людини, так як вони в художній прозі митця є багаточисельними та носять певний системний характер. У процесі перекладу необхідно вільно орієнтуватися в історії й культурних традиціях обох народів: і польського, й українського, про які йдеться в романі «Вогнем і мечем».

Метою наукової розвідки є аналіз вживання авторських художніх троп в оригінальному тексті польською мовою – романі «Вогнем і мечем» Генрика Сенкевича та їхніх відповідників в перекладах українською мовою, зроблених у 2006 році Євгеном Литвиненком та в 2014 році Віктором Бойком.

Меті підпорядковується вирішення завдань: 1) визначити структуру та зміст тематичних мовних репрезентантів в історичній прозі польського письменника; 2) дослідити спільні й індивідуальні відмінні особливості передачі змісту художнього тексту мовою перекладу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Переклад художньої літератури принципово відрізняється від перекладів текстів інших стилів. Це зумовлено тим, що художній текст не тільки надає читачеві певну інформацію, а й виконує естетичні функції, які повинні бути збережені після перекладу. Досягти головної мети художнього перекладу, а саме – створити необхідний образ для читача, є досить складним завданням.

Художній переклад має певні відхилення від стандартних правил, адже просто дослівний – не продемонструє глибину і сенс літературного твору. Тому, враховуючи особливості тієї мови, на яку здійснюється переклад, необхідно переписати такий текст від початку до самого кінця, при цьому дотрима-

тися виконання трьох умов: збереження стилю письменника, передачі атмосфери твору та демонстрації естетично-виховного значення літературної праці.

На особливу увагу заслуговує такий жанр літератури як історичний роман, адже при його перекладі необхідно правильно донести до читача ще й колорит епохи, відображеної в творі. Це означає, що перекладач, який взяв до рук твір такого характеру, повинен бути добре обізнаним із історією, культурою та традиціями обох народів: і того, з якої мови здійснюється переклад, і того, на чію мову такий переклад відбувається.

Художній переклад характеризується вживанням додаткових лексем, подібних за значенням, які доповнюють дослівний переклад. Наведемо приклад оригінального тексту: *Był to mąż w sile wieku, średniego wzrostu, szerokich ramion, prawie olbrzymiej budowy ciała i uderzających rysów. Głowę miał ogromną, cerę zawiędłą, bardzo ogorzałą, oczy czarne i nieco ukośne jak u Tatara, a nad wąskimi ustami zwieszał mu się cienki wąs rozchodzący się dopiero przy końcach w dwie szerokie kiście. Twarz jego potężna zwiastowała odwagę i dumę. Było w niej coś pociągającego i odpychającego zarazem – powaga hetmańska ożeniona z tatarską chytrą, dobrotliwość i dzikość* [21, с. 6].

Для аналізу використовуємо художній переклад В. Бойка: *Це був чоловік у розквіті літ, середнього зросту, в плечах широкий, майже велетенської статури, з дивовижними рисами обличчя. Голову він мав здоровенну, шкіру прив'ялу, дуже засмаглу, очі чорні та, ніби в татарина, злегка розкоші; вузький рот його облямовували тонкі вуса, що розходилися по краях широкими китицями. На міцному лиці були написані відвага й зарозумілість. Тут поєднувалося щось привабливе й водночас огидне: гетьманська гідність мішма з татарською лукавістю, доброзичливість і злість* [22, с. 24].

Порівнюємо із художнім перекладом Є. Литвиненка: *Це був чоловік у розквіті сил, середній на зріст, широкоплечий, майже велетенської статури, із вражаючими рисами обличчя. Голову він мав велику, шкіру в'ялу, надто засмаглу, очі чорні й трохи косуваті, як у татарина, а над вузькими губами у нього звисали тонкі вуса, що розходилися на кінцях двома широкими кистями. На його могутньому обличчі відбилися відвага і туха. Було у ньому щось привабливе й водночас відразливе: гетьманська велич, змішана з татарською хитрістю, добросердність і дикість* [23, с. 18].

Обидва перекладачі вміло та правильно передали змістове наповнення, використавши різні мовні засоби синонімічного ряду. Усі лексичні одиниці польської мови, заявлені в уривку, мають точні аналоги в українській мові, тому такий переклад здійснити було неважко. Незважаючи на різні індивідуальні стилі українських митців, в обох випадках переклади виявилися майже схожими.

Звертаємо увагу на ось такий уривок – текст в оригіналі: *Był to młody jeszcze bardzo człowiek, suchy, czarniawy, wielce przystojny, ze szczupłą twarzą i wydatnym orlim nosem. W oczach jego malowała się okrutna fantazja i zadzierzliwość, ale w obliczu miał wyraz uczciwy. Wąs dość obfity i niegolona widocznie od dawna broda dodawały mu nad wiek powagi* [21, с. 5–6].

Переклад В. Бойка: *Був він молодий, сухорлявий, чорноволий і вельми красивий; обличчя мав хude, а ніс – видатний, орлиний. Погляд намісника палав шаленою відвагою та завзяттям, але вираз обличчя при цьому не втрачав статеchnості. Чимали вуса й давно, як видно, не голена борода зовсім робили його не по літах серйозним* [22, с. 24].

Переклад Є. Литвиненка: *Це був ще дуже молодий чоловік, худорлявий, чорнявий, надто вродливий, із тонкими рисами обличчя й випнутим орлиним носом. В очах у нього палали буйна уява й задержуватість, але обличчя мав людини добросовісної. Пишні вуса й давно, як видно, не голена борода робили його не на свої роки поважним* [23, с. 17–18].

У перекладі Є. Литвиненка акцентується увага на молодому віці героя, який підсилено часткою *ще* та прислівником *дуже*, що робить персонаж значно молодшим, ніж у В. Бойка. Для характеристики статури героя обидва перекладача обрали різні епітети: *схудорлявий* та *худорлявий*, аналогічно із кольором волосся: *чорнявий* та *чорноволий*. Змальовуючи лице літературного героя, В. Бойко акцентує увагу на сукупності ліній, що окреслюють обличчя: *обличчя мав хude*, а Є. Литвиненко вказує на інтелігентність чи то шляхетне походження: *із тонкими рисами обличчя*. Далі кожен перекладач вносить своє трактування: у В. Бойка герой представлений шаленою відвагою та завзяттям, в Є. Литвиненка – буйною уявою й задержуватістю. Спостерігаємо знову розходження у змістовому навантаженні: *не втрачав статеchnості / обличчя мав людини добросовісної*. Одна із деталей обличчя вирізняється: *чималі вуса* – значить розмір, а *пишні вуса* – об'єм.

Третій уривок оригінального тексту подаємо за більшим обсягом з метою продемонструвати не лише змістове, а й стилістичне навантаження: *Pan Skrzetuski przypatrywał się ciekawie tej nowej figurze, która istotnie zasługiwała na nazwę cudaka. Przede wszystkim był to mąż wzrostu tak wysokiego, że głową prawie powały dosięgał, a chudość nadzwyczajna wydawała go wyższym jeszcze. Szerokie jego ramiona i żyłasty kark zwiastowały niepospolitą siłę, ale była na nim tylko skóra i kości. Brzuch miał tak wpały pod pierś, że można by go wziąć za głodomora... Szeroki i dobrze wypchany losiowy pas, nie mając na czym się trzymać, opadał mu aż na biodra, a do pasa przywiązany był krzyżacki miecz tak długi, że temu olbrzymiemu mężowi prawie do pachy dochodził.*

Ale kto by się miecza przeląkł, wnet by się uspokoił, spojrzawszy na twarz jego właściciela. Była to twarz chuda, również jak i cała osoba, ozdobiona dwiema zwiśniętymi ku dołowi brwiami i parą tak samo zwisłych konopnego koloru wąsów, ale tak poczciwa, tak szczerza, jak u dziecka. Owa obwisłość wąsów i brwi nadawała jej wyraz stroskany, smutny i śmieszny zarazem. Wyglądał na człeka, którego ludzie popychają, ale panu Skrzetuskiemu podobał się z pierwszego wejrzenia za ową szczerść twarzy i doskonały moderunek żołnierski [21, с. 17].

Переклад В. Бойка: *Скипетуский із цікавістю приглядався до нового знайомиця, що насправді заслуговував називатися диваком. Це був чоловік зросту такого високого, що головою майже торкався стелі; небувала ж худорба робила його і зовсім довготелесим. Хоча весь він був шкіра та кістки, широкі плечі та жилага шия свідчили про надзвичайну силу. Навдивовижу запалий живіт наводив на думку, що людина ця приїхала з голодного краю... Широкий і туго набитий лосячий пояс, не маючи на чому триматися, сповзав на самі кульші, а до пояса був прив'язаний крижацький меч, такий довгий, що мужу тому височенному майже до паху діставав.*

Але злякайся хто меча, той би зразу заспокоївся, поглянувши на лице його власника. Воно, як і весь образ цієї людини, відзначаючись худорбою, прикрашалося двома обвислими бровами і парюю так само обвислих лляного кольору вусиц; однак при цьому було таким відкритим, таким щирим, наче лице дитини. Згадана обвислість вусів і брів надавала литви-

нові вигляду одночасно стурбованого і кумедного. Він здавався людиною, що нею всі потурають, але Скипетуському сподобався з першого погляду за цю саму відкритість лиця і ладну волячку екпіровку [22, с. 37].

Переклад Є. Литвиненка: *Пан Скипетуский із цікавістю придивлявся до нового знайомиця, котрий і справді заслуговував на те, щоб його називали диваком. Передусім це був чоловік такий високий на зріст, що головою майже діставав стелі, а худина робила його ще вищим. Широкі плечі й жилага шия вказували в ньому незвичайну силу, хоч сам він був шкіра та кістки. Живіт у нього під грудьми був такий запалий, що можна було подумати, ніби його морили голодом... Широкий і туго напханий лосевий пояс, не маючи на чому триматися, спадав йому аж на стегна, а до пояса був прив'язаний крижацький меч, такий довгий, що сягав цьому крем'язеві майже під пахви.*

Але злякайся хто меча, той би відразу заспокоївся, глянувши на обличчя його власника було, як і вся подоба цього чоловіка, худоще, прикрашалося двома звислими бровами і парюю таких же звислих конопляного кольору вусів. При цьому воно було таке добросерде, таке щире, наче личко дитини. Обвислі вуса і брови надавали литвинові вигляду водночас стурбованого, журливого й смішного. Він здавався людиною, якою всі потурають, але панові Скипетуському сподобався з першого погляду саме за цю щирість обличчя і бездоганну військову екпіровку [23, с. 31].

Традиційно обидва перекладачі використовують лексеми-синоніми, демонструючи багатство української мови. Для вказівки на статуру літературного героя В. Бойко вжив слово *худорба*, а Є. Литвиненко – *худина*, що наділене діалектним забарвленням. Пояснення значення цього стану персонажа відбувається також по-різному: перший перекладач стверджує, що *людина ця приїхала з голодного краю*, що підкреслює фольклорну основу вислову, а другий – акцентує увагу на порівнянні: *ніби його морили голодом*, тобто стан як наслідок певних дій. Далі В. Бойко знову вживає діалект, замінивши лексему *стегна* на *кульші*. Вуса, як елемент зовнішності в героя В. Бойка лляного кольору, а в Є. Литвиненка *конопляного кольору*. Перший перекладач використовує лексику з емоційним забарвленням – *личко дитини*, другий – нейтральну лексику: *лице дитини*. Цікавим є переклад: *до ... знайомиця / до ... знайомиця*,

Оригінальний вираз *Овыраз стросканы, smutny i śmieszny zarazem* В. Бойко перекладає як «*вигляду одночасно стурбованого і кумедного*», а Є. Литвиненко дотримується дослівного перекладу і змісту: «*водночас стурбованого, журливого й смішного*».

Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків. Відзначимо, що в перекладознавстві застосовуються трансформації – міжмовні перетворення, які направлені на досягнення адекватності перекладу. Українська та польська мови мають значну кількість схожості в семантичних системах, однак є й розбіжності. В. Бойко та Є. Литвиненко надають процесу перекладу комплексного характеру, намагаються не відходити від змістового навантаження тексту, однак для реалізації цього процесу використовують різні лексеми, зачасти синонімічного характеру, що демонструє індивідуальність їхніх авторських стилів.

Отже, перекладач В. Бойко дещо відходить від норм мови оригіналу для того, щоб зробити текст простішим для сприйняття українським читачем. У свою чергу переклад, зроблений Є. Литвиненком, демонструє намагання дотримуватись норм

оригіналу. Найчастіше в перекладах були застосовані трансформації заміни порядку слів, що зумовлено особливостями української мови. У більшості випадків трансформації є незначними і виправданими.

Подальші наукові розвідки будуть направлені на аналіз синтаксичних особливостей побудови польського речення та його перекладу українською мовою в художніх перекладах творів Генрика Сенкевича.

Література:

- Кравець Л. Проблема тексту в сучасних лінгвістичних дослідженнях. *Науковий часопис Національного педагогічного університету ім. М.П. Драгоманова. Серія : Філологічні науки (Мовознавство і літературознавство)*. 2009. № 8. С. 18–26.
- Ковганюк С. Практика перекладу (з досвіду перекладача). Київ : Видавництво художньої літератури «Дніпро», 1968. 274 с.
- Коптілов В.В. Актуальні питання українського художнього перекладу. Київ : Вид-во Київського університету, 1971. 181 с.
- Коптілов В. Першотвір і переклад: роздуми і спостереження. Київ : Дніпро, 1972. 215 с.
- Кундзіч О. Творчі проблеми перекладу. Київ : Дніпро, 1973. 204 с.
- Гапоненко Л.П. Переклад і нормативні аспекти перекладу *Філологічні студії*. 2015. Вип. 13. С. 51–56.
- Линтвар О.М. До проблеми художнього перекладу. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філологічна*. 2012. № 30. С. 144–147.
- Шулік С. Актуальні проблеми художнього перекладу / наук. кер. О. О. Жулавська. Перекладацькі інновації : матеріали V Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 12–13 березня 2015 року / редкол. : С.О. Швачко, І.К. Кобякова, О.О. Жулавська та ін. Суми : СумДУ, 2015. С. 141–143.
- Іваницька М. Структура мовної особистості перекладача художньої літератури як інтердисциплінарна категорія. *Studia Linguistica*. 2012. Вип. 6 (2). С. 151–158.
- Мазур О.В. Дослідження творчої особистості перекладача у світлі теорії контекстів. *Науковий вісник Волинського нац. ун-ту ім. Лесі Українки. Філологічні науки*. 2011. № 6, Ч. 2. С. 65–71.
- Логвиненко О.М. Культура перекладу художнього твору: психологічний аспект. *Український інформаційний простір : науковий журнал Інституту журналістики і міжнародних відносин Київського національного університету культури і мистецтв*. 2014. Ч. 2. С. 117–122.
- Ребрій О.В. Сучасні концепції творчості у перекладі : монографія. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. 376 с.
- Бурковська Л.Д. Проблеми перекладу стилістичного прийому алюзії. *Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка. Філологічні науки*. 2008. № 39. С. 187–190.14. Копильна О.М. Алюзія як перекладознавча проблема. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. 2007. Вип. 12. С. 209–213.
- Денисенко Н. В. Особливості відтворення емпатичного курсиву в перекладах з англійської мови. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2013. Вип. 46, Ч. 1. С. 421–431.
- Колесник Р.С. Специфіка відтворення комічного в художньому перекладі (на прикладі коротких оповідань Курта Тухольського). *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2010. № 49. С. 171–174.
- Підгрушна О.Г. Відтворення гумору в перекладі роману Тері Пратчета «Правда». *Мовні і концептуальні картини світу*. 2014. Вип. 47, Ч. 2. С. 92–99.
- Білоус О.М. Гра слів як перекладацька проблема. *Вісник Сумського державного університету. Серія «Філологічні науки»*. 2005. №5 (77). С. 35–41.
- Васильченко А. Перекладання неперекладностей: семіотична проблема і філософський метод. *Філософська думка. Український науково-теоретичний часопис. Філософія перекладу*. 2010. № 3. С. 138–147.
- Галас А. Відтворення гендерно зумовленої комунікативної поведінки у перекладі. *Мова і суспільство*. 2012. Вип. 3. С. 282–288.
- Sienkiewicz H. *Ogniem i mieczem*. Warszawa. Wydawca : Fundacja Nowoczesna Polska, 1974. S. 476. URL: <https://wolnelektury.pl/media/book/pdf/ogniem-i-mieczem.pdf> (дата звернення : 17.02.2023).
- Сенкевич Генрік. *Вогнем і мечем* : роман / Переклад Віктора Бойка. Харків : Фоліо, 2014. 637 с. (Серія «Історія України в романах»).
- Сенкевич Генрік. «Вогнем і мечем» : роман. У 2 томах. Т. 1. / Переклад Євгена Литвиненка. Тернопіль : Видавництво «Навчальна книга-Богдан», 2006. 544 с. (Серія «Світовий історичний роман»).

Osipchuk H. Specific translation features of the novel 'with fire and sword' by Henrik Senkevych

Summary. The article deals with the translation challenges of the literary text into Ukrainian. Here the author works with a historical novel of a Polish writer Henrik Senkevych.

A range of scientific studies of native authors concerning characteristic translation features of expressive tools and preserving individual writer's style are described.

The article analyses the use of authorial expressive tropes in the original literary text in Polish, in the novel 'With Fire and Sward', and their analogies in the translation into the Ukrainian language of Yevhen Lytvynenko (2006) and Victor Boiko (2014). Similar and different authorial specific features in translation of the content by the translation language is emphasized.

The author explains that the original sign of the individual style of H. Senkevych is the use of a number of epithets and similes indicating the character's detail description of his appearance. These expressive tropes, their nature and expressive instruments make an important stylistic basis of the novel. Linguistic units that are used by H. Senkevych in order to describe a person's appearance, are immense and of systemic character. They also prove the following writer's conception of the world: his vision and perception of reality, and his attitude to the world. The lexemes which demonstrate content and emotional nature of the concept 'person's appearance', characterize the specific features of the Polish language and represent the features of the writer's individual style.

The Ukrainian and Polish languages are revealed to have a number of similarities in semantic systems. In order to overcome differences and promote an adequate translation of the literary text, cross-language transformations, adapted the translation language, are used.

The article explains that while translating, both Y. Lytvynenko and V. Boiko try to demonstrate a close content interpretation. But in order to implement it successfully, they provide different lexemes with synonymic sense that demonstrate an authorial approach and individual style of every translator. The translation of the historical novel by Y. Lytvynenko are characterized by the attempt to follow the original norms and preservation of imagery of the authorial tropes. The translator V. Boiko steps aside the original language a little in order to simplify the text for a Ukrainian reader.

Mostly, the used translation transformations are completely explained and expedient. We characterize both translations as the ones which interpret detailly the level of emotional impact on a reader, and are very close to that is originally presented.

Key words: individual style, translation, literary language, expressive tropes, appearance, historical novel.

*Парчевська Д. Д.,**студентка факультету лінгвістики**Національного технічного університету України**«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**Полюк І. С.,**доцент кафедри теорії, практики та перекладу французької мови**Національного технічного університету України**«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

ЧАСТОТА ВЖИВАННЯ ТА СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ ГРАМАТИЧНИХ ЗАСОБІВ ВИРАЗНОСТІ У ФРАНКОМОВНІЙ РЕКЛАМІ МЕДИЧНИХ І КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ

Анотація. Статтю присвячено особливостям реалізації прагматичного впливу французьких рекламних текстів через граматичні засоби виразності, а також визначенню методів і трансформацій, застосовуваних при перекладі різних граматичних конструкцій у французькій рекламі медичної та косметичної галузі. Аналіз здійснюється на основі сучасного французького рекламного дискурсу, а саме текстів реклами медичних і косметичних препаратів. Зазначена галузь розвивається швидкими темпами, а процеси глобалізації та досвід і авторитет французьких фармацевтичних компаній сприяють поширенню їхньої продукції в різні країни світу, в тому числі й Україну. Задля привернення уваги потенційного споживача до конкретного товару та спонукання до придбання, автори рекламних текстів вдаються до використання різних мовних засобів їхнього увиразнення. На синтаксичному рівні виокремлюють такі засоби прагматичного впливу: експлікація, спонукальні, питальні й окличні речення, а також – широке застосування дієслів. Найпоширенішими серед них є граматичні конструкції, серед яких найчастіше застосовуються імперативи, займенники 2-ї особи множини, питальні речення, займенники 1-ї особи однини та ступені порівняння прикметників. Для перекладу наказових форм дієслова використовують модуляцію, прямі еквіваленти, граматичну заміну, додавання й антонімічний переклад. Займенники 2-ї особи множини передаються прямим еквівалентом, граматичною заміною, або ж опускаються. Для питальних речень стає в нагоді модуляція, дослідний переклад та додавання. Займенник 1-ї особи однини передають його українським еквівалентом, додаванням лексичних одиниць, граматичною заміною, або ж опускають. Для прикметників вищого та найвищого ступенів підбирають еквіваленти.

Ключові слова: реклама, граматичні засоби виразності, прагматичний вплив, медичні та косметичні засоби, рекламний текст, комунікативна мета.

Постановка проблеми. Щоденне життя вже важко уявити без реклами, яка лунає з телебачення, розміщується в газетах, журналах та інших засобах масової інформації. Вона привертає увагу адресата до певного товару, а завдяки своєму прагматичному потенціалу – закликає його до дії.

Вивчення засобів виразності в рекламі – це одне з актуальних питань сучасної лінгвістики, оскільки постійно з'яв-

ляються нові продукти та, відповідно, рекламні тексти, які спонукають потенційного споживача до їхнього придбання. Проблема дослідження мовних засобів виразності у французькому рекламному дискурсі медичної та косметичної галузі та їх збереження при перекладі має важливе значення і для України, адже тут представлені популярні французькі бренди, наприклад, Lancôme, Dior, Clarins, Vichy, Guerlain, L'Oréal Paris, La Roche Posay та ін. У кожному рекламному тексті застосовано певні мовні засоби для його увиразнення, які потрібно ефективно використовувати під час створення реклами, а при її перекладі – застосовувати відповідні перекладацькі трансформації, щоб влучно передати комунікативно-прагматичну функцію цих текстів.

Усе зазначене визначає актуальність нашого дослідження, присвяченого аналізу граматичних засобів виразності у французьких рекламних текстах медичної та косметичної галузі та способам їх перекладу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Засоби маніпуляції в текстах реклами вже давно становлять предмет дослідження багатьох науковців. Зокрема, О. Ю. Арешенкова розглядає мовні засоби реалізації прямого та прихованого впливу на реципієнта [1, с. 67–68]. За словами дослідниці, в рекламних текстах найчастіше трапляються означено-особові речення, в яких адресант безпосередньо звертається до споживача, і спонукальні, які реалізують прагматичне спрямування рекламного тексту [1, с. 90]. О. Ю. Арешенкова класифікує невласне-питальні речення в рекламних повідомленнях, від найбільш до найменш уживаних: акцентувальні, оцінні, спонукальні, емоційні, риторичні [1, с. 94–95].

С. В. Гузенко приділяє увагу особливим граматичним текстотвірним зв'язкам, що роблять рекламне повідомлення більш виразним і динамічним: використанню неповних синтаксичних конструкцій, структур «запитання-відповідь». Дослідниця вважає, що своєрідні семантико-синтаксичні внутрішньотекстові відношення – супровідні та з'єднувальні – роблять повідомлення більш логічним, а «семантика мовних одиниць надає емоційності, створює ефект «мовної гри» [2, с. 13].

У праці О. І. Зелінської зазначено, що на синтаксичному рівні рекламному тексту притаманні спонукальні конструкції, питальні речення, які створюють атмосферу спілкування адре-

сата й адресанта, та вставні конструкції, які спрямовують увагу читача [3, с. 15].

На думку Є. С. Коваленко «абсолютна перевага простих речень у рекламних текстах пов'язана з їхньою динамічністю, експресивністю, невеликою довжиною та необхідністю швидко та результативно сприйматися споживачами, а також із впливом розмовного мовлення» [4, с. 283]. Імперативні речення можуть допомогти потенційному споживачу прийняти рішення, закликаючи до виконання пропонованої дії [4, с. 284]. Є. С. Коваленко пропонує «ідеальну» модель речення рекламного тексту: «просте, членоване, розповідне, стверджувальне, неокличне, односкладне буттєве номінативне, поширене, неускладнене речення зі всіма матеріально вираженими членами (повне)» [4, с. 287].

Також на синтаксичному рівні виокремлюють такі засоби прагматичного впливу: експлікація, що пояснює, чому слід обрати конкретний товар; спонукальні речення (встановлюють контакт із реципієнтом); розповідні (зменшують емоційну напругу); питальні (краще затримуються в пам'яті); окличні (запевняють у впевненості в результаті) [5, с. 78–79]. Дієслова збільшують шанси на запам'ятовування повідомлення, адже вони «є значно яскравішими з позиції уявлення про картинку і фактично всі є конкретними, а відповідно, ближчими до реальності» [6, с. 73].

Щоб при перекладі зберегти вплив на реципієнта та викликати такі ж емоції як і в оригіналі, зберігаються, або ж підбираються контекстуальні відповідники тропам, таким як метафори, гіперболи, персоніфікації тощо [7, с. 131]. Щоб переклад був адекватним і якісним, можливе застосування таких перекладацьких трансформацій як калькування, граматичні заміни, антонімічний і нульовий переклад, компенсація, підбір еквівалентів. А от дослівний переклад є небажаним [7, с. 131]. У нашій роботі, ми переважно послуговуємося класифікацією перекладацьких трансформацій В. Н. Комісарова [8, с. 172–176]. Він виділяє серед них:

- лексичні (які, в свою чергу, поділяються на формальні (транскодування (до якого входять транскрипція, транслітерація, змішане й адаптивне транскодування) та калька) і лексико-семантичні (конкретизація, генералізація та модуляція);
- граматичні (дослівний переклад, поділ і об'єднання речень, граматичні заміни);
- лексико-граматичні (антонімічний і описовий переклади, компенсація).

Формування мети статті. Мета нашого дослідження – розкрити особливості реалізації прагматичного впливу французької реклами через притаманні їй граматичні засоби виразності, а також – визначити методи та трансформації, застосовувані при перекладі різних граматичних конструкцій у французьких рекламних текстах медичної та косметичної галузі. Для цього маємо з'ясувати теоретичні передумови дослідження граматичних засобів виразності в рекламних повідомленнях; систематизувати підходи до створення ними прагматичного впливу в рекламних текстах і методів його збереження при перекладі; дослідити частоту застосування найпоширеніших граматичних засобів виразності у французьких рекламних текстах медичної та косметичної галузі; виявити перекладацькі трансформації, які вживаються під час їхнього перекладу з метою збереження їхньої комунікативно-прагматичної функції. Матеріалом дослідження слугують фрагменти з текстів сучасного французького рекламного дискурсу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглянемо, перш за все, імперативні форми дієслів, які трапляються в рекламних текстах медичних і косметичних засобів найчастіше. Здебільшого, для їхнього перекладу застосовується модуляція. Так, у фразі «*Prenez le contrôle de votre santé vaginale*» («*Слідкуйте за вашим інтимним здоров'ям*») спонування «*prenez*» замінено в українській на дієслово «*слідкуйте*», яке стисло та ефективно передає намір автора. В реченні «*Transformez visiblement l'apparence de votre peau avec confiance in a cream*» («*Помітно покращіть стан вашої шкіри з впевненістю в кремі для обличчя*») дієслово «*transformez*» перекладено відповідником з інтенсивнішим сенсом «*покращіть*», який створює більший вплив на реципієнта. В наступних прикладах імперативи так само піддаються модуляції задля підвищення ефективності переконання потенційного споживача: «*Pour ses premiers bains, faites confiance à Micha*» («*Для перших купань вашого малюка, обирайте Micha*»); «*Réveillez une peau aussi forte que vous!*» («*Поверніть собі таку ж доглянуту шкіру, як і ви сама!*»); «*Boostez votre forme naturellement!*» («*Повертайте у форму природнім шляхом!*»); «*Sublimez la nature de vos cheveux...*» («*Додайте природності своєму волоссю...*»); «*Faites le plein d'énergie Bio!*» («*Наповніться енергією природи!*»); «*Vivez votre beauté nature avec Coslys!*» («*Оживіть вашу красу з Coslys!*»); «*Détoxifiez votre organisme!*» («*Очистіть свій організм!*»); «*Enchantez votre peau... Satinez votre beauté!*» («*Вражайте всіх станом своєї шкіри... Підкресліть вашу красу!*»); «*De la nature, puisiez votre force*» («*Примножуйте свою силу завдяки природі*»). Наступним за частотою способом перекладу імперативів є підбір прямих еквівалентів. На нашу думку, він дозволяє якнайточніше передати намір автора без зміни сенсу висловлювання. Простежимо еквівалентний переклад у таких прикладах: «*Profitez de la vie en santé plus longtemps! Vitoli: 100% naturel et efficace! Soulagez rapidement votre stress avec les produits de qualité supérieure Vitoli*» («*Насолоджуйтеся здоровим життям довше! Vitoli: 100% натуральний і ефективний засіб! Швидко долайте стрес завдяки високоякісній продукції Vitoli*»); «*Hydratez votre beauté!*» («*Зволожуйте вашу шкіру для підтримання краси!*»); «*Optez pour notre Poudre de Shampoing éco-responsable*» («*Обирайте наш сухий шампунь без шкоди для навколишнього середовища*»); «*Ne cherchez plus*» («*Не шукайте інших варіантів*»). До граматичної заміни вдаються, коли необхідно зберегти сенс повідомлення, дотримуючись норм мови перекладу. Так, у реченні «*Prenez soin de vous, détoxifiez votre organisme en profondeur*» («*Піклуйтеся про себе, обираючи глибокий детокс організму*») дієслово в імперативі було замінено на дієприслівник із додаванням лексичних одиниць. Власне, додавання – ще один спосіб перекладу дієслів у наказовому способі, який дає можливість детальніше донести думку автора повідомлення до реципієнта: «*Découvrez le nouveau soin booster d'éclat*» («*Відкрийте для себе новий догляд для сяючої шкіри обличчя*»). Останньою за частотою застосування є така трансформація як антонімічний переклад. Вважаємо, що він допомагає зберегти емоційність повідомлення при перекладі: «*Restez fidèle à votre teint rosé*» («*Не зраджуєте природному відтінку вашої шкіри*»).

Наступними за частотою вживання в рекламних текстах є займенники 2-ї особи множини. Найчастіше вони перекладаються еквівалентами в українській мові: «*Le collagène Aminolock et le curcuma pour le bien-être de vos articulations*»

(«Коллаген Aminolock і куркума для здоров'я *vos* суглобів»); «*Votre* peau fonctionne comme si elle avait 10 ans de moins» («*Vasha* шкіра така ж пружна, як і раніше»); «Le plein d'hydratation pour *votre* visage!» («Повне зволоження шкіри *vashogo* обличчя!»); «Renforcez *votre* Immunité pour l'hiver!» («Укріплюйте *vous* імунітет взимку!»); «*Vos* nuits sereines avec D-stress Sommeil» («Ваші спокійні ночі з D-stress Sommeil»). Іноді застосовується трансформація опущення, як у фразі «Boostez *votre* forme naturellement!» («Повертайтеся у форму природнім шляхом!»), але експресія повідомлення при цьому зберігається. Граматична заміна застосовується для передачі наміру автора повідомлення згідно з нормами мови перекладу. Так, у реченні «100% des actifs de la plante pour *vous* détendre et *vous* apaiser» («100% діючих речовин рослини для *vashogo* спокою та розслаблення») особовий займенник було замінено на присвійний.

Питальні речення також становлять вагому частину серед граматичних засобів впливу в рекламних текстах. Здебільшого, для їхнього перекладу застосовується модуляція, яка додає експресії повідомленням: «*Coup de fatigue?*» («*Втомилася?*»); «*Vous voulez perdre du poids?*» («*Хочете скинути зайві кілограми?*»); «*Vos enfants sautent partout?*» («*Ваші діти – неважкові?*»). Іноді на допомогу приходять і дослівний переклад, який хоч і не є бажаним, але в деяких випадках є найкращим варіантом збереження сенсу повідомлення: «*Rides? Peau terne?*» («*Зморшки? Тьмяна шкіра?*»); «*Fatiguée d'être fatiguée?*» («*Втомилася втомлюватися?*»). Завдяки трансформації додавання сенс повідомлення стає чіткішим і зрозумілішим: «*Le nouveau luxe?*» («*Новий вид розкоші?*»); «*Envie de mincir bio?*» («*Бажаєте схуднути природнім шляхом?*»).

Наступним граматичним засобом створення впливу в рекламі є займенник 1-ї особи однини. Він реалізує стратегію наведення власного прикладу й таким чином створює бажаний ефект на споживача. Найчастіше він перекладається українським еквівалентом, як у прикладах «*Mon* immunité, j'en prends soin!» («*Я* піклуюся про *свій* імунітет!»); «*Enfin, je* fais mes nuits!» («*Нарешті я* міцно сплю!»); «*Mon* été avec Sensilube... sensiblement bien» («*Моє* літо з Sensilube... відчутно краще»). Також можливе додавання лексичних одиниць для більшої зрозумілості, як у випадку з реченням «*Pour mon* Immunité et *ma* Vitalité, je choisis ImmuVit 4G Multivitamines et immunité» («*Для підтримки свого* імунітету та *бадьорості, я* обираю ImmuVit 4G Мультивітаміни та імунітет»). Граматична заміна у фразі «*J'ai* Nœréka» («*У мене є* Nœréka») робить текст таким, що краще сприймається українським адресатом. Насамкінець, опущення в реченні «*Stop! à ma* sécheresse intime» («*Стоп! сухості в інтимній зоні*») створює ефект узагальнення та дає зрозуміти, що рекламований засіб підійде всім.

Останній за частотою використання засіб виразності у франкомовних рекламних текстах – це ступені порівняння прикметників. Вони інтенсифікують окремі складові висловлювання та створюють ефект переконання, наприклад: «*Echinacée* SIPF bio, *le meilleur* de la plante fraîche Argile du Velay. Un monde *plus sain* par l'argile!» («*Біо* Ехінацея, *найкраща* зі свіжих рослин Argile du Velay. Робимо світ *здоровішим* з гли-

ною Argile du Velay!»); «*Notre meilleur* anti-âge, maintenant pour les yeux» («*Наш найкращий* антивіковий засіб, відтепер – для шкіри навколо очей»); «*Le meilleur* magnésium. La boisson *la plus savoureuse, la plus facilement assimilable et la plus aimée* qui soit» («*Найкращий* магній. *Найсмачніший, найлегше засвоюваний і найулюбленіший* напій»). Як видно з наведених прикладів, при передачі французьких прикметників вищого та найвищого ступенів порівняння, застосовують еквівалентний переклад.

Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків у даному науковому напрямку. У роботі було досліджено підходи до вивчення граматичних засобів виразності у французьких рекламних текстах медичної та косметичної галузі, які слугували основою для проведення подальшого аналізу. Було визначено, що найчастіше автори повідомлень застосовують імперативи (43,9%), за ними слідує займенники 2-ї особи множини (17%), питальні речення (17%), займенники 1-ї особи однини (14,6%) і ступені порівняння прикметників (7,3%). Для перекладу наказових форм дієслова використовують модуляцію (61,1%), прями еквіваленти (22,2%), граматичну заміну (5,5%), додавання (5,5%) й антонімічний переклад (5,5%). Займенники 2-ї особи множини передаються прямим еквівалентом (71,4%), граматичною заміною (14,3%), або ж опускаються (14,3%). Для питальних речень стає в нагоді модуляція (42,9%), дослівний переклад (28,6%) та додавання (28,6%). Займенник 1-ї особи однини передають його українським еквівалентом (42,9%), додаванням лексичних одиниць (14,3%), граматичною заміною (14,3%), або ж опускають (14,3%). Для прикметників вищого та найвищого ступенів підбирають еквіваленти (100%).

Перспективою є подальше вивчення лексичних і стилістичних засобів виразності у французькому рекламному дискурсі та способів їхнього перекладу з метою збереження прагматичної мети.

Література:

1. Арешенкова О.Ю. Комунікативно-прагматичні та стилістичні параметри рекламного тексту : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Кривий Ріг, 2016. 230 с.
2. Гузенко С.В. Синтаксис рекламного дискурсу : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2010. 20 с.
3. Зелінська О.І. Лінгвальна характеристика українського рекламного тексту : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Харків, 2002. 17 с.
4. Коваленко Є. Типологія речення в українських рекламних текстах / Лінгвістичні студії. Збірник наукових праць. Випуск 16. 2008. С. 282–287.
5. Смушак, Т.В., Беженар, Т. В. Лінгвістичні засоби маніпулятивного впливу в сучасних франкомовних рекламних текстах. Південний архів (філологічні науки). 2020. № 81. С. 76–80. URL: <https://scholar.archive.org/work/ovt3nkvsbwgldcp4u4i5vz3xhm/access/wayback/https://pa.journal.kspu.edu/index.php/pa/article/download/628/625/> (дата звернення: 01.02.2023)
6. Бернадская Ю.С. Текст в рекламе : учеб. пособие. Москва : ЮНИТИДАНА, 2008. 288 с.
7. Школяр Л. В. Урахування лінгвопрагматичних аспектів при перекладі текстів рекламного дискурсу (на матеріалі французької соціальної реклами). Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Перекладознавство та міжкультурна кому-

нікація. 2018. Вип. 2. С. 128–131. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pvxduptk_2018_2_27 (дата звернення: 01.02.2023)

8. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение : учеб. пособие. Москва : ЭТС, 2002. 424 с.

Parchevska D., Poliuk I. Frequency of use and methods of translation of grammatical means of expression in French advertising of medical and cosmetic products

Summary. The article has been devoted to the peculiarities of the implementation of the pragmatic influence of French advertising texts through grammatical means of expression, as well as to the definition of methods and transformations used in the translation of various grammatical constructions in French advertising of the medical and cosmetic industries. The analysis is carried out on the basis of modern French advertising discourse, namely the texts of advertisements for medical and cosmetic products. This industry is developing at a fast pace, and the processes of globalization and the experience and authority of French pharmaceutical companies contribute to the spread of their products in various countries of the world, including Ukraine. In order to attract the attention of a potential consumer to a specific

product and induce them to purchase it, the authors of advertising texts resort to the use of various linguistic means of expression. At the syntactic level, the following means of pragmatic influence are: explication, persuasive, interrogative and exclamatory sentences, as well as the wide use of verbs. The most common among them are grammatical constructions, among which imperatives, 2nd person plural pronouns, interrogative sentences, 1st person singular pronouns and degrees of comparison of adjectives are used the most often. Modulation, direct equivalents, grammatical substitution, addition, and antonymic translation are used to translate imperative forms of verbs. Pronouns of the 2nd person plural are rendered by a direct equivalent, a grammatical substitution, or are omitted. Modulation, literal translation and addition come in handy in case of interrogative sentences. The pronoun of the 1st person singular is transferred by its Ukrainian equivalent, addition of lexical items, grammatical substitution, or is being omitted. Equivalents are selected for adjectives of higher and the highest degrees.

Key words: advertising, grammatical means of expression, pragmatic influence, medical and cosmetic products, advertising text, communicative purpose.

Sevastiuk M. I.,

orcid.org/0000-0001-5548-8144*Ph.D. Student at the Department of Theory and Practice of Translation from English
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

RENDERING CONFRONTATION STRATEGIES IN THE PROCESS OF POLITICAL DISCOURSE TRANSLATION: COGNITIVE MODELING

Summary. This article offers an exploratory approach to the cognitive modeling of the process of political discourse translation focusing on the applied problem of rendering confrontation strategies of American politicians in the Ukrainian translation. Empirical investigations conducted within the comparative study of written translations by two sample groups, together with the psychological observations of their retrospective TAPs (think-aloud protocols) verbalizations let us create the scenario that algorithmizes the process of rendering confrontation strategies in the political discourse translation by structuring the translation process into a certain number of sequential processes, which we expressed and described with the help of frames and subframes. Based on the existing cognitive models of the translation process, results of retrospective TAPs analysis, and taking into account the specific nature of the object of our research, we suggested our translation scenario using the following frames: “Analyzing the communicative situation of translation” which is consistent with the stage of pre-translation analysis, “Processing a translation unit” and “Finding an equivalent”, which together make up the stage of the actual translation, and “Evaluation of results”, that finishes the process of translation with the verbalization of the text. The evidence from this study suggests that most frequent translation shifts on the macrocontextual level are observed in the first stage of pre-translation analysis, and can lead to the complete distortion of the pragmatic purpose of the original message. Whereas, the majority of microcontextual translation errors occur while working with the frames “Processing the translation unit” and “Finding equivalence”. The purpose of the final frame is to identify these mistakes and prevent possible negative shifts of meaning. We established some highly recurrent patterns that show certain correlations between the stages and frames activated within the process of translation and the translator’s competence, which affects the quality of translation. Moreover, several factors that influence the choice of translation strategies at each stage were identified.

Key words: cognitive modeling, translation process, translation scenario, political discourse translation, confrontation strategy, confrontation tactics.

Problem statement. The incorporation of cognitive research into the field of translation studies has considerably broadened the spectrum of inquiry and provided a new theoretical comprehension of translational activity as a complex system with a dynamic and heuristic nature. This has led to the reorientation in the field, implying a much more central position for the individual translator [1, p. 116] and offering more insight into what goes on in the translator’s cognition, or ‘black box’. The paradigm shift has

signified the turn to process-oriented studies, redirecting the focus of scholars from the result of translation to its process.

Although this approach proves interesting, there are certain objective difficulties in describing the process of translation. The translator’s cognition is not open to direct scrutiny, which does not allow the study to go far beyond the empirical framework. For this reason, a major toolkit has been offered by cognitive science methodology, including verbal reports (TAPs, dialogue protocols, retrospection), as well as so-called ‘hard methods’, which have emerged with the latest advancement of technologies and software, such as eye-tracking, video and screen recording, keystroke logging, etc [2, p. 15].

The method of cognitive modeling seems applicable in the situation where the object of cognition is inaccessible for direct study and is replaced by a substitute – a hypothetical model, which, carrying similar properties to the object under scrutiny, provides information about this object or its parts. The translation process involves more than one dimension and comprises the processes of understanding, interpretation, comparison, inference, weighing of possibilities, planning, combining, etc. [3, p. 20] which are interactively united. However, we can study it by building empirical theories or simplified representations, i.e. *cognitive models*, to describe the process of translation or its stages or generate possible explanations and predictions that can be tested [4, p. 155].

With the help of modeling, translation theorists aim to map the entire translation process, reveal translation mechanisms and algorithms, describe the actions and decisions translators take, strategies and tactics they use, as well as establish the level of equivalence and quality assessment criteria that ensure successful interlingual communication.

While there are many descriptions of translation process models (see, e.g. *functional, communicative, interpretive models of translation*), each of them has been subjected to some criticism for being inherently hypothetical and conjectural by nature. A translation model tends to have a relative nature while it describes the sequence of actions that can be undertaken to solve a translation task under the specific conditions of the translation process. As the variables of the translation process change (translation type, purpose, communicative situation, etc), the corresponding changes are introduced to the algorithms and decisions made by translators. Moreover, we cannot eliminate the role of creativity, intuition, and the translator’s personality from the process of translation. Subsequently, any of the translation models may be preferable for describing the particular type of translation and its applied problems. To this end, the applied models appeared, which focus on the specific types or problems of translation.

Although in practice a translator can achieve the desired result without following any of the established translation models, knowledge of theoretical models can help them in solving complex translation problems. Moreover, as translation is a process that often entails conditions of considerable risk [5, p. 67] (uncertain circumstances and quality assessment criteria, lack of time for preparation, insufficient background knowledge, ad hoc terminology, emotional state of the translator, etc), translation modeling helps to introduce an amount of routinization to the translation process as far as decision-making is concerned, and serves as a 'course of action', or an 'action plan' that is oriented to the totality of the text to be translated and excludes arbitrary assignment of meaning. It minimizes the factor of improvisation and intuition, though leaving space for creativity. Along with its theoretical value and explanatory potential, modeling can find its application among practicing translators, helping to reduce time, stress, and effort put into the translation process, as well as among translation students by serving didactic purpose.

Analysis of recent research and publications. Cognitive approaches to the study of translational mechanisms, and particularly process-oriented studies, have been examined intensely with reference to the study of nature, methods, and causes of the translator's actions in the process of their work. Within the psycholinguistic and cognitive approaches, the focus of researchers is addressed primarily on such important issues as the cognitive nature of translation strategies [6], the cognitive basis of translation errors [7], the acquisition of translation competence [8], the types of units that translators focus on while translating/interpreting the original text [7; 9], etc.

The analysis of the translation process from the viewpoint of cognitive studies has been carried out by V. Wills [3], P. Sicking [10], P. Kußmaul [11], H. Yenchewa [12], V. Demetska and O. Rebrii [13], and others. In their works, the translation process is represented as a series of speech and mental operations, which result in forming certain meanings in the translator's mind, based on which the translated text is produced.

Regarding the applied aspects of translation, the cognitive approach finds its representation in the development of translation models that are built on the basis of one particular type of translation. These studies, include, for example, modeling the process of simultaneous interpreting [14; 15]; models for translator and interpreter training [16]; cognitive modeling of the technical translation process [17]; interactional model of literary translation (prosaic and dramatic texts) [18].

The research relevance. In the context of the interdisciplinary nature of the analyzed scholarly inquiries, as well as taking into account the specifics of political discourse as the material for translation, our research focuses on the process of political translation as a specific type of translational activity, which has not yet received the sufficient research interest and requires more careful study through the prism of new scientific paradigms.

Whereas translation of political discourse is regarded as an anthropocentrically and functionally-oriented activity, the cognitive approach to its research allows us to take full account of its strategic nature, as well as emphasizes the role of the translator in preserving and reproducing the confrontational meanings of the original message.

The aim of the research is to model the cognitive process of political discourse translation focusing on the applied problem

of rendering confrontation strategies of American politicians in the Ukrainian translation. **The main objectives** of this research are: a) to identify the main stages of the political translation process (focusing on rendering confrontation strategies of political texts) in the form of frames and subframes, and to describe them; b) to determine factors that influence the translation process at each stage.

In order to attain the aim and objectives of the research we used the following methods and research tools: a method of cognitive modeling for the creation of the translation scenario, which was later tested with a help of comparative analysis of a written translation of a political text from English into Ukrainian and psychological observations of the retrospective think-aloud protocols for on-sight experiment translations. To interpret the results, we used mathematical-statistical methods.

Two sample groups were formed of 10 undergraduate students majoring in translation (Group 1), and 10 practicing translators (Group 2) who were asked to perform a written translation of the text composed of abridged pieces of speeches and debates made by American politicians, which demonstrated the high level of confrontation. It is worth pointing out that the participants were not given any translation brief with the particular requirements or instructions. They were just informed about the type and direction of translation, text genre, communication parties, and settings. While registering the results of retrospective TAPs verbalization, we asked the sample group members to focus predominantly on the thoughts of hypothetical stages, which they underwent in the process of translation, and comment on the main difficulties and specificities which they had while going through these stages; time, that they spent on each stage; and factors, which influenced the choice of employed translation strategies and decisions.

Discussion and Results. In order to model a translation process, we considered the reproduction of the confrontation potential of political communication as one of the applied problems of translation and, accordingly, a subsystem in the system of political texts translation. Thus, as a cognitive process aimed at solving a problem, rendering confrontation tactics in translation was regarded through the prism of such stages as the formulation and analysis of the problem, the advancement of a hypothesis, its verification, and the evaluation of the results (Fig. 1).

We believe that the processes of translation of problematic text fragments can be structured most consistently within the framework of the cognitive category of the scenario, which we use as a paradigm for modeling the process of rendering confrontation tactics in translation. We regard the scenario as a set of stereotyped actions aimed at solving a specific problem – in our case, the reproduction of confrontation tactics markers in the translation of political texts.

A fragment of the original text containing a problem for translation (i.e. means of implementing a confrontation strategy) is considered an object, and compliance with the target language is the aim of the translation activity. The solution to the problem of translation can be divided into several intermediate tasks, which we will try to outline in the form of frames and subframes. The solution of each intermediate task allows one to move on to the next intermediate task – to the next stage of translation.

Based on the analyzed cognitive models of the translation process, results of retrospective TAPs analysis, and taking into account the specific nature of the object of our research, we've modelled our own translation scenario (Fig. 2) using the following frames: "Analysis of the communicative situation of translation"

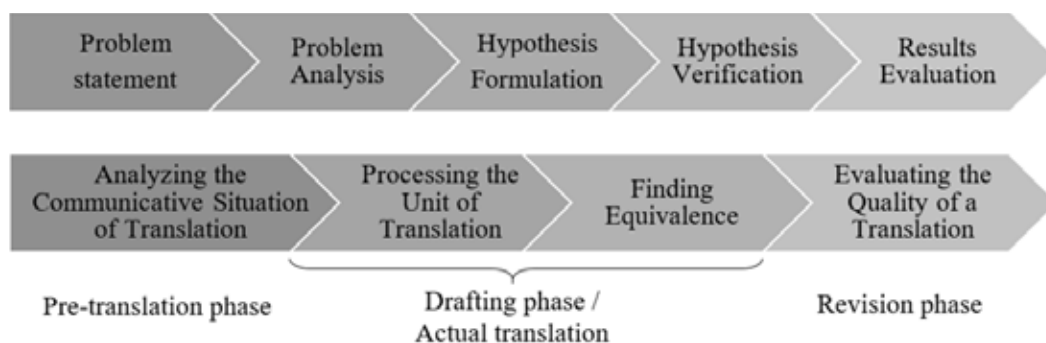


Fig. 1. Stages of the translation process as a problem-solving activity

which is consistent with the stage of pre-translation analysis, “Processing a translation unit” and “Finding an equivalent”, which together make up the stage of the actual translation, and “Evaluation of results”, that finishes the process of translation with the verbalization of the text. Let us consider in detail each of the components of the suggested scenario.

Analyzing the communicative situation of translation

The frame “Analyzing the communicative situation of translation” precedes the process of actual translation and determines the actions the translator undertakes at each stage. It consists of a pre-translation analysis of all relevant features of the situational context (pragmatic, socio-cultural, psychological factors) in which the translation takes place, and affects the reception and understanding of the message by the recipient.

We believe that the identification of the specific tasks and problems in translation, as well as determining the optimal way to solve them, largely depends on the type of communicative situation in which the translation takes place. The important subframes at this stage are “Identifying the communicative purpose of the message” and “Identifying communicative strategies and tactics of the speaker”. The former is a fundamental stage

of the translation process, which largely determines its success at the subsequent stages. Reproduction of the pragmatic function in translation involves the fullest transferring of communicative goals, intentions, and motives of communicators embedded in the text with the help of language units that have subordinate subject-logical and connotative meanings. Thus, the correct rendering of the communicative purpose of the original is taken as a translation invariant, which the choice of translation strategy and subsequent choice of translation methods are subordinate to. The latter is a logical continuation of the scenario, as it is the communicative strategy that embodies the communicative purpose of the speaker, and tactics, respectively, signify concrete actions for its implementation. Our on-sight experiment has shown that the incorrect identification of the speaker's global intention (communicative purpose of the message) and means of its expression (communication strategies and tactics) can lead to a complete distortion of meaning in translation and, in the case of political communication, unpredictable consequences on a global scale.

This stage gives a translator a basis for solving macrocontextual problems, i.e. a plan that is oriented to the totality of the text to be

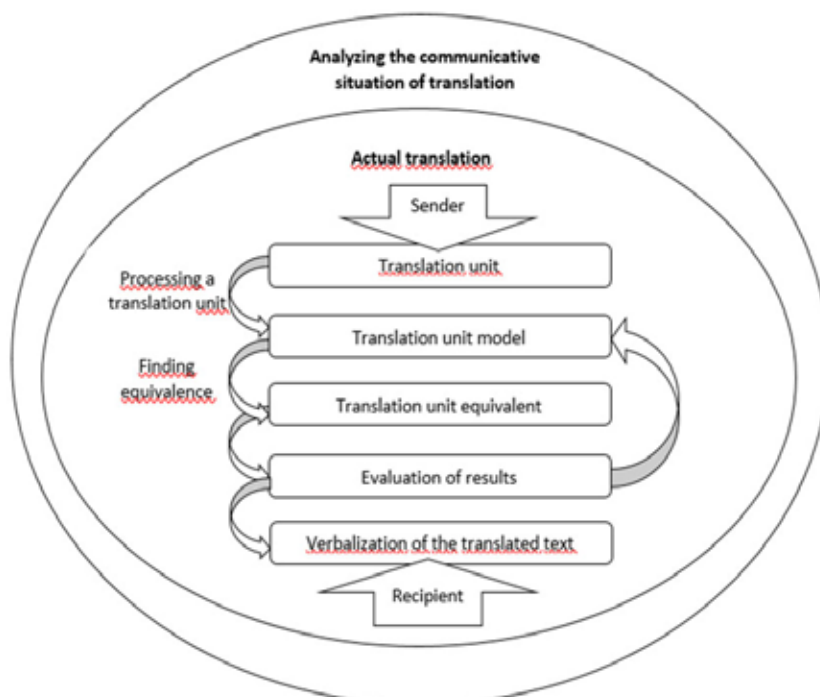


Fig. 2. A translation scenario of “Rendering confrontation tactics in the translation of political texts”

Table 1

A proportion of the use of translation strategies by sample groups

Communicative tactics of confrontation	Amount of tactics use	Group 1		Group 2	
		Reproductive strategies	Adaptive strategies	Reproductive strategies	Adaptive strategies
Accusation	16	11	5	10	6
Interruption	7	7	0	7	0
Threatening	3	3	0	3	0
Name-calling	11	8	3	6	5
Insulting	10	4	6	7	3
Irony	13	8	5	9	4
Overall amount of translation units					63

translated and excludes arbitrary assignment of meaning [3, p. 27]. It means that a translator gets a clear idea of the content of the text, understands what its communicative purpose is and for what reader or group of readers the target text is intended. Here a rough orientation is usually enough, for which the Lasswell formula [19] can be helpful as a problem-solving scheme. Thus, pre-translation analysis of translation situation components (even an intuitive one), as a frame that initiates the translation scenario, helps to avoid translation mistakes at the macrocontextual level, and has a decisive influence on the translator's choice of a global translation strategy and the application of local strategies in each case.

In their TAPs verbalizations, participants of Group 2 tended to avoid commenting any factors associated with the first stage, which can signal that they paid minimal attention to the pre-translation analysis of the relevant features of the situational context of the translation. Group 2 started the translation process by carefully getting familiarized with the text of the translation and the main parameters of the communicative situation of translation. In their commentaries, they reported that while facing any translation problem connected to rendering confrontation strategy in the proposed texts, they bore in mind the genre of translation, communicative purpose, and functions of the original, as well as communicative strategies and tactics of the speaker.

It is at this stage that, relying on the analysis of the situational context of interaction, psychological, demographic, social, and personal characteristics of the translator, their experience, the translator chooses an optimal global translation strategy (within the subframe “*Identifying the global translation strategy*”), which dictates the general trend of rendering confrontation strategy markers in translation.

We could observe some patterns regarding the strategies both groups used, as well as the factors which influenced the choice of translation strategies in each group (Table 1).

As was previously stated, participants of Group 1 have shown a tendency towards avoiding this frame at the initial stage of their translation process, which generally resulted in skipping the subframe “*Harmonizing translation variants with the global translation strategy*” while choosing the best suitable equivalent, thus demonstrating the more intuitive and unsubstantiated ratio between reproductive and adaptive strategies. Participants of Group 2 tended to stick to one macrostrategy in dealing with particular communicative tactics, having thought of the best suitable strategy at the stage of pre-translation analysis. We attribute this tendency to the higher level of strategic sub-competence associated with experienced translators. However, translations of this group have also shown several unsubstantiated deviations from the initially

chosen strategy. Such deviations may be explained by pragmatic and semantic inconsistencies between similar means of confrontation tactics in two languages, the need to explicate the images implied in confrontation tactics (e.g., in tactics of irony and hidden mockery), provide a descriptive translation or substitute one stylistic means with another one (e.g., in case of invectives based on puns or wordplay), or even a high rate of emotions and stress associated with rendering confrontation strategy.

Processing the unit of translation

The retrospective TAP analysis let us compose the description of this stage which was fairly similar for both parts of the sample group. The translator, who at the stage of pre-translation analysis has already identified all features relevant for the translation situation and at the stage of analysis of the message (interpretation, decoding) has determined the main intention of the author and the communicative strategies that it is implemented in, begins the process of actual translation which is initiated by the frame “*Processing the unit of translation*”.

This frame is constituted by subframes “*Extracting the translation unit*”, “*Analyzing the translation unit*”, “*Analyzing the linguistic context of the translation unit*”.

Within the subframe “*Extracting the translation unit*” the translator, based on their knowledge of cultural, historical, stylistic, lexical, and grammatical features of the source and target languages singles out the fragments in the text which are difficult to translate – translation units.

We follow the most common definition in psycholinguistic and cognitive approaches that study translation as a process and define the translation unit as ‘the stretch of source text on which the translator focuses attention in order to represent it as a whole in the target language’ [9, p. 304], that is a focus of translator’s attention in each given situation.

Thus, we assume that the units of translation in rendering confrontation in political discourse are represented by confrontation tactics markers, including invectives, pejoratives, metaphors, and allusions with negative evaluative coloring, other lexical, stylistic, and grammatical means with negative connotations.

After singling out the translation unit, the translator moves on to the next subframe – “*Analyzing the translation unit*”, which results in the creation of a translation unit model that predetermines the choice of the optimal equivalent. We highlight the following criteria by which the translation unit of the confrontation strategy can be analyzed at this stage: *defining denotations* (which involve *connotations* (additional shades of meaning), emotional load (expresses an emotion or feeling), *evaluative load* (expresses positive or negative judgments carried by the language unit),

expressive load (imagery that enhances what is said), and *stylistic load* (characteristic of certain functional styles and varieties of language); *defining linguistic context* (attributions, further development, wordplays, puns); and *defining a function*.

It was determined, that the stage of building a model of a translation unit requires from a translator to determine the function of a translation unit, which lets them to establish the meaning of the unit, its relationship with other parts of the text, and its role in the text. When analyzing the unit, it is also necessary to take into account the genre, style, and situational characteristics of the translated text, which is its broader context, identified at the stage of pre-translation analysis.

The comparative analysis of the on-sight experiment translations has shown that the majority of the mistakes associated with this stage occurred since translators failed to define the connotative meanings of the units which were realized within the confrontation strategy (especially in the cases of irony tactics, which was not always recognized by respondents), as well as the confrontation tactics markers which received a further development in the text, e.g. in the form of a joke, pun or word play. The former in some cases can be explained by negative shifts in translation scenario which occurred during the pre-translation stage (a failure to correctly identify speaker's communicative strategies and tactics, or a general tone of communication).

Finding equivalents

Based on the information obtained by the translator during the analysis of the unit, its linguistic and situational context, translation options are selected and analyzed. These processes take place within the frame "*Finding equivalence*".

By 'an equivalent' we mean a translation variant that guarantees the coincidence of the relevant (formal, semantic, expressive, etc.) components of the source and target translation units in each specific case. Thus, the process of synthesizing the required translation variant begins with the subframe "*Searching for translation options*", which is the process of selecting the target language unit that would correspond to the translation unit model created at the previous stage and consistent with the criteria set in the translation situation analysis, and, accordingly, the global strategy chosen for the translation (subframes "*Harmonizing translation variants with the global translation strategy*").

Next, based on the comparison of the original text frames and the corresponding frames in the target text, the translation method is chosen and the equivalent in the target language is selected or coined by using the frame "*Applying local translation strategy*".

However, it is necessary to note that the choice of an equivalent for a unit that causes difficulties in translation cannot be limited to a purely algorithmic way of solving the problem, which in our case is to follow the algorithm developed in the translation scenario. Translation activity often demonstrates a heuristic nature. This means that the selection of an equivalent often requires intuitive or creative decisions, which the translator makes based on linguistic and instrumental knowledge and competencies they operate with.

All participants had generally no problems at this stage, provided that they successfully dealt with the previous stage of extracting and processing the unit of translation. However, some problems could occur with choosing the best strategy to fully render emotional, evaluative, expressive, and stylistic loads pertaining to the confrontation strategy. Here, some

participants faced the moral and ethical problems of rendering confrontation, tending subconsciously to mitigate disputable words or expressions or even trying to fully omit them in their translations, which resulted in a certain kind of censorship. Some of the participants during TAP verbalization emphasized that they consciously resorted to adaptive strategies because of the ethical dilemma dictated by the traditionally institutionalized and formal nature of political discourse and some bias towards using (and consequently translating) confrontation markers, especially invectives and pejoratives, in this genre.

Evaluating the Results of Translation

The data formed under the structural component "*Equivalent*" let a translator formulate tasks for the frame "*Evaluating the results of translation*". The main component of this frame is the dynamic subframe "*Establishing compliance with the requirements*", which is the process of evaluating the selected translation option by the translator. The equivalent is checked for compliance with the requirements. The translator checks the features of the translation variant in the text, the degree of compliance with the criteria put forward during the analysis of the translation unit (matching denotative, connotative meanings, etc.), communicative characteristics of the message, and all relevant features of the situational context.

The translator evaluates the compliance of the translation result with the requirements and either includes the equivalent in the translation text, which updates the subframe "*Verbalization of the text*" (expressing the translation text containing the equivalent selected in the described scenario with the help of language means), or in case of any discrepancies – returns to the stage "*Finding equivalence*".

However, the problem here is to establish the appropriate criteria for this type of material. In our opinion, the most suitable criterion for evaluating the quality of the translation of political texts can be pragmatic equivalence, which requires, first of all, to render the main communicative function of the original text. The translator must convey not only his vision of the situation model of the source text, but also compare it with the intentions of the author and the recipient. At the same time, the successful rendering of the pragmatic potential of the text depends on the use of adaptive strategies, which help to transfer the communicative intention of the author, pragmatic properties of the original, taking into account the factor of the recipient, their linguistic and cultural stereotypes.

Moreover, since the application of the confrontation strategies by political leaders has a strong stylistic and expressive coloring and is aimed primarily at provoking a certain reaction from political opponents and the audience, the translator cannot forget about the rhetorical appeal of such texts. Thus, we consider that communicative and expressive functions must be equally preserved in translation.

At the stage of "*Evaluating the results of translation*" we can finally observe all negative shifts which occurred at the earlier stages of the described scenario. In our experiment, the most frequent errors were made while working with the frames "*Processing the translation unit*" and "*Finding equivalence*". Such mistakes can be caused by a number of factors such as severe time constraints, direction of translation, national and cultural coloring of the confrontation strategy, psycholinguistic and emotional factors, insufficient background knowledge and translator's

competence, etc. The purpose of the final frame is to identify these mistakes and prevent possible shifts.

This stage was proposed only in the verbalizations of 8 participants from the sample group of practicing translators, thus showing that the students tend to generally stick to the first equivalent, without undergoing the process of self-reflection and self-evaluation. Some representatives of students' group talk about evaluation and editing as a final stage of their translation process, more in the form of proof-reading, though they do not mention any parts of this frame while working namely with separate translation units (not with the final product of translation).

Consequently, we can say that even despite the higher level of experience, professionals do not tend to neglect any of the given frames (however, some of the processes may undergo intuitively or automatically, saving a lot of time for other stages, the translators can consciously go back to any frame in case it is necessary for elaborating a better solution to a translation problem), pay more attention to pre- and post-translation stages and try to assess all possible dangers to minimize them.

With that in mind, we assume that translation process modeling can serve didactic purposes and help develop students' strategic sub-competence, i.e. teach them to plan the translation process, assess it, identify translation problems, and apply procedures to solve them. Moreover, it may help develop some psychological components of translation competence. By providing a student with an 'action plan' for the translation process, it helps reduce stress in the real situation of translation, to deal with emotions and attitudinal aspects, and to increase creativity, logical reasoning capacity, as well as confidence in one's abilities (self-efficacy), which often can be crucial for the translation process.

Conclusion. Empirical investigations conducted within the study of both written translations and retrospective TAPs verbalization revealed valuable features contributing to our understanding of the cognitive process of rendering confrontation strategy in political texts. The research resulted in the creation of the scenario that algorithmizes the process of rendering confrontation tactics in the translation of political texts by structuring the translation process into a certain number of sequential processes, which we expressed and described with the help of frames "Analyzing the communicative situation of translation", "Processing the unit of translation", "Finding equivalents" and "Evaluating the results of translation", each particular consisting of intermediate goals and components specified using subframes. Within the scenario, we put an emphasis on the frames "Analyzing the communicative situation of translation" and "Evaluating the results of translation", which initiate and end the translation process respectively, and can cause some major translation mistakes on the macrocontextual level. The evidence from this study suggests that most frequent microcontextual translation errors occur while working with the frames "Processing the translation unit" and "Finding equivalence". The purpose of the final frame is to identify these mistakes and prevent possible negative shifts of meaning.

Using the methodology of analytical thought and a comparative analysis of written translations, we have also established some highly recurrent patterns that show certain correlations between the stages and frames activated within the process of translation and the translator's competence, which affects the quality of translation. We have also indicated a number of factors that influence the choice of translation strategies at each stage.

This study is the first step towards enhancing our understanding of the cognitive process of rendering confrontation strategies in translation. Larger samples, control groups, and more reliable indicators would be necessary to confirm the results and findings of the present research. In our view these results constitute an excellent initial step toward elaborating the didactic basis for students and practicing translators, making them aware of potential applied problems in political discourse translation, and helping them to avoid arbitrary decision-making, reduce time, stress, and effort put into the translation process. However, further experimental research is needed to substantiate the didactic purpose of translation modeling. An important matter to concern in the context of rendering confrontation is also manipulation of the source text under the effects of ethical and emotion-related factors and its place in the proposed scenario.

References:

- Halverson, S. L. Reorienting Translation Studies: Cognitive Approaches and the Centrality of the Translator. *Translation: A Multidisciplinary Approach*. 2014. pp. 116–139.
- Xiao, K., & Muñoz Martin, R. Cognitive Translation Studies: Models and methods at the cutting edge. *Linguistica Antverpiensia*, New Series – Themes in Translation Studies, 2021. pp. 1–19.
- Wilss, W. Cognitive aspects of the translation process. *Language & Communication*. 1990. 10(1). pp. 19–36.
- Chesterman A. Models of what processes?. Describing Cognitive Processes in Translation: Acts and events. 2013. Vol. 8, no. 2. pp. 155–168.
- Pym, A. Translating as risk management. *Journal of Pragmatics*. 2015. 85. pp. 67–80.
- Jääskeläinen, R. Investigating Translation Strategies. en S. Tirkkonen-Condit y J. Laffling (eds.). *Recent Trends in Empirical Translation Research, Studies in Languages*. 1993. pp. 99–120
- Krings H. P. Repairing texts: Empirical investigations of machine translation post-editing processes. Kent, Ohio : Kent State University Press, 2001. 635 p. Kußmaul, P. Translation through Visualisation. *Meta*. 2005. 50(2). pp. 378–391
- The Cambridge Handbook of Expertise and Expert Performance / ed. by K. A. Ericsson et al. Cambridge : Cambridge University Press, 2006.
- Malmkjær, K. 'Unit of Translation', in Mona Baker (ed.) *Routledge Encyclopedia of Translation Studies* (1st edition), London & New York: Routledge. 1998. pp. 286–288.
- Sickinger P. Aiming for Cognitive Equivalence. Mental Models as a Tertium Comparationis. for Translation and Empirical Semantics. *Research and Language*. 2017. Vol. 15:2. pp. 213–236.
- Kußmaul, P. Translation through Visualisation. *Meta*. 2005. 50(2). pp. 378–391
- Єнчева Г.Г. Лінгвокогнітивне моделювання процесу перекладу авіаційних термінів : дис... канд. наук: 10.02.16. Київ, 2011. 201 с.
- Rebrii, O., Demetska, V. Adaptation, association, and analogy: triple A of the translator's decision-making. *East European Journal of Psycholinguistics*. 2020. 7(2). pp. 231–242.
- Moser, B. Simultaneous Interpretation: A Hypothetical Model and its Practical Application. In D. Gerver & H. W. Sinaiko (ed.), *Language, Interpretation and Communication*. 1978.
- Reiss, K. and Vermeer, H.J. Groundwork for a General Theory of Translation. Niemeyer, Tubergen. 1984.
- Gile D. Basic concepts and models for interpreter and translator training. Philadelphia, Pa: John Benjamins Pub. Company, 2009.
- Nefedova, L. A., & Remkhe, I. N. Towards Cognitive Modelling of the Technical Translation Process. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2014. vol.154. pp. 237–244.

18. Андрієнко Т. Інтеракційна модель перекладу. *Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах*. 2016. № 34.
19. Lasswell, H., Bryson, L. (ed.). *The Structure and Function of Communication in Society*. The Communication of Ideas. New York: Institute for Religious and Social Studies. 1948. p. 117.

Севастиук М. І. Відтворення стратегій конфронтації в процесі перекладу політичного дискурсу: когнітивне моделювання

Анотація. У статті розглянуто питання когнітивного моделювання процесу перекладу політичного дискурсу на прикладі вирішення прикладної проблеми відтворення конфронтаційних стратегій американських політиків в українському перекладі. Авторка пропонує власний опис сценарію перекладу проблемної одиниці шляхом структурування процесу перекладу на певну кількість послідовних процесів (фреймів), вирішення кожного з яких дозволяє перейти до наступного етапу перекладу та, в кінцевому рахунку, знайти оптимальне рішення для перекладу проблемного фрагменту тексту оригіналу засобами цільової мови. Були запропоновані наступні фрейми: «Аналіз комунікативної ситуації перекладу», «Опрацювання одиниці перекладу», «Підбір відповідника» та «Оцінка результатів». Кожен з цих фреймів складається з проміжних цілей та компонентів, які були описані за допомогою категорії субфреймів. Основну увагу акцентовано на фреймах «Аналіз комунікативної ситуації

перекладу» та «Оцінка результатів», які відповідають етапам доперекладацького аналізу і редагування, і відповідно розпочинають і завершують процес перекладу. Доведено, що неправильний аналіз комунікативної ситуації перекладу може призвести до повного спотворення прагматичної цілі вихідного повідомлення або спричинити помилки у перекладі, допущені на макроконтекстуальному рівні. Наголошено, що інформація, отримана на цьому етапі, має вирішальний вплив на вибір перекладачем глобальної стратегії перекладу та застосування локальних стратегій у кожному конкретному випадку. Фінальний фрейм «Оцінка результатів перекладу» дозволяє перекладачеві виявити і виправити негативні зсуви, які відбулися на попередніх етапах описаного сценарію. Запропонований сценарій протестовано за допомогою емпіричного дослідження, яке було проведено в рамках порівняльного аналізу письмових перекладів, виконаних двома вибірковими групами, а також аналізу вербалізацій ретроспективних протоколів «Міркуй вголос». Виявлено певний ряд закономірностей, які демонструють кореляції між компетенціями перекладача і етапами та фреймами, активованими в процесі перекладу. Виділено і описано фактори, які впливають на процес перекладу на кожному етапі, а також на вибір перекладачем глобальної стратегії перекладу.

Ключові слова: когнітивне моделювання, процес перекладу, сценарій перекладу, переклад політичного дискурсу, стратегія конфронтації, тактика конфронтації.

Сітко А. В.,

orcid.org/0000-0003-0071-038Xкандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської філології і перекладу
Національного авіаційного університету

Семигінівська Т. Г.,

orcid.org/0000-0002-6791-0397кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської філології і перекладу
Національного авіаційного університету

Струк І. В.,

orcid.org/0000-0002-8128-0205кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської філології і перекладу
Національного авіаційного університету

ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ ТЕКСТІВ ЖАНРУ НОН-ФІКШН

Анотація. Статтю присвячено дослідженню стратегій відтворення літератури нон-фікшн на матеріалі творів Ханни Арентд та їх українських перекладів, мовознавчих стратегій автора та впливу наміру автора на стратегію перекладу. Мета розвідки визначається важливістю дослідження як особливостей текстів жанру нон-фікшн так і їх перекладу. Під час дослідження було використано такі твори жанру нон-фікшн: «Банальність зла. Суд над Айхманом в Єрусалимі», «Джере-ла тоталітаризму» та «Між минулим і майбутнім».

Нон-фікшн є особливим феноменом сучасної белетристики, який поєднує особливості травелогу, психологічної і філософської прози. Література нон-фікшн знаходиться у динамічному розвитку, відкрита для трансформацій, оновлень і перебудов, має досить рухомі межі та своєрідну специфіку у стильовому оформленні та взаємодії з іншими жанрами. Відповідно до концепції семантичного перекладу, переклад літератури нон-фікшн визначається взаємодією двох стратегій: стратегії орієнтування на спосіб вираження у цільовій мові (доместикація), і стратегії орієнтування на збереження особливостей вихідної форми вираження (форенізація).

У перекладах нон-фікшн можна виділити два основні типи перекладацьких проблем: 1) проблеми розуміння оригіналу; 2) проблеми передачі цільовою мовою. Стратегії перекладачів, відповідно, варіюються залежно від того, вирішуються проблеми розуміння чи проблеми передачі – це може бути стратегічно зумовлена форенізація чи доместикація або ж спрощення тексту задля просвіти читача перекладу. Проведений аналіз засвідчив, що для перекладу текстів нон-фікшн з числа факторів, що визначають вибір стратегії перекладу, найбільше значення мають мета перекладу, тип тексту, що перекладається, і характер передбачуваного реципієнта перекладу.

Ключові слова: література нон-фікшн, перекладацькі стратегії, адаптація, доместикація.

Постановка проблеми. ХХ століття було плідним у розвитку засад перекладу, але, на жаль, не усі види літератури отримали рівноцінну увагу з боку дослідників. Зокрема, від-

чтуну теоретично-практичну прогалину з погляду розроблення й апробації методик порівняльно-зіставного аналізу текстів оригіналу й перекладу становить «література факту», яку ще називають документальною літературою, «фактографічною літературою», «нефікційною літературою», літературою *nonfiction*, тобто невигаданою літературою про реальність [1]. Тим часом, особливості текстового наповнення вирізняють роботу перекладачів у цій царині літератури на тлі загального процесу перекладу, спонукають до використання прийомів, актуальних для іншомовного відтворення тільки цього виду «документованої» творчості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зацікавленість літературою «нон-фікшн» спостерігається в лінгвістичному перекладознавстві останніх років, вона дедалі частіше стає об'єктом досліджень у наукових працях (І. Акіншина, О. Дацок та ін.), однак є ще багато лагун, як у теорії, так і в практиці. Тож актуальною залишається проблема теоретичного осмислення питань «нон-фікшн». Зокрема, немає узгодженості у термінологічному визначенні документальної літератури чи нон-фікшну, що викликає низку інших дискусійних і спірних моментів. Так, у літературознавчих словниках, довідниках дуже довго уникали визначення цих термінів, позитивна динаміка у цьому напрямі почалася із двотомної «Літературознавчої енциклопедії» Ю. Коваліва (2007 р.), де він подав стислі статті «Документ» і «Документальна література», однак, як стверджує Н. Колошук [2, с. 215–223], вони викликають більше запитань, ніж дають відповідей. Термін *nonfiction* / «нефікційна література» в науковому обігу українських дослідників довго був відсутнім. А в зарубіжному літературознавстві (Італії, Великій Британії, США, Канади, Австралії тощо) вчені давно послуговувалися поняттям «nonfiction». Визначення «література факту» широко вживане в польському літературознавстві як аналог вітчизняній дефініції «документальна література» та світовій «nonfiction». У новітніх словниках подається таке поняття «нон-фікшн» – це прозовий літературний твір, який

є ні романом, ні повістю, ні оповіданням; ділова чи критична проза [3]. У сучасному літературознавстві нон-фікшн називають «особливим літературним жанром», «художньо- публіцистичним жанром літератури»; досить поширеною є думка, що документалізм – це творчий напрям, жанр і стиль (П. Акройд, Б. Бойд; О. Галич та ін.). Зрозуміло, що існує тісний зв'язок між жанром, літературним напрямом і стилем, однак ці поняття не тотожні, вони потребують чіткої диференціації і конкретизації. Такі дефініції нон-фікшну в дослідницькій рецепції не прояснюють ситуацію, а ще більше її ускладнюють.

Мета роботи. Справедливим вважаємо твердження, що найважливішою ознакою жанру нон-фікшн «є автобіографічність, яка безумовно є максимально наближеною до реальних фактів та чіткого їх розподілу відповідно до історичного контексту, у її мовному аспекті, що знаходить відображення в різноманітності словесних рядів. Таким чином, література нон-фікшн поєднує в собі елементи різних стилів, елементи різних текстів-джерел, а також мовні засоби публіцистичності та документальності. Все це формує жанр нон-фікшн і мовну структуру образу оповідача в жанрі нон-фікшн, а відтак породжує перекладацькі труднощі» [4, с. 97]. Мета статті полягає у визначенні особливостей перекладу нон-фікшну у сучасній американській белетристиці та окресленні його специфічних рис у творах видатної письменниці, історика та філософа Ханни Арендт у жанрі «нон-фікшн», які виконані у період з 2002 по 2011 рр. Це й визначає наукову необхідність пропонованої розвідки.

«Нон-фікшн» як стиль американської документалістики. Головний принцип «нон-фікшн» – «максимум правдивості не тільки щодо самого змісту, але й у всіх деталях, документальності побудови окремих сцен, природність, діалогів тощо» [5, с. 175]. Деякі дослідники (до прикладу В. Шкловський) трактують «нон-фікшн» як «встановлену єдність певних стильових явищ, перевірених у своєму поєднанні досвідом, як вдалих, що володіють певним стильовим забарвленням і цілком сприймаються як система. Система ця часто визначається від самого початку налаштуванням через назву твору [6, с. 147]. Таке формулювання відіграє важливу роль передусім для читача. Реципієнт точно знає, що він отримує – роман, повість чи поему. Оскільки «нон-фікшн» притаманна певна стилістично-жанрова неоднорідність, його розглядали з різних рецептивних перспектив.

В основі «нон-фікшн» лежать чотири основні прийоми, визначені Т. Вулфом, згідно з якими автори у своїх текстах використовують специфічну лексику, діалоги, а також факт – як обов'язковий компонент даної структури. У цій розвідці ми розглядатимемо «нон-фікшн» як стиль американської документалістики ХХ століття та спробуємо проаналізувати особливості його перекладу в українській культурі.

Найближчим контекстуальним синонімом до «нон-фікшн» вважаємо *документальна проза, художня репортажистика, література факту, документальний роман*. У літературі нон-фікшн кожен інформаційний компонент (лексико-семантичний, культурологічний та експериментальний) має мовне оформлення. Знаряддя мислення виступає мова, яка виникає одночасно зі свідомістю і мисленням, стає безпосередньою дійсністю думки, своєрідною оболонкою мислення, що чуттєво сприймається, забезпечуючи людській думці реальне існування, а отже, бере участь не тільки у оформленні думки, але й у самому процесі її формування [7, с. 20]. Представлення предметів, явищ, фактів ситуацій дійсності, ціннісних орієнтирів, життєвих стра-

тегій і сценаріїв поведінки в мовних знаках називають мовною картиною світу [8, с. 305]. Дослідження мовної картини світу, що реалізується у текстах нон-фікшн, передбачає перш за все аналіз фактичної інформації, і, відповідно, одиниць лексичного рівня мови. Такий аналіз проводиться з метою визначення різних концептів і їхньої репрезентації у мові перекладу задля уникнення перекладацьких помилок.

Лексико-семантичні аспекти літератури нон-фікшн. Основною текстотвірною потенцією мовних засобів жанру нон-фікшн є їх смислова функція. Їх автор вводить зумисне у тканину художнього тексту, щоб розповісти, поділитися досвідом, констатувати та/або просто інформувати читача. Необхідними умовами збереження форми та смислу мовних одиниць є те, що, «по-перше, перекладач розпізнає прийоми і тактики, які автор використовує для створення стилістичної одиниці, по-друге, відшукує та підбирає подібні стилістичні елементи для відтворення первинного семантичного значення у друготворі» [9].

Особливий інтерес для дослідження крос-культурного характеру літератури нон-фікшн викликають лексико-семантичні аспекти, зокрема запозичення, оскільки вони можуть ускладнити роботу перекладача. Запозичення, як процес, це – звернення до лексичного фонду інших мов для визначення нових понять і предметів, до того ж часто самі ці поняття і предмети разом з їх назвами засвоюються від інших народів. Запозичені слова або інтернаціоналізми привносять з іншої мови новий елемент (незнайоме звучання, незнайоме написання) і тому, як правило, є стилістично маркованими [10, с. 812].

З погляду етимологічної належності у перекладі запозичена суспільно-політична лексика значною мірою представлена іншомовними словами – інтернаціоналізмами, вкрапленнями, екзотизмами та їх кальками. Майже вся інтернаціональна за формою політична лексика і фразеологія має адекватні відповідники в українській мові, тому у більшості випадків перекладачі Х. Арендт використовують оригінальне слово чи вираз англійською, німецькою або латиною без транслітерації, а лише потім експлікують його або добирають український відповідник.

У теорії та практиці перекладу інтерференція тлумачиться в лінгвальному плані, як помилка, яка полягає у вживанні в мові перекладу мовної одиниці, характерної для мови оригіналу. Міжмовні ідентифікації відбуваються, коли мовець прирівнює одиниці однієї мови до одиниць іншої з огляду їхньої схожості за формою, за дистрибуцією, або й тим і іншим. У випадку повної симетрії контактуючих мов, коли фрази, які породжені системою мови оригіналу, випадково опиняються відповідними до норм мови оригіналу, можливе так зване позитивне перенесення – збіг норм обох мов, але якщо цього не відбувається, то інтерференцію, тобто певне уявлення перекладача про семантичну структуру іншомовної лексичної одиниці, що визначається також як пастка внутрішньої форми, в якій лексична одиниця мови перекладу ототожнюється з лексичною одиницею іноземної мови на підставі подібності їх внутрішньої форми і всупереч розбіжності їх конотативного значення стає причиною руйнування авторського задуму [15].

Проблеми перекладу літератури нон-фікшн. Принцип семантичної еквівалентності за рахунок максимально точного відтворення асоціативних особливостей оригіналу передбачає відповідність тексту оригіналу. Перекладачам текстів Х. Арендт важлива семантично точна інтерпретація, яка може досягатися

необхідними нечисленними лексичними, морфологічними і синтаксичними трансформаціями.

Перекладачі також намагаються дотримуватися принципу збереження національної своєрідності твору. Це досягається установкою на формальну еквівалентність, покликану виявити мислення іншої культури. Характерною є тенденція до максимального обмеження свободи перекладача як посередника між письменником і читачем. Очевидним також є високий ступінь адаптації матеріалу національним особливостям культури перекладу. Перекладачі намагаються наблизити читача до перекладу, вводючи необхідні описові і пояснювальні елементи.

Ще одну проблему перекладу становить багатозначність більшості англійських філософських термінів, які, безпосередньо притаманні літературі нон-фікшн. До прикладу, Х. Арендт у своїх творах розділяє поняття, які ми в українських перекладах розглядаємо просто як «панування» або «володарювання», а саме підкорення однією людиною інших. Зокрема: *“Power corresponds to the human ability not just to act but to act in concert. Power is never the property of an individual; ... When we say of somebody that he is “in power” we actually refer to his being empowered by a certain number of people to act in their name. The moment the group, from which the power originated to begin with (potestas in populo, without a people or group there is no power), disappears, “his power” also vanishes”* [16]; – *«Влада відповідає людській схильності до дії, до злагодженої дії... Коли ми говоримо про когось, що він «уповноважений», ми насправді маємо на увазі його відповідальність перед певною кількістю людей діяти від їх імені. У той момент, коли група, від якої влада виникла з самого початку, зникає, «його влада» також дорівнює нулю»* [17].

В українському варіанті перекладач тяжіє до спрощення тексту, зокрема до менш розгалуженого синтаксису та коротших речень, заміни застарілої лексики більш сучасною та простішою (пор.: *empowered – діяти від їх імені*). Так само перекладач використовує синоніми, описовий переклад, або вилучаючи слова з тексту. У даному випадку слід дотримуватися авторського задуму та використовувати тавтологію першоджерела, або, принаймні, залучати спільнокореневі деривативи. Зазвичай синонімічний або описовий переклад застосовується у випадках, коли палітра можливостей мови-реципієнта не дозволяє перенести у вихідний текст багатство авторського задуму, але в цьому випадку слід використати слова зі складовою «влада»: *всевладний, владика, владарний, владний, повновладний, владарювання* тощо. Влада майже отожднюється зі свободою у текстах нон-фікшн Х. Арендт. Свобода є аналогом безвладдя, є ініціативним поштовхом та основоположним акордом. Свобода як демонстративний акт і влада відповідають одна одній як дві сторони одного предмета. Політика і влада є творчими стихіями у Х. Арендт, саме тому необхідно творчо підійти до їх перекладу.

Динаміка владних відносин, підкорення та «обмеженого» насильства простежуються в Х. Арендт у трактуванні понять *authority* та *violence*: *“Authority, relating to the most elusive of these phenomena and therefore, as a term, most frequently abused, can be vested in persons—there is such a thing as personal authority, ... Its hallmark is unquestioning recognition by those who are asked to obey; neither coercion nor persuasion is needed”* [13]; – *«Авторитет, який визначає найбільш невидимий з цих феноменів, й тому часто є приводом для зловживання мовою, може поширюватись на людську особу ... Його головна властивість полягає в тому, що ті, чие підкорення здобуто, визнають його без-*

застережено. У цьому разі зовсім не потрібно примушувати чи переконувати...» [14]. – *“other means of coercion must be found, and here again coercion through violence must be avoided political life as the Greeks understood it is not to be destroyed”* [13]; – *«треба знайти інші засоби примусу, і для цього, знову ж таки, треба уникнути примусу через насильство, щоб не зруйнувати політичне життя, як його розуміли греки»* [14].

Термінологічна комісія Держспоживстандарту радить вживати терміни-новотвори, на кшталт *примус*, які повністю відповідають вимогам. Створити та вживати такі нові терміни дозволяє основоположний стандарт, згідно з яким потрібно користуватися усталеною лексикою, наявною в академічних словниках, за стандартизованою науково-технічною термінологією, визначеною стандартами на терміни і визначення понять, але, якщо потрібних слів (термінів) немає, їх можна утворити за правилами українського словотворення. Крім того, відмежування авторитету і будь-якого прояву сили (за Х. Арендт: ортодоксального від еретичного) є дуже важливим, бо авторитет не зможе впливати, запевняти або прославляти здоровий глузд, якщо підпадає під вплив насильства. Інституціоналізована влада часто надягає маску авторитету, вимагаючи прямого і беззастережного визнання; коли ж визнання немає – жодне суспільство не змогло б функціонувати.

Той факт, що перекладачі не мають чіткої установки щодо системи відтворення синтаксису (то його спрощення, то перенесення складних структур мовою перекладу) спотворює сприйняття. На нашу думку, слід дотримуватися форенізації щодо перекладу оригінального синтаксису. Таким чином, зберігається складність та заплутаність ідей літератури нон-фікшн.

Загалом, для належного перекладу нон-фікшн перекладачеві слід відчувати ті моменти, коли текст вимагає прямих відповідників, а коли необхіднішим буде застосувати доместикацію в перекладі та збагатити тим самим вторинну мову. *“Violence, ... is distinguished by its instrumental character. Phenomenologically, it is close to strength, since the implements of violence, like all other tools, are designed and used for the purpose of multiplying natural strength until, in the last stage of their development, they can substitute for it”* [11]; – *«Насильство [...] відрізняється [...] своїм інструментальним характером. З феноменологічного погляду, воно належить могутності, оскільки його інструменти, як і інші знаряддя, сприймаються і використовуються для того, щоб примножити природну могутність аж до останньої стадії їхнього розвитку, коли вони здатні її замінити»* [12].

На думку Х. Арендт, якщо *насильство* виконує ту саму функцію, що й *авторитет*, а саме, змушує людей підкорятися, тоді насильство і є авторитетом у цій політичній площині. *Насильство* ж як таке письменниці взагалі відкидає за межі політичного простору, обґрунтовано вважаючи, що жорстокість неможливо висловити вербально, будь-яка промова залишається без слів, стикаючись з жорстокістю. Засоби насильства знищують *владу*, але не мають достатньо *авторитету* для створення нової *влади*, саме тому в перекладах необхідно приділити увагу розбіжності цих понять та відділенню одного від іншого: *“Strength unequivocally designates something in the singular; an individual entity; it is the property inherent in an object or person and belongs to its character, which may prove itself in relation to other things or persons, but is essentially independent of them. The strength of even the strongest individual can always be overpowered by the many, who often will combine for no other purpose than to ruin strength precisely because of its peculiar independence”* [13]; – *«Сила однозначно*

позначає якийсь єдиний, індивідуальний об'єкт; це властивість об'єкту або особи і належить його характеру, який може проявлятися відносно інших речей або осіб, але суттєво незалежний від них. **Сила навіть найсильнішої людини завжди може бути переборена багатьма, котрі часто об'єднуються для руйнування сили саме через її своєрідну незалежність»** [14].

Як могутність, так і сила використовуються для позначення відносин, що виникають між людиною та іншими людьми, людиною та суспільством, між різними суспільствами. Вони також можуть означати засоби, завдяки яким одна людина панує над іншими. При перекладі важливим є зрозуміти стилістичне забарвлення відповідних термінів у поданому контексті та відтворити у перекладі належним чином.

Зазначені поняття загалом розділяються перекладачами лише через те, що письменниця дає кожному з них чітке визначення та розмежує сфери впливу кожного з підвидів влади як такої. Однак, у інших перекладах творів Х. Арендт кожне з цих понять зустрічається в контексті влади або панування та підпорядкування і перекладається залежно від контексту, а не відповідно до наведених самою Х. Арендт оригінального змісту та визначень. При цьому слід зауважити, що семантика лексем усіх мов у відповідних лексико-семантичних відношеннях досить близька, і відмінності виражаються у більшості випадків лише у відтінках значення або в уточнювальній семі.

Висновки. Таким чином, підводячи підсумки, можемо стверджувати, що процес семантичного перекладу текстів нон-фікшн Х. Арендт є природною взаємодією двох стратегій: стратегії орієнтування на спосіб вираження, прийнятий у цільовій мові (доместикація), і стратегії орієнтування на збереження особливостей вихідної форми вираження (форенізація). Відтак, відтворюючи літературу жанру нон-фікшн, як у вузькому так і в широкому контекстах, потрібно пам'ятати, що різноманіття рівнів та жанрів вжитих у тексті «не є випадковими, недоречними чи непотрібними. Вони – це гора. Її вершина далека і недосяжна, а шлях сходження тернистий і сповнений таємниць та несподіванок. Опинившись біля підніжжя, перекладач мусить гідно продовжувати свій шлях і лише від його наполегливості, клопітливості та терпіння залежить, чи помилується читач краєвидом жанрового різнобар'я, чи ж обмежиться буденним і звичним спогляданням «пригірських пейзажів» [4, с. 98].

Література:

1. Колінко О.П. Нон-фікшн як особливий феномен сучасної белетристики. URL: http://www.vestnikphilology.mgu.od.ua/archive/v24/part_2/24
2. Літературознавча енциклопедія: у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. К. : Академія, 2007. Т. 1. 624 с.
3. Етимологічний словник української мови. URL: <http://ukraineclub.net/etymologichnyii-slovnuk-ukraiinskoi-movy>
4. Воротченко В.О., Сітко А.В. Нон-фікшн як особливий феномен лінгвістичного перекладознавства. *Modern philological research: a combination of innovative and traditional approaches*: Conference Proceedings, April 27–28. Tbilisi: Baltija Publishing, Sulkhan-Saba Orbeliani Teaching University, 2018. P. 96–99.
5. Ляченко С.М. Український художній репортаж: Донбас, Лаос, Стрій, Китай. Читомо. 2014. URL: <http://www.chytomo.com/ukrainiskij-xudozhnij-reportazh-donbas-laos-strij-kitaj>
6. Скарніна О.М. Константні риси документально-художньої прози. *Волинь філологічна: текст і контекст*. Луцьк : Вежа, 2008. Вип. 6. С. 139–148.
7. Sweetser E. From Etymology to Pragmatics: Metaphorical and Cultural Aspects of Semantic Structure. *Cambridge Studies in Linguistics*. Cambridge : University Press, 1991. 188 p.
8. Toury G. *Descriptive Translation Studies and Beyond*. PA : John Benjamins Publishing, 1995. 311 p.
9. Сітко А.В., Струк І.В. Адекватність і еквівалентність у перекладі мовних особливостей: *Sciences of Europe*. Praha, 2016. URL: <http://er.nau.edu.ua:8080/handle/NAU/24368>
10. Літературознавча енциклопедія: у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. К. : Академія, 2007. Т. 1. 624 с.
11. Arendt H. The Origins of Totalitarianism. URL: <http://spot.colorado.edu/~vanders/psci2004/arendt.pdf>
12. Арендт Х. Джерела тоталітаризму / Пер. з англ. В. Верлока, Д. Горчаков. URL: <https://krytyka.com/ua/reviews/dzherela-totalitaryzmu>
13. Arendt H. Between Past and Future: Six exercises in political thought. URL: <http://bookre.org/reader?file=795096>
14. Арендт Х. Між минулим і майбутнім / Пер. з англ. В. Черняк. URL: <http://translation.philosophy.ua/library/mizh-minulim-i-maybutnim>
15. Harding L. Poland's ace reporter Ryszard Kapuściński accused of fiction-writing. *The Guardian*. URL: <http://www.theguardian.com/world/2010/mar/02/ryszard-kapuscinski-accused-fiction-biography>.
16. Arendt H. Eichmann in Jerusalem: A Report on the Banality of Evil. URL: [http://dl.lux.booksee.org/_as/\[Hannah_Arendt\]_Eichmann_in_Jerusalem_A_Report_on\(BookSee.org\).epub](http://dl.lux.booksee.org/_as/[Hannah_Arendt]_Eichmann_in_Jerusalem_A_Report_on(BookSee.org).epub)
17. Арендт Х. Банальність зла. Суд над Айхманом в Єрусалимі / Пер. з англ. А. Котенко. К. : Дух і Літера, 2013. 367 с.

Sitko A., Semyhinivska T., Struk I. Peculiar features of rendering non-fiction literature

Summary. The article highlights the strategies of rendering non-fiction literature on the basis of the Works by Hannah Arendt and its Ukrainian translations, linguistic strategies of the author and the interdependence between the author's aim and the choice of translation strategies. The topicality of this research is determined by the importance of studying non-fiction texts peculiar features and its rendering into Ukrainian. The examples of her non-fiction texts, "Eichmann in Jerusalem: A Report on the Banality of Evil", "Origins of Totalitarianism", "Between Past and Future: Six exercises in political thought" have been studied.

Non-fiction is viewed as a phenomenon of communication, which reflects national, cultural and gender traditions and is considered as the interaction of the representatives of different linguistic identities. According to the concept of semantic translation the non-fiction text translation is a natural interaction of two strategies: the strategy of orientation on the way of expression, which is adopted in the language, and the strategy of orientation to preserve the peculiar features of the original form expression.

While translating non-fiction by H. Arendt, two main types of translation problems the authors distinguished: 1) the problem of understanding the source text; 2) the problems with the target language interpretation. Translators' strategies, respectively, vary depending on whether the problem of understanding or the problem of transfer is being solved – this can be strategically conditioned by formalization or domestication or simplification of the text in order to educate the reader of translation. It was determined to achieve the equivalence and adequacy the translator must skillfully apply translation strategies, taking into account not only the impact of cultural and linguistic environment, but the aim of the source and the target texts.

Key words: non-fiction literature, translation strategies, adaptation, domestication.

*Сливка Л. З.,
кандидат філологічних наук,
старший викладач кафедри англійської мови та перекладу
Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЛЕКСИЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ОФІЦІЙНО-ДІЛОВОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ З АНГЛІЙСЬКОЇ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ (НА МАТЕРІАЛІ ДОГОВОРІВ)

Анотація. Статтю присвячено особливостям застосування лексичних трансформацій при перекладі офіційно-ділової документації з англійської мови на українську (на матеріалі договорів). Здійснити адекватний переклад того, чи іншого тексту офіційно-ділового стилю неможливо без застосування перекладацьких трансформацій. Лексичні трансформації, зокрема, постають не менш важливим чинником при перекладі текстів офіційно ділового стилю. Явище використання лексичних трансформацій при вище згадуваному перекладі доволі досліджене, проте, все ще залишаються моменти, що потребують висвітлення. Кожне питання договору, торгової угоди, контракту повинне базуватися на правовій основі і повинне здійснюватись відповідно до правил офіційно-ділового стилю. Переклад договорів, контрактів та інших видів документації офіційно-ділового стилю є дуже важливим завданням, адже усі ділові рішення між іноземними партнерами підтверджуються відповідними документами, письмова форма котрих гарантує взаємодію у відповідній сфері бізнесу з урахуванням інтересів партнерів.

Щоб якомога точніше висвітлити питання використання лексичних трансформацій при перекладі текстів офіційно-ділового стилю, розглянемо договір як приклад цього стилю. Договори є особливим видом документів. Їхня специфіка полягає в тому, що вони стосуються двох аспектів: юридичного (у ньому відображені норми господарчого права конкретної країни) і економічного (вони описують та регламентують характер економічної діяльності конкретної компанії чи особи). Мова договору передбачає вузько спеціалізований характер лексичного складу, який охоплює широкий спектр галузей та напрямів. Перекладачі, які працюють у сфері економіко-правових відносин, стикаються із проблемою коректної передачі змісту документів під час перекладу з однієї мови іншою, через що виникає необхідність у перекладацьких трансформаціях, зокрема лексичних, оскільки мова права характеризується певним термінологічним наповненням, певною специфікою написання.

Характерною рисою договору (особливо сфери бізнесу) є насиченість загальною та спеціальною термінологією, лексикою високої абстрактності та загальнонаукового опису, а також великою кількістю латинських слів та висловів, загальномовними лексичними скороченнями та спеціальними термінологічними скороченнями.

При перекладі договорів, можна виділити такі лексичні трансформації, як: транскрибування, транслітерація, калькування, лексико-семантичні заміни (конкретизація, генералізація, модуляція, експлікація, адаптація, компенсація, ампліфікація).

Визначено, що найбільші труднощі, пов'язані з досягненням денотативної еквівалентності при перекладі договорів (комерційних), пов'язані з перекладом термінів і термінологізованих слів і словосполучень, скорочень. Основні перекладацькі трансформації (мова йде про лексичні, зокрема), які дозволяють вирішити проблеми денотативної еквівалентності – транслітерація, калькування, описовий переклад. Переклад договорів неможливо здійснити не використовуючи лексичні трансформації, зокрема конкретизації, генералізації, модуляції, експлікації, адаптації, компенсації, ампліфікації.

Ключові слова: лексичні трансформації, переклад, договір, документ, транскрибування, транслітерація, калькування, лексико-семантичні заміни.

Постановка проблеми. Офіційний переклад ділових документів користується попитом в наш час, коли англійська мова набула статусу міжнародної мови і стала визнана загальним засобом спілкування у багатьох країнах. Незважаючи на те, що люди в багатьох країнах розмовляють цією мовою, при необхідності перекладу документів слід звернутися до фахівця, тому що тільки спеціаліст своєї справи може зробити якісний переклад необхідної інформації.

Велика кількість підприємств має на меті інтернаціональну співпрацю, тобто вкрай важливо зазначити, щоб якість кооперації була здійснена на найвищому рівні, а на це впливає якість перекладу різної документації, у тому числі угод, листів, договорів та інших документів. Таким чином, важливо професійно перекладати договори та угоди, які представляють величезний набір документів, що використовуються у всіх сферах життя суспільства. Здійснити адекватний переклад того, чи іншого тексту офіційно-ділового стилю неможливо без застосування перекладацьких трансформацій. Багато перекладознавців присвятили цьому питанню свої розвідки, проте, ця тема все ще залишається актуальною в наш час. Лексичні трансформації, зокрема, постають не менш важливим чинником при перекладі текстів офіційно ділового стилю. Явище використання лексичних трансформацій при вище згадуваному перекладі доволі досліджене, проте, все ще залишаються моменти, що потребують висвітлення. Кожне питання договору, торгової угоди, контракту повинне базуватися на правовій основі і повинне здійснюватись відповідно до правил офіційно-ділового стилю. Переклад договорів, контрактів та інших видів документації офіційно-ділового стилю є дуже важливим завданням, адже усі ділові рішення між іноземними партнерами підтверджуються

відповідними документами, письмова форма котрих гарантує взаємодію у відповідній бізнес-стратегії з урахуванням інтересів партнерів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню різних аспектів офіційно-ділового стилю присвячено велику кількість публікацій. Доречно згадати таких науковців як: В. Маркова, Ю. Трубінова, Т. Чернишова, А. Стеблецьова, А. Шевіна, Р. Лукманова, Ю. Черноусова, Л. Ступникова, М. Власенко, котрі займалися дослідженням важливих питань офіційно-ділового дискурсу; В. Калюжного, А. Коваль, В. Круковського, Л. Мисик, котрі займалися дослідженням структурних, семантичних та дискурсивних особливостей текстів офіційно-ділового стилю. Класифікацію офіційно-ділових паперів за рівнем стандартизації розроблено А. Коваль. Дослідженню питань, пов'язаних із особливостями перекладу текстів офіційно-ділового стилю, присвячено праці М. Беляєвого [1], Е. Попової [2], В. Карабана [3], В. Комісарова [4], Л. Граудіної [3], Е. Лазуткіної [2], І. Гальперіна [4], Л. Рахманіна [3]. Не зважаючи на значну кількість робіт з теми дослідження, багато питань, які пов'язані з перекладом текстів офіційно-ділового стилю не були вивчені та систематизовані; багато питань, які стосуються застосування лексичних трансформацій при перекладі англійської ділової документації залишаються недостатньо опрацьованими і потребують подальших дослідницьких зусиль.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети у дослідженні розв'язуються такі завдання: розглядаються особливості перекладу офіційно-ділового стилю; виявляються лексичні проблеми перекладу англійської ділової документації; вивчаються лексичні особливості англійської ділової документації; аналізуються способи перекладу офіційно-ділових документів.

Виклад основного матеріалу. Переклад ділової документації – один з найскладніших видів перекладу, оскільки він вимагає від перекладача ерудованості, обізнаності в теорії дискурсу, семантиці, великих фонових знань і професійних перекладацьких компетенцій. Переклад договорів не може бути здійснений коректно тільки при наявності у перекладача знань в області права та економіки, і специфіки документообігу. Яскраво виражена потреба в знаннях зі сфери бізнесу, лексикології та знаннях термінології мов оригіналу та перекладу.

Метою кожного документа, написаного в офіційно-діловому стилі, є дійти визначеної згоди в питаннях політики, торгівлі, пропозиції послуг та ін. Будь-який документ має забезпечити абсолютну ясність суті питання, виразити головні умови, яких зобов'язуються дотримати обидві сторони договору. Мовою ділової кореспонденції пишуться рекомендаційні листи, догани і т.п.

Функціональне призначення ділового тексту полягає в досягненні домовленості між двома і більше сторонами. Офіційно-ділова сфера спілкування, а також функціональна спрямованість ділового тексту багато в чому визначають його особливості.

Офіційно-діловий стиль обслуговує виключно офіційні та надзвичайно важливі сфери людських взаємин: відносини між державною владою та населенням, між країнами, між підприємствами, установами й організаціями, між особистістю та суспільством.

Мова ділових документів повинна насамперед відповідати нормам загальнолітературного вжитку, тобто нормам сучасної української літературної мови, які безпосередньо не зв'язані з особливостями того чи іншого стилю, тих чи інших конкретних, вузькоспеціалізованих умов спілкування.

Офіційно-ділова комунікативна сфера включає загальнопоняттєвий основний лексичний фонд національної мови, найрухомішу частину книжного словникового складу – суспільно-політичну лексику і спеціальну термінологію, що використовується залежно від жанру й змісту документа, від тієї галузі виробничого, державного чи суспільного життя, яку відтворює документ. Ця термінологія певною мірою відрізняється від наукової: вона менш штучна, менш точна, більш змінна і загальнозрозуміла. Більша частина лексичного складу представлена словами-термінами й детермінованими, загальноживаними словами. Значну частину лексичного складу становить номенклатура. Меншу, але якісно вагомішу частину, становить функціонально маркована лексика – власне офіційно-ділова термінологія, міжнародна термінологія права та функціонально цілісні поняттєві комплекси, синтаксичні стандарти – сталі словосполучення нефразеологічного типу.

Основним завданням перекладу є досягнення еквівалентності між вихідним текстом і текстом перекладу для того, щоб обидва тексти мали однаковий зміст. У цьому разі враховуються контекст, правила граматики вихідної мови, традиції написання, ідіоми тощо. Відповідно до теорії рівнів еквівалентності, еквівалентність може бути встановлена залежно від ситуації та контексту спілкування на різних рівнях: на рівні цілі комунікації, рівні морфеми, слова, словосполучення, частини або цілого тексту. Добиваючись максимальної точності й еквівалентності перекладу й оригіналу, перекладач стикається з такими проблемами: 1) на етапі сприйняття вихідного тексту – з осмисленням юридичного (комерційного) тексту мовою правової системи оригіналу в результаті вивчення як значення і смислу окремих одиниць тексту, так і всього тексту загалом; 2) на етапі породження тексту перекладу – переосмислення всього юридичного (комерційного) тексту з мови однієї правової системи мовою другої правової системи, що потребує складної роботи, яка передбачає сутнісне співвіднесення структур мови оригіналу з мовою перекладу з метою вибору оптимальних трансформаційних моделей, а також використання професійної перекладацької ерудиції, яка включає знання контексту мовного акту, проблеми комунікації, її учасників та інші екстралінгвістичні знання [4, с. 11]. Щоб якомога точніше висвітлити питання використання лексичних трансформацій при перекладі текстів офіційно-ділового стилю, розглянемо договір як приклад цього стилю. Договори є особливим видом документів. Їхня специфіка полягає в тому, що вони стосуються двох аспектів: юридичного (у ньому відображені норми господарчого права конкретної країни) і економічного (вони описують та регламентують характер економічної діяльності конкретної компанії чи особи). Мова договору передбачає вузько-спеціалізований характер лексичного складу, який охоплює широкий спектр галузей та напрямів. Перекладачі, які працюють у сфері економіко-правових відносин, стикаються із проблемою коректної передачі змісту документів під час перекладу з однієї мови іншою, через що виникає необхідність у перекладацьких трансформаціях, зокрема лексичних, оскільки мова права характеризується певним термінологічним наповненням [5, с. 1].

Договір – домовленість одної, двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків. Договори є правовими документами, де сторони визначаються із правами та обов'язками. Прагнення до максимальної точності формулювань у договорі зумовлює використання таких мовних засобів, як: уживання великої кількості термінів галузі права й економіки; використання канцеляризмів (*undersigned, listed above*), похідних прийменників (*in accordance with*), використання пасивного стану дієслова (*payment is made*), уживання дієслова *shall* під час описування зобов'язань сторін, наявність великої кількості архаїзмів (*hereby, hence-forth, aforesaid*), наявність латинізмів, використання різного роду скорочень, аббревіатур, складноскорочених слів, відсутність виразності, ускладнений синтаксис (як складносурядних, так і складнопідрядних речень) [5, с. 1].

Характерною рисою договору (особливо сфери бізнесу) є насиченість загальною та спеціальною термінологією: Наприклад: *contract* – договір, контракт, *(the) Seller(s)* – покупець (покупці), *(the) Buyer(s)* – продавець (продавці), *agreement* – угода, *cost* – вартість, ціна, *costs* – витрати, видатки, *value* – цінність, вартість, *price* – ціна, *total/ full value* – загальна ціна (вартість), *insurance value* – страхова вартість, *amount* – кількість, сума, *terms* – умови, строки, *on the terms* – на умовах, *terms and conditions* – умови договору (контракту), *provision(s)* – положення, умови (договору, контракту), *stipulate* – обумовлювати, ставити за умову, *premise* – передумова, вищевикладене, дане, вищевказане, *warranty* – гарантія, умова, застереження (у договорі, контракті чи угоді), *bill of lading* – коносамент, транспортна накладна, *invoice* – інвойс, рахунок-фактура, *clean on bill of lading* – чистий коносамент, *wharfage* – портові митні збори. *The Sellers have sold and the Buyers have bought on conditions f.o.b.* – Продавець продав, а Покупець придбав на умовах ФОБ. *In full conformity with the technical characteristics and in complete scope of supply specified in Appendix No _* – у повній відповідності до технічних характеристик і в комплектації згідно з Додатком No _ . *The total value of the equipment, spare parts, tools, technical documentation and services in the volume of the present Contract amounts to _* – Загальна вартість обладнання, запасних частин, інструментів, технічної документації та послуг в обсязі цього (даного) договору (контракту) становить _ [6; 7; 8; 9].

У юридичному тексті взагалі та в договорі зокрема, наявна лексика високої абстрактності та загальнонаукового опису, а також велика кількість латинських слів та висловів [4, с. 30]. Наявність так званих «латинізмів» зумовлена впливом латинської мови на правову систему Англії в часи панування Римо-католицької церкви. Крім того, латина впродовж багатьох років була мовою освіти, культури, літератури. До найбільш поширених латинізмів можна віднести такі: *pro and con* – за і проти, *ergo* – отже, *via* – шляхом, *per se* – само собою, *folio verso* – на наступній сторінці, *inter alia* – серед іншого, зокрема [1; 6; 7; 8]. Поява юридичних термінів французького походження, як от *proposal, policy, alias, quash* тощо, була зумовлена завоюванням Англії норманами в 1066 р., після чого французька мова надовго посіла місце основної мови у правовій сфері Англії. Зазвичай ці терміни перекладаються за допомогою транслітерації, передаються засобами рідної мови або переносяться у текст перекладу в їхньому латинському або французькому написанні. Рідше трапляється транслітерація словосполучень або

виникнення слів на основі таких словосполучень: *ad valorem* – адвалорем – відповідно до вартості, до оголошеної ціни, *alma mater* – альма-матер, *de facto* – де-факто – фактично, дійсно, *de jure* – де-юре – юридично, номінально [6; 7; 9; 10].

Під час проведення аналізу договору звертаємо увагу на те, що він, як і будь-який інший юридичний документ, насичений загальномовними лексичними скороченнями та спеціальними термінологічними скороченнями: *etc. (et cetera)* – тощо, *i.e. (id est)* – тобто, *e.g. (exempli gratia)* – наприклад, *vs. (versus)* – проти, *ad hoc* – для цього, *AD (Anno Domini)* – нашої ери, від Різдва Христового; або «від цього числа», якщо йдеться про надпис на векселі, *IMF (International Monetary Fund)* – МВФ (Міжнародний валютний фонд). Як бачимо, для більшості скорочень існують словникові відповідники, їх переклад не становить жодних труднощів. Вони можуть перекладатися одним із таких способів: за допомогою еквівалентного українського скорочення: *BIC – Bank Identification Code* = БИК – Банківський ідентифікаційний код, транслітерації – *FOB (free on board, f.o.b.)* = ФОБ – франко-борт – доставка та завантаження товару на судно коштом продавця, створення нового скорочення вже українською: *BOL – bill of lading* = ТН – товарна накладна [5, с. 2; 6; 7; 8; 9].

У правових документах часто вживається модальне дієслово *shall*, яке іноді ускладнює роботу перекладача, оскільки зазвичай воно не несе в собі значення майбутнього часу, а означає зобов'язання сторін. Перекладається це дієслово може по-різному, але завжди теперішнім часом: *The Buyer shall collect the Goods and pay the Seller for Goods the purchase price stipulated to the Seller* – Покупець повинен прийняти товари та сплатити за них купівельну ціну (за ціною купівлі). *The Seller shall deliver the Goods to the Buyer's carrier* – Продавець зобов'язується передати товари перевізнику Покупця [6, с. 27].

Серед лексичних прийомів, які використовуємо у процесі перекладу договорів, можна виділити такі лексичні трансформації, як: транскрибування, транслітерація, калькування, лексико-семантичні заміни (конкретизація, генералізація, модуляція, експлікація, адаптація, компенсація, ампліфікація), антонімічний переклад.

Транскрипція та транслітерація – це способи перекладу лексичної одиниці англійської мови шляхом відтворення її форми за допомогою фонетичних та графічних засобів української мови. Коли ми використовуємо транскрипцію, то відтворюємо звукову (фонетичну) форму іншомовного слова, а в разі транслітерації – його графічну форму. Оскільки фонетичні та графічні системи різних мов значно відрізняються одна від одної, то й передача форми слова оригіналу мовою перекладу завжди дещо умовна та приблизна. Наприклад: *outsourcing* – аутсорсинг, закупівля із зовнішніх джерел, зовнішні закупівлі, виконання завдання або частини завдання підрядником (підрядниками), а не штатними працівниками підприємства, *CIF (C.I.F.) – cost, insurance and freight (as included in price)* – СІФ, вартість, страхування і фрахт [11, с. 469–470]. Наприклад: *Upon completion the Vendor shall if required by the Purchaser and at the expense of the Purchaser send to the customers of the Vendor in connection with the Business a circular in a form approved by the Vendor's solisitors announcing the transfer of the goodwill and the Business to the Purchaser.* – Після завершення Продавець на прохання Покупця та його коштом надсилає покупцям Продавця у зв'язку з діловими операціями циркуляр за

встановленим зразком, схваленим соліситерами Продавця, з оголошенням про передачу умов ділової активності та ділових операцій Покупцю (договір купівлі-продажу).

Калькування – це спосіб перекладу лексичної одиниці оригіналу шляхом заміни її складових частин – морфем, чи слів (у разі стійких словосполучень) – їхніми лексичними відповідниками в мові перекладу. Сутність калькування полягає у створенні нового слова або стійкого словосполучення в мові перекладу, яке копіює структуру вихідної лексичної одиниці, наприклад *discounting* – дисконтування (приведення вартості майбутніх платежів до значення на тепер) [12, с. 183]. Як приклад можемо навести такий уривок із договору купівлі-продажу: 4. Obligations of the parties – Обов'язки сторін. 4.1 The Consultant shall deliver the Deliverables to the Client. – Виконавець зобов'язується надавати послуги Замовнику. 4.2. The Client must promptly, following receipt of a written or oral request from the Consultant to do so, provide written feedback to the Consultant concerning the clarifying regulations that the Consultant's recommendations and conclusions are based on. – Замовник зобов'язується за письмовою або усною вимогою без додаткової оплати отримати від Виконавця інформацію про правові акти, на яких ґрунтуються рекомендації та висновки Виконавця. 4.3. The Consultant shall ensure that the Deliverables are delivered to the Client in accordance with the timetable set out in Part 3 of Schedule 1. – Виконавець повинен упевнитися в тому, що послуги надані Замовнику відповідно до календарного плану, передбаченого в ч. 3 Додатка 1. 4.4. The Consultant warrants to the Client that: the Deliverables will conform with the requirements of part 2 of Schedule 1; The Use of the Deliverables by the Client in accordance with this Contract will not: breach the provisions of any law, statute or regulation; infringe any third party's Intellectual Property Rights; or give rise to any cause of action against the Consultant. – Виконавець гарантує, що: послуги надані відповідно до вимог, передбачених у ч. 2 Додатка 1; використання послуг замовником не порушує закони та нормативно-правові акти, не порушує права інтелектуальної власності жодної третьої сторони, не призводить до дій проти Виконавця.

Даний пункт договору було перекладено методом калькування, оскільки структура речення лишилася незмінною. Однак водночас було використано прийом опущення, оскільки у словосполученні *the provisions of any law, statute or regulation* слова *law* та *statute* синонімічні, але перекладаються українською однаково – «закони» [6; 10].

Конкретизація – заміна слова або словосполучення в мові оригіналу з більш широким предметно-логічним значенням словом або словосполученням мови перекладу з вузьким значенням [13; с. 147]. Наприклад: *The Agreement is made on February 11, 2022 between ...* – Ця угода укладена 11 лютого 2022 р. між ... Хотілося б звернути увагу на дієслово *made*. Це форма минулого часу дієслова *make*, яке має дуже широке значення й українською перекладається за допомогою конкретизації – робити, конструювати, створювати, виготовляти, у цьому конкретному разі ми перекладаємо його як «укладати». Крім того, у цьому разі ми використовуємо також і дослівний переклад, оскільки в мові оригіналу і в мові перекладу наявні паралельні синтаксичні структури.

Модуляція, або смисловий розвиток, – це заміна слова або словосполучення в мові оригіналу одиницею мови перекладу, значення якої логічно виводиться зі значення вихідної одиниці.

Наприклад: *The Borrower may, without a penalty, repay the Loan together with all accrued interest, costs, expenses and other sums due and payable under this Agreement in whole at any time on giving to the Lender not less than three Business Days' notice in writing of such prepayment.* – Кредитор може, без накладання штрафних санкцій, погасити Кредит разом з усіма нарахованими відсотками, витратами, видатками й іншими сумами, належними до виплати відповідно до чинного Договору, повністю, у будь який час, направивши Кредитору письмове сповіщення (повідомлення) про таке дострокове погашення не менше ніж за три робочі дні. Крім модуляції, ми також використовуємо прийом генералізації: *Business Day* – робочий день, розрахунковий день, означає день, відмінний від суботи чи неділі, у який банки працюють. Також як приклад модуляції можна навести таке: *The Seller declares that the goods during a period of 18 months from the date of collection by the Buyer's carrier will remain fit for the purposes for which the Goods would ordinarily be used or during this period will retain specified qualities (hereinafter referred to as the "Warranty Period").* – Продавець гарантує, що товари будуть лишатися придатними для використання у відповідних цілях упродовж 18 місяців від дня їх відвантаження перевізнику Покупця або впродовж цього часу будуть зберігатися обумовлені якості (далі «Гарантійний строк») [8, с. 34].

Висновки. Переклад договорів – це текст офіційного характеру, об'єктивований у вигляді письмового документа, укладеного між особою або фірмою певної області, які орієнтуються на визначене коло адресатів. Особливостями мови договорів є офіційно-ділові документи які існують, як правило, в письмовій регламентованій формі і регулюють правові та ділові відносини фізичних і юридичних осіб. Мова таких документів має свою специфіку, пов'язану з його приналежністю до однієї з підсистем мови, званих функціональними стилями, які пов'язані з тими чи іншими сферами діяльності людини і відрізняються від загальнонаціональної норми і один від одного своєрідністю використовуваної лексики, будовою синтаксичних конструкцій, а також оціночними і експресивними властивостями мовних засобів.

На основі аналізу офіційної документації визначаємо, що до основних проблем перекладу договорів відносимо використання лексичних трансформацій, також найбільш часте використання прийомів, таких як калькування, описовий переклад, пасивні конструкції і рідше транслітерація. Поряд із зазначеними прийомами досить часто використовується прийом антонімічного перекладу. Генералізація, навпаки, використовується рідко, оскільки документи вимагають гранично точного перекладу.

На основі проведеного дослідження можна зробити наступні висновки: 1) при перекладі договорів контрактів і угод з англійської або на англійську мову існує чітка умова передачі сенсу джерела. Вільний переклад тут не підійде. 2) необхідно знати специфіку особливих словосполучень і стійкої термінології перекладу договору. Неправильно перекладене слово може привести до судових позовів або незрозуміння партнерів. 3) переклад договорів повинен виконуватися на найвищому рівні, з виваженим вживанням кожного слова і словосполучення.

Труднощі, пов'язані з досягненням денотативної еквівалентності при перекладі комерційних договорів, пов'язані з перекладом термінів і термінологізованих слів і словос-

получень, скорочень. Основні перекладацькі прийоми, які дозволяють вирішити проблеми денотативної еквівалентності – транслітерація, калькування, описовий переклад. Переклад договорів неможливо здійснити не використовуючи лексичні трансформації, зокрема конкретизації, генералізації, модуляції, експлікації, адаптації, компенсації, ампліфікації.

Для адекватного і точного перекладу комерційних договорів з англійської мови на українську мову необхідно в першу чергу дотримуватися функціональної еквівалентності. Проте, не можна говорити навіть про досягнення абсолютної функціональної еквівалентності текстів оригіналу і перекладу в зв'язку з унікальністю правової системи кожної країни.

Література:

1. Беляев М.А., Попова Е.В., Серова И.А. Грамматические и синтаксические аспекты перевода статей газетной публицистики: Уч. пособие. СПб.: Издво СПбГУ ЭФ, 2010. С. 19–20.
2. Корунець І.В. Теорія і практика перекладу. Вінниця: Нова книга, 2003. 449 с.
3. Карабан В.І. Теорія і практика перекладу української мови на англійську мову: Посібник довідник: Навчальний посібник зі спец. «Переклад» / В.І. Карабан, Д. Мейс. Вінниця: Нова книга, 2003. С. 159–165.
4. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М.: Высшая школа, 1990. С. 158–161.
5. Виноградов В.С. Введение в переводоведение. М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. 224 с.
6. Воробіова, І.А. English in practice. Business economic course. Ділова англійська мова. Бізнес-курс з економіки : навч. посіб. для студ. Вищ. навч. закл.; М-во освіти і науки України, Рівнен. ін-т слов'язознавства, Київ.славістич. ун-ту. К. : Центр учб. л-ри, 2008. 396 с.
7. Галушко, В.П. Діловий протокол та ведення переговорів : навч. посіб. 1-е вид. Вінниця : Нова кн., 2002. 222 с.
8. Гринько О.В. Англійська ділова мова. Практикум: International Business: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: МАУП, 2003. 216с.
9. Дубенко О.Ю. Порівняльна стилістика англійської та української мов. Посібник для студентів та викладачів вищих навчальних закладів. Вінниця : Нова книга, 2005. 224 с.
10. Дорда, С.В. English for Business Communication. Англійська мова для ділового спілкування : навч. посіб. Суми : Унів. кн., 2011. 151 с.
11. Бирик С. Ділові документи та правові папери: Листи, протоколи, заяви, договори угоди. Х.: Фолио, 2005. 491 с.
12. Андріанов С.М. Англо-український юридичний словник: Близько 75000 термінів. К.: Арії, 2007. 552 с.
13. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. 2-ге вид., доп. К.: ВЦ «Академія», 2009. 376 с.

Slyvka L. The peculiarities of the usage of lexical transformations in the translation of official business documentation from English into Ukrainian (based on contracts)

Summary. The article is devoted to the peculiarities of the usage of lexical transformations in the translation

of official business documentation from English into Ukrainian (on the basis of contracts). An adequate translation of a text of official business style is impossible without the usage of translation transformations. Lexical transformations, in particular, are no less important when translating texts of formal business style. The phenomenon of the use of lexical transformations in the above-mentioned translation has been quite studied, however, there are still points that need to be clarified. Each issue of an agreement, trade agreement, contract must be based on a legal basis and must be carried out in accordance with the rules of formal business style. Translation of agreements, contracts and other types of formal business documents is a very important task, because all business decisions between foreign partners are confirmed by the relevant documents, the written form of which guarantees interaction in the relevant business area, taking into account the interests of the partners.

To clarify the issue of the usage of lexical transformations in the translation of official-business style texts as accurately as possible, let's consider the contract as an example of this style. Contracts are a special kind of documents. Their specificity lies in the fact that they relate to two aspects: legal (it reflects the norms of business law of a particular country) and economic (they describe and regulate the nature of the economic activity of a particular company or person). The language of a contract implies a highly specialized lexical composition that covers a wide range of industries and areas. Translators working in the field of economic and legal relations face the problem of correct conveying the content of documents when translating from one language into another, which needs translation transformations, in particular lexical ones, since the language of law is characterized by a certain terminological content and specific writing.

A characteristic feature of a contract (especially in the business sphere) is its richness in general and special terminology, vocabulary of high abstractness and general scientific description, as well as a large number of Latin words and expressions, common lexical abbreviations and special terminological abbreviations.

When translating contracts, we can distinguish the following lexical transformations: transcription, transliteration, calque, lexical and semantic substitutions (specification, generalization, modulation, explication, adaptation, compensation and amplification).

It is determined that the greatest difficulties associated with achieving denotative equivalence in the translation of contracts (especially commercial) are related to the translation of terms and terminology, phrases and abbreviations. The main translation transformations (we are talking about lexical transformations, in particular) that allow solving the problems of denotative equivalence are transliteration, calque, and descriptive translation. It is impossible to translate contracts without using lexical transformations, including specification, generalization, modulation, explication, adaptation, compensation, and amplification.

Key words: lexical transformations, translation, contract, document, transcription, transliteration, calque, lexical and semantic substitutions.

*Статівка А. О.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри перекладознавства імені Миколи Лукаша
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*

МИСТЕЦТВО СИНХРОННОГО ПЕРЕКЛАДУ

Анотація. Статтю присвячено синхронному перекладу як найскладнішому різновиду усного перекладу в цілому. Викладання синхронного перекладу у закладах вищої освіти відбувається здебільшого вже у магістратурі після отримання та засвоєння студентами основ усного послідовного перекладу. Тільки після сформованих автоматичних навичок усного послідовного перекладу можна починати опановувати мистецтво синхронного перекладу. Для успішного здійснення синхронного перекладу перекладачі мають опанувати не лише спеціальні навички та вміння, отримати необхідні фонові знання щодо тематики, яку безпосередньо доведеться перекладати, та, безумовно, мати фізичну та психологічну стійкість. При синхронному перекладі перекладачеві необхідно одночасно продемонструвати декілька перекладацьких навичок, а саме сприйняття тексту на слух однією (іноземною) мовою та його відтворення іншою. Варто зазначити, що переклад має відбуватися у тому ж темпі, в якому говорить й оратор мовою оригіналу. Як правило, у перекладача практично немає можливості впливати на швидкість мовлення самого оратора, оскільки темп мовлення може бути обумовлений характером самої мовленнєвої ситуації, або ж індивідуальними вимовними особливостями мовця. Більш того, перекладач поставлений в жорсткі часові обмеження для породження тексту перекладу, що в реальних умовах зробити не зовсім просто, й вимагає високого рівня підготовки перекладача та володіння значними фоновими знаннями у кожній конкретній галузі. Встановлено, що синхронний переклад характеризується трьома основними фазами: адаптація до робочої атмосфери та пошук і прийняття рішень; власне переклад та його контроль. Кожна фаза має часові обмеження, тому усі дії перекладача дуже часто носять ситуаційний характер. У статті висвітлено механізм перебігу синхронного перекладу та охарактеризовано основні принципи та техніки його здійснення. З'ясовано, що скорочення інформації у вихідному тексті, вилучення з нього усього зайвого, що має додаткове значення, є найрозповсюдженішими техніками та прийомами роботи перекладачів-синхроністів. Антонімічний переклад є другим за популярністю у роботі синхроністів.

Ключові слова: синхронний переклад, прийом, техніки, редукування, антонімічний переклад.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. У зв'язку з активною євроатлантичною інтеграцією України перед суспільством гостро постала проблема підготовки висококваліфікованих фахівців з іноземних мов, особливо перекладачів-синхроністів. В Україні заклади вищої освіти пропонують навчання синхронному перекладу, як правило у магістратурі, вже на останніх етапах навчання, коли у студентів сформовано вже достатньо навичок та вмінь письмового та усного послідовного перекладу. На факультетах іноземних

мов студенти магістратури формують основи для виконання синхронного перекладу, відшліфовуючи необхідні навички та вміння під час перекладу промов різноманітних спікерів. До того ж, тематикою перекладів зазвичай є промови / тексти суспільно-політичного, або економічного характеру, тобто, такі, до роботи з якими студенти звикли працювати у попередні роки свого навчання. Переклад зазначеної тематики не становить значних труднощів, оскільки все відбувається в межах добре засвоєної лексики раніше. Саме з цієї причини синхронний переклад викладається студентам магістратури, які вже раніше отримали практичний досвід усного перекладу, а навчання у магістратурі лише розвиває і удосконалює вже існуючі знання та вміння перекладати.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням проблем синхронного перекладу почали займатися ще у другій половині 20-го сторіччя в рамках підготовки військових перекладачів. Було представлено перші методики навчання синхронного перекладу, що склали підґрунтя подальших наукових та практичних розвідок. Зокрема, сучасних науковців [1; 2] дедалі більше хвилюють питання теорії та практики навчання синхронного перекладу, розроблено відповідні посібники, підручники, в яких надаються поради професійних синхроністів й описується їхній практичний досвід.

Мета наукової розвідки представити синхронний переклад як особливий вид мовленнєвої діяльності, що вимагає неабияких когнітивних здібностей перекладача; описати психолінгвістичні засади процесу перекладу; охарактеризувати навички та вміння, необхідні для успішного здійснення синхронного перекладу, та визначити його основні прийоми та техніки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Синхронний переклад є найскладнішим різновидом усного перекладу, який виконується за допомогою спеціального обладнання. Враховуючи складність та навантаження такого завдання, перекладачі-синхроністи працюють у парах, наприклад, один перекладач працює 15-20 хвилин, потім інший його замінює, і так по-черзі – відбувається свого роду чергування перекладачів. На перший вигляд може здатися, що поки працює один перекладач інший відпочиває, але це не так. Обидва повністю занурені в атмосферу перекладу, слідкують за його перебігом, їхня увага повністю сфокусована на усіх тонкощах роботи, оскільки будь-якої миті може виникнути потреба «підключатися» до перекладу. Робота синхроніста – це складна та надвідповідальна робота, як фізично, так і психологічно. Будь-який усний переклад – це завжди стрес, а синхронний – тим паче, який ще довго присутній навіть після завершення перекладу. Перекладач-синхроніст має подвійне навантаження: він отримує інформацію і паралельно має її донести аудиторії. Тобто, одночасно реалізуються навички аудіювання, перекладу та говоріння.

Синхронний переклад – це вид перекладу, який відбувається в екстремальних умовах, при дефіциті часу та в заданому оратором темпі. Вихідний текст має перекладатися з такою швидкістю, з якою говорить оратор. Перекладач має бути готовим кожної миті до «спонтанності», тобто, почати переклад, як тільки оратор розпочне свою доповідь. Без перебільшення перекладачі-синхроністи володіють дивовижним мозком. Жоден комп'ютер не здатен одночасно сприймати, розуміти та перекладати з однієї мови іншою, а людина може, що й становить унікальність її мозку. Людина, яка свідомо обирає спеціальність «переклад» має бути генієм, справжнім майстром своєї справи – бездоганно володіти однією або декількома іноземними мовами та рідною. Для миттєвої реакції на початок мовлення оратора вимагається неабияка зосередженість, ретельність та уважність перекладача. Для роботи протягом тривалого часу перекладач має мати унікальну фізичну та психологічну витримку. Для оволодіння синхронним перекладом початківцю необхідно формувати та розвивати навички орієнтування у вихідному тексті, бути здатним швидко знайти перекладацькі рішення, іноді неординарні, та реалізувати їх.

Безумовно, усі виклики, з якими зустрічається перекладач, виснажують його мозок, який постійно має долати різного роду перепони: і темп мовлення спікера, використання ним каламбуру, гумору, фразеологізмів, кліше тощо та монотонність роботи. Дуже часто у синхроністів виникає ефект професійної деформації, тобто передбачення / прогнозування завершення фрази знаходить своє відображення у повсякденному житті. Перекладачі-синхроністи, які звикли у своїй професійній діяльності постійно прогнозувати можливе повідомлення, у повсякденному житті можуть робити так само, постійно щось говорячи замість свого співрозмовника, унеможливаючи його завершити розпочате речення.

В цілому, синхронний переклад можна вважати посередницькою діяльністю, що характеризується трьома фазами: «орієнтування в умовах чергової перекладацької задачі і пошук рішення, здійснення перекладу безпосередньо та його контроль» [3, с. 47]. Далі зупинимось на кожній із зазначених та детально проаналізуємо. Під орієнтуванням в умовах перекладацького завдання та пошуком рішення ми виокремлюємо наявність у перекладача необхідних фонових знань задля повного розуміння ситуації/атмосфери, в яку варто зануритись для ефективної роботи. Перекладач має оцінити загальну картину ситуації, яка виникла, проаналізувати усі фактори та вміти зосередитись на головному – пошуку правильної стратегії перекладу. З цієї метою необхідно мати знання щодо тематики перекладу, скажімо, якщо це стосується якихось політичних питань, то вкрай важливим є вивчення та розуміння точок зору усіх сторін-учасників задля вміння швидко реагувати на можливі виклики. На основі знань про сторін-учасників, їх поглядів, ідей, оцінку на те, що відбувається, можна передбачити можливу модель поведінки промовця та особливості його промови.

Наступна фаза – здійснення власне перекладу завжди є ситуативно обумовленою. Початок перекладу, а це й початок виступу перекладача в цілому визначається ситуативно, коли свою промову почав оратор. Саме в цей момент відбувається і сам переклад. Аудиторія, яка чує виступ оратора, очікує у найближчі секунди почути голос перекладача, тобто почути переклад сказаного оратором. На початку виступу промовця

перекладач сприймає певний фрагмент вихідного тексту, паралельно проводить його смисловий аналіз, зосереджуючись на основному смислі і формі презентації повідомлення. Якщо з вихідного повідомлення для перекладача вже є зрозумілим подальший хід промови, то переклад здійснюється автоматично, відповідно до тих умов, які створює оратор. Якщо ж промовець весь час намагається змінити чи то зміст повідомлення, чи то швидкість мовлення тощо, перекладач має уважно все відслідковувати та приймати рішення вже «на місці». І тут вже маємо початок третьої фази синхронного перекладу – його контроль. Перекладач оцінює правильність перекладу, наскільки використані ним відповідники є доцільними. Можемо припустити, що лише після декількох відрізків вихідного тексту перекладач має змогу упевнитися у правильності свого рішення, на прийняття якого також дуже впливає швидкість мовлення оратора. Кожній людині властивий свій оптимальний діапазон, у якому їй краще, легше сприймати чи розуміти та перекладати інформацію. Однак, при синхронному перекладі перекладач не завжди перебуває у зоні комфорту і йому також не завжди доводиться працювати в оптимальних для нього умовах. Перш за все, є чіткі часові рамки / обмеження, які унеможливають вибір темпу / швидкості перекладу. Перекладач-синхроніст має відтворювати переклад паралельно із промовцем, навіть прогнозуючи повідомлення наперед. Інакше, відстане і якість перекладу постане під сумнівом. Узагальнюючи все сказане, можемо підсумувати, що синхронний переклад має чітко виражену залежність від темпу мовлення промовця; переклад починається та закінчується майже одночасно із виступом оратора. При успішному синхронному перекладі перекладач навіть може швидше працювати, ніж говорить оратор, завдяки навичкам прогнозування повідомлення. На ухвалення будь-якого перекладацького рішення у розпорядженні є не більше 3 секунд. Окрім часових обмежень у роботі також присутній психологічний тиск, тож перекладач має продемонструвати як вміння триматися на публіці, так і здатність вдаватися до нестандартних дій у випадку форс-мажору тощо.

Усі свої знання, вміння та професіоналізм перекладач-синхроніст демонструє, використовуючи основні прийоми перекладу, найважливішими серед яких ми виокремлюємо мовну компресію / редукування / скорочення та антонімічний переклад. Мовна компресія не є щось незвичним для синхронного перекладу, оскільки цільове повідомлення завжди буде коротшим, чіткішим та лаконічнішим. Синтаксис в умовах синхронного перекладу завжди є значно простішим, за рахунок скорочень підрядних речень чи зворотів. Вміння скоротити повідомлення і при цьому передати основну суть – це і є мистецтво синхронного перекладача. Варто вміти так скорочувати переклад, щоб не спотворити основний меседж оратора, його думку.

Для дослідження основних прийомів перекладу ми відібрали тези зі звернення Президента Зеленського до країн Великої 19 (G 19) та їхній синхронний переклад англійською мовою у виконанні студентів першого року навчання у магістратурі. Переклад виконано на високому рівні, що й слугувало появі ідеї написання цієї розвідки. Далі переходимо до аналізу відібраного матеріалу безпосередньо.

Приклад: Операція зі звільнення Херсона нашими силами оборони є аналогією багатьох битв минулого, які були переломними моментами у війнах, це як наприклад, *D-day* – висадка

союзників в Нормандії. – *Liberation of Kherson by our defense forces is the analogy of many decisive battles of the past, e.g. D-DAY.*

Порівнюючи вихідний текст та переклад англійською мовою, ми спостерігаємо останній значно коротшим. Перекладач, намагаючись встигнути за промовцем, який доволі таки швидко говорив, скоротив максимально переклад, при цьому не порушуючи зміст вихідного повідомлення. Перш за все, в оригіналі велике складнопідрядне речення, в перекладі – просте речення, у перекладі немає відповідника на позначення лексеми «операція», «переломні моменти у війнах» перекладено *decisive battles*, лексему «війна» скорочено, оскільки й так зрозуміло, що битви відбуваються під час війни. «Висадка союзників в Нормандії» також не відтворено, оскільки з уроків історії усі чудово знають, що *D-day* – день, коли союзники висадились у Нормандії.

Іншим прикладом є:

У своєму виступі у вересні цього року на засіданні Генеральної Асамблеї ООН я представив українську формулу миру, формулу миру для світу. Якраз тоді, коли світ мав відновлюватися після пандемії Ковід 19, Росія обрала шлях руйнацій та дестабілізації. – *During the meeting of the UN General Assembly this September, I've provided the Ukrainian peace formula for the world. When the world had to recover after Covid 19, Russia chose ruins and destabilization.*

Не відтворено «у своєму виступі», «пандемія», «шлях», «формула миру» в оригіналі згадується двічі, відповідно, в перекладі – один раз.

Приклад: Ми не дамо Росії перечекаати, наростити сили та розпочати нові серії глобальних викликів. – *We won't allow Russia to wait for more, strengthen its power and initiate new global challenges.*

При перекладі не відтворено лексему «серії», що не несе додаткової інформації, а лише є зайвим нагромадженням.

Інший приклад: Можливо, я заберу більше часу, ніж це передбачено регламентом, але питання миру цього варте. – *Maybe, I'll take more time than it's provided but the question of peace is worth it.*

При перекладі не відтворено лексему «регламентом», при цьому не порушивши основний зміст повідомлення.

Ще приклади на редукування:

Очевидно, що словам Росії довіряти не можна та не можливо. – *Obviously, Russia is impossible to believe.* У цьому прикладі при перекладі спостерігаємо не лише редукування, а й зміну порядку слів у реченні, через граматичні розбіжності вихідної та цільової мов. «Словам», «не можна» скоротили у перекладі.

І ще один цікавий приклад: Я хочу, щоб ця війна закінчилась справедливо, на основі міжнародного права та Статуту ООН, а не абияк, за влучним виразом пана Генерального Секретаря ООН, Антоніо Гутеріша. – *I want this war to end fairly according to the international law and the UN Charter, but not anyhow, as Mr. Gouterish states.* Перекладачем прийнято рішення не відтворювати «влучний вираз», що лише має додатковий стилістичний ефект і аж ніяк не смисловий, та «Генерального Секретаря ООН», замість цього перекладено його прізвище. Це досить розповсюджена практика під час синхронного чи усного перекладу, коли при наявних посаді та прізвищі офіційної особи перекладається щось одне: або посада, або прізвище. Якщо

обирається прізвище, то обов'язково перед ним вживати *Mr / Mrs*, що ми і спостерігаємо у перекладі.

Якщо характеризувати антонімічний переклад, то варто дати його визначення – це заміна форми слова у вихідній мові на протилежну за значенням у цільовій. Антонімічний переклад демонструють наступні 2 приклади:

1. Не варто пропонувати Україні компроміси з совістю, суверенітетом, територією та незалежністю. – *Ukraine will neglect compromises with consciousness, sovereignty, territory and freedom.*

2. Немає такого народу на землі, який не цінує справедливість та свободу. – *Every nation appreciates justice and freedom.*

І ще один дуже розповсюджений прийом у синхронному перекладі – це заміна при перекладі однієї частини мови іншою, наприклад, дієслово іменником чи навпаки тощо.

Приклад: Ви бачите, як щотижнево Росія намагається перетворити холод на зброю, обстрілюючи наші об'єкти критичної інфраструктури. – *You see that every week Russia is trying to weaponize cold, attacking the objects of our civil infrastructure.*

Іменник «зброя» у перекладі замінено на дієслово *to weaponize*.

Висновки і перспектива подальших пошуків. Таким чином, робимо висновок, що найрозповсюдженішими прийомами та техніками при синхронному перекладі є максимальна редукація та антонімічний переклад, які уможливають перекладача реалізувати свій професіоналізм та виконати переклад на найвищому рівні. Перспективу подальших доробок вбачаємо у висвітленні інших перекладацьких рішень під час синхронного перекладу.

Література:

1. Ольховська А. С. Синхронний переклад у суспільно-політичній сфері: [навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів за спеціальністю «Переклад» (англійська мова)]Харків : Видавництво ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2014. 152 с.
2. Скрильник С. В. Синхронний переклад. Інститути та організації Європейського Союзу [Текст]: навч. посіб. Київ: Логос, 2015. 186 с.
3. Смирнова М. С., Хоровець В. Є. Основи усного перекладу: Навчальний посібник для студентів спеціальності 035 Філологія. Переклад (англійська), ОС «Магістр». Маріуполь: вид-во МДУ, 2020. 121 с.

Stavka A. The art of simultaneous interpreting

Summary. The article deals with the simultaneous interpreting as the most difficult kind of interpreting as a whole. Teaching the simultaneous interpreting in higher educational establishments is provided, as a rule, for postgraduate students after they've got all necessary skills of consecutive interpreting. Having obtained automatic skills of consecutive interpreting one can start mastering the art of simultaneous interpreting. Moreover, to be successful in simultaneous interpreting, interpreters also should possess background knowledge in the field to be interpreted, as well as be strong both physically and psychologically. While interpreting simultaneously the interpreter should demonstrate several skills at the same time, that is listening comprehension of the message in one language and its rendering by means of another one. Interpreting should be provided at the speed the narrator speaks in the original. As a rule, the interpreter is unable to affect the speed of the narrator because of either the nature of the situation, or individual peculiarities of the speech

of the narrator. In addition, the interpreter is limited by time to interpret the message and in practice it is very difficult to perform, this means he/she must be a real professional possessing essential background knowledge in the field to be interpreted; without exaggeration, a simultaneous interpreter is a genius. Simultaneous interpreting is characterized by three main stages: search for decisions, interpreting itself and its control. Each stage is limited by time that is why all interpreter's actions are situationally dependent. According to the finding of the research, the reduction of the information

in the original text and removal of all from it that bears additional (insignificant) meaning are the most popular techniques and methods of simultaneous interpreters. Except for language reduction in simultaneous interpreting antonymic translation is the second popular technique. Moreover, various lexical and grammatical transformations are applicable. Correspondingly, our further research will be devoted to these important issues.

Key words: simultaneous interpreting, method, technique, reduction, antonymic translation.

*Талабірчук О. Ю.,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри угорської філології Українсько-угорського
Навчально-наукового інституту
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

ФАЛЬШИВИ ДРУЗИ ПЕРЕКЛАДАЧА: НА МАТЕРІАЛІ УГОРСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ МІЖМОВНОЇ ОМОНІМІЇ

Анотація. Стаття присвячена розглядові питання фальшивих друзів перекладача в угорсько-українській мовній парі. У розвідці поряд із назвою «фальшиві друзі перекладача» вживається термін міжмовні омоніми. Студенти-перекладачі стикаються з труднощами розуміння міжмовних омонімів майже одразу, адже у мові білінгвів вони часто спричиняють лексико-семантичну інтерференцію. Питання фальшивих друзів перекладача на прикладі угорської та української мови ще не досліджене, що становить підставу формулювання мети статті: теоретичне опрацювання явища угорсько-української омонімії та аналіз угорсько-українських омонімів з метою подальшого правильного їх використання у перекладацькій діяльності. У дослідженні використано загальнонаукові методи аналізу та синтезу, а також метод опозицій.

Услід за класифікацією А. Д'якова, Т. Кияка та З. Куделько, в угорсько-українській мовній парі виділено дві групи фальшивих друзів перекладача, а саме часткові інтернаціоналізми (повністю збігаються за формою вираження, проте мають одне спільне значення та кілька відмінних) та псевдоінтернаціоналізми. Встановлено, що значна частина псевдоінтернаціоналізмів є наслідком випадкового збігу співзвучності при відсутності спільності у значенні. Окрім цього, в угорській та українській мовах простежено лексичні міжмовні омоніми зі звуковими відмінностями, а саме такі, що відрізняються одним звуком. Окремо виділено міжмовні омоніми з графічно-фонетичними розбіжностями. З'ясовано, що в угорсько-українській парі міжмовні омоніми належать до однієї частини мови – іменники, а ті, що стосуються різних частин мови, є фактичними омонімами лише у словникових формах: напр., основа угорського дієслова та український іменник.

Перспектива дослідження полягає у можливості подальшого вивчення угорської та української лексики з метою виявлення міжмовних омонімів та аналіз їх перекладу в різних стилях.

Ключові слова: угорська мова, українська мова, фальшиві друзі перекладача, міжмовна омонімія, переклад.

Постановка проблеми. У процесі перекладу неодмінно стикаємося із лексичними труднощами, які зумовлені відмінностями між двома мовами. Угорська та українська мови належать до різних типів мов, є неспорідненими, чим пояснюються значні відмінності між ними та відповідно труднощі у перекладі різних рівнів (фонетичного, семантичного, граматичного, лексичного, синтаксичного тощо). Лексичний склад угорської та української мов розвивався, формувалася і продовжує піддаватися впливу відмінних умов, що і призводить до виникнення проблем під час перекладу. Зазначимо, що між цими двома мовами відбувалися безпосередні контакти на території Закар-

паття у минулому, що знайшло відображення у взаємному запозиченні чималой кількості слів та взаємовпливі, що призвів до появи т. зв. «фальшивих друзів перекладача». Як показує наш особистий досвід, з труднощами розуміння міжмовних омонімів, зокрема з перекручуванням значення слів, майже відразу стикаються студенти та перекладачі-початківці, приступаючи до практики перекладу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджень у сфері міжмовної омонімії дуже багато, зокрема чимало праць присвячено розгляду міжмовної омонімії у споріднених мовах, як от українсько-російська, українсько-чеська, українсько-польська омонімія. Багато розвідок присвячено українсько-англійській міжмовній омонімії. Ці напрацювання використовуються у практиці перекладацької діяльності, у підготовці двомовних словників фальшивих друзів перекладача тощо. Серед українських науковців до дослідження проблеми міжмовних омонімів зверталися М. Рильський, В. Акуленко, А. Д'яков, І. Корунець, М. Кочерган, О. Паламарчук, В. Русанівський, А. Турчина, Г. Чуба та інші. Проте наразі значно менше досліджень, присвячених розглядові міжмовної омонімії української мови та інших неспоріднених із нею мов, зокрема й угорської.

Формулювання мети статті. Оскільки питання фальшивих друзів перекладача на прикладі угорської та української мови ще не ставали предметом окремих досліджень, то **актуальність** нашої праці беззаперечна. **Мета статті** полягає у теоретичному опрацюванні явища угорсько-української омонімії, в аналізі угорсько-українських омонімів з ціллю подальшого правильного їх використання у перекладацькій діяльності. Досягнення мети передбачає складання списку фальшивих друзів перекладача в угорсько-українській мовній парі.

У статті використані загальнонаукові **методи аналізу та синтезу**, а також **метод опозицій**.

Виклад основного матеріалу. Поряд з терміном *фальшиві друзі перекладача* вживається термін міжмовні омоніми. Міжмовні омоніми є предметом вивчення не тільки перекладачів, а й загалом мовознавців, та належать до сфери зацікавлені і методики викладання та навчання мови як іноземної. Тож у науковій думці сформувалося чимало термінів на позначення слів однакових або схожих за звучанням, але відмінних за значенням у різних мовах. А. Турчина, окрім згаданих термінів «*фальшиві друзі перекладача*» та «*міжмовні омоніми*» наводить такі найменування: «міжмовні пароніми, міжмовні синоніми, помилкові або неповні лексичні паралелі, псевдоінтернаціоналізми» [1, с. 124].

Андрій Д'яков, Тарас Кияк та Зоя Куделько, розглядаючи мовні паралелі та проблему «фальшивих друзів перекладача»

у контексті термінотворення, відзначають, що «фальшиві друзі перекладача» поєднують у собі як часткові інтернаціоналізми, так і псевдоінтернаціоналізми [2, с. 125]. Під частковими інтернаціоналізмами вони розуміють слова, значення котрих збігаються лише частково, а під псевдоінтернаціоналізмами ті, значення яких не збігаються взагалі [2, с. 125].

Галина Чуба відзначає, що однією із причин появи міжмовних омонімів, як і омонімів загалом, є розпад колишньої багатозначності слова. «Лише зрідка вони виникають в результаті випадкових збігів, у більшості випадків у споріднених, особливо близькоспоріднених мовах омонімами стають слова, які «виросли» з тих самих етимонів та архетипних концептів» [3, с. 91].

Проблема перекладу «фальшивих друзів перекладача» або міжмовних омонімів в угорсько-українській мовній парі пов'язана із випадковими збігами. У близькоспоріднених мовах може бути кілька сотень або ж і тисяч омонімічних пар. Між неспорідненими мовами значно менша кількість міжмовних омонімів, однак все ж таки вони виникають. Варто відзначити, що угорська та українська мови мають різну графічну систему (латиницю та кирилицю), тому міжмовні омоніми у цій парі не є тотожними у плані вираження графічної та фонетичної форми.

Міжмовні омоніми угорської та української мови належать до однієї частини мови, переважно це іменники. В угорській та українській мовах існують міжмовні омоніми, які повністю збігаються за формою вираження, але мають одне спільне значення та кілька відмінних, тобто це часткові інтернаціоналізми. Так, лексема «індекс» в обох мовах є запозиченою, однак *index* в угорській мові означає *список, сигнал, сигнал повороту, залікова книжка студента*, натомість в українській мові *індекс* це: «1. Показчик, список, перелік чого-небудь. Індекс товарів. 2. ек. Цифровий показник, який у процентах виражає послідовні зміни якого-небудь економічного явища. Індекс продуктивності праці. 3. спец. Умовне позначення, здебільшого сполучення чисел або літер, що вживається в бібліотечній класифікації книжкових розділів. 4. мат. Числовий або літерний показчик, що найчастіше пишеться внизу літери або цифри математичного виразу для відрізнення його від іншого (напр., A2, Xп)» [4, с. 25]. Отже, слово іншомовного походження в угорській та українській мовах зберегло тільки одне спільне значення – *список*, і розвинуло інші значення, які необхідно враховувати при перекладі. Так само в угорській мові іменник *defekt* означає несправність транспортного засобу, що викликана пошкодженнями його структури чи частини; прокол шини [5]. Натомість в українській мові *дефект* – вада чи недолік будь-чого, не лише транспортного засобу чи механізму, а й наприклад тіла. Тож в українській мові ця лексема набула ширшого значення.

До часткових інтернаціоналізмів відносимо й угор. *pásztor* – укр. *пастух* [6, с. 585], що співзвучне з укр. словом *пастор* – протестантський священник [7, с. 91]. В угорській мові у релігійному сенсі це слово використовується лише у переносному значенні. Тож, для того, щоб правильно відтворити у перекладі значення вищевказаних лексичних одиниць, потрібно на основі контексту в реченні чи змісту висловлювання точно з'ясувати у якому значенні вжито слово.

Нааявні в угорсько-українській парі міжмовних омонімів приклади і повного випадкового збігу співзвучності при відсут-

ності спільності у значенні. Нами укладений список наступних псевдоінтернаціоналізмів:

Угорське слово *lány*, що означає *дівчина*, за вимовою та написанням повністю збігається із українським *лань* – «*Тварина родини оленів, струнка і дуже прудка, у перен. про струнку, тендітну жінку*» [8, с. 447];

Угор. *koton* – укр. *презерватив*, ідентичне до іншомовного слова в українській мові *котон* – «*Бавовна, бавовняні нитки, а також тканина з бавовни*» [9, с. 324];

Угор. *ámbár* – укр. *хоч, хоча б, хоча би* [6, с. 43] співзвучне з укр. *амбар* – «*Велике приміщення для зберігання зерна; комора*» [10, с. 38];

Угор. *bárd* – укр. *сокира* [6, с. 73] та укр. *бард* – «*іст. Снівець-поет у стародавніх кельтів; Взагалі поет, що оспівує героїв та їхні подвиги*» [11, с. 105];

Угор. *máj* – укр. *печінка* [6, с. 460] не має спільного значення з українським розмовним *травень* чи діалектним *більше, мабуць* [12, с. 597];

Угор. *pár* – укр. *пара, подружжя* [6, с. 583], укр. *пар* – «*Рілля, залишена на одне літо без посіву з метою поліпшення якості землі для наступного посіву озимих*» і *те саме, що пара* [13, с. 59];

Угор. *rom* – укр. *руїна* [6, с. 614], укр. *ром* – *міцний напій*;

Угор. *szurok* – укр. *смола* [6, с. 661], укр. *сурок* – «*Великий степовий гризун з цінним хутром жовтого або рудуватого кольору з домішкою чорних і бурих тонів на спинній частині*» [14, с. 855]. Відзначимо, що ці два омоніми відрізняються наголосом: в угорській мові наголос завжди падає на перший склад, тобто він нерухомий. В українській лексемі *сурок* наголос падає на другий склад.

Угор. *szvit* [світ] – укр. *світла* [6, с. 663], та українське *світ* – *світло та всесвіт, земна куля*;

Угор. *sár* [шар] – укр. *болото* [6, с. 618], укр. *шар* – «*Однорідна за складом речовина, що суцільною масою вкриває кого-, що-небудь, простягаючись у просторі. Те саме, що куля та ін.*» [15, с. 409–410].

В угорській та українській мовах знаходимо приклади лексичних міжмовних омонімів зі звуковими відмінностями. Нижче наводимо ті лексеми, що відрізняються одним звуком.

В угорській мові існує проміжний голосний звук між [a] і [o], на письмі він позначається так само як і укр. [a]. Лексема *villa* в угорській мові має два значення: означає столовий прибор – *вилка*, а також великий розкішний будинок, призначений як правило для відпочинку. В українській мові *вілла* вживається лише на позначення будинок-особняк чи розкішна дача.

Угор. *duma* – укр. *базікання, пустослів'я, балаканина, верзіння* [6, с. 184] немає нічого спільного з укр. *дума* – *думка* чи «*Народна ліро-епічна пісня, що виконується сольним співом-декламацією у супроводі кобзи, бандури або ліри і має нерівномірну будову вірша*» [16, с. 434].

Угорське слово *tata* [мома] вживається у різних контекстах у значеннях *мама, бабуся* та *старша жінка*, за звучанням і написанням нагадує українське *мама*, тому під час перекладів потрібно точно знати, про кого йдеться.

Угор. *liszt* [ліст] – укр. *борошно*, викликає асоціації з українською лексемою *лист*.

Угор. *blokk* – укр. *блокнот для нотаток, магазинний чек, будівельний блок* відрізняється від української лексеми одним приголосним звуком: Укр. *блок* – «1. Простий механізм для

підняття важких предметів, що має форму колеса (на осі) з жолобом, через яке перекинуто ланцюг, канат і т. ін.; 2. Окрема, незалежна частина споруди, машини і т. ін., що складається також з окремих елементів або деталей. Природний або штучний будівельний камінь, порізаний на плити. 3. Об'єднання держав, організацій, партій і т. ін.» [17, с. 201–202].

Міжмовними омонімами з графічно-фонетичними розбіжностями є наступні лексеми:

угорське *szoknya*, що означає *спідниця*, та українське *сукня* – «Жіночий одяг, верхня частина якого, що відповідає кофті, становить єдине ціле з нижньою частиною, що відповідає спідниці; плаття» [18, с. 831];

угор. *báty(a)* – *старший брат, старший родич чоловічої статі по відношенню до племінника чи молодшого родича, старший знайомий чоловік по відношенню до мовця*, та українське розмовне *бать*. В угорській мові ця лексема не вживається на позначення батька, лише у значенні старшого брата;

угор. *bagázs* – *натовп або одна особа без моральних принципів, що здатна на будь-які вчинки*. Укр. *багаж* має абсолютну відмінне значення: «Речі пасажирів, спакзовані для перевезення різними видами транспорту» [19, с. 78];

угор. *gulya* – укр. *стадо, череда* [6, с. 290], укр. *гуля* – «Заокруглена опуклість, наріст на тілі людини або тварини від запалення, удару і т. ін.» [20, с. 191];

угор. *kánikula* – укр. *літня спека; суха гаряча літня пора*. Укр. *канікули* – *перерва у навчальних заняттях або вакації*;

угор. *laska* – укр. *локишина, лапша* за звучанням нагадує українське слово *ложка*;

угор. *tatárka* – укр. *гречка*, укр. *татарка* – *жінка татарської національності*.

Частковий інтернаціоналізм *magazin* в угорській мові означає *журнал, магазин патронів та заст. склад*, у той час як в українській мові *магазин* – це *крамниця*, проте відзначимо, що словникові значення серед інших містять і значення комори, складу [21, с. 589].

До цієї ж групи міжмовних омонімів відносимо угор. *eper* – укр. *полуниця*. В українській мові є лексема *еперки*, яка вживається на означення шовковиці. А шовковиця угорською *eperfa*. Тобто, якщо маємо справу з перекладом, то потрібно зважати на цю лексему, оскільки в угорській мові шовковицю також називають *епер*, бо часто опускається останній склад (*fa*), що означає дерево. І, наприклад, у реченні *A piacón finom epret lehet venni* без контексту не зрозуміло як перекласти: *На ринку можна купити смачну полуницю чи На ринку можна купити смачну шовковицю*.

Угорсько-українські міжмовні омоніми спричиняють лексико-семантичну інтерференцію. Студенти-філологи, вивчаючи угорську мову як іноземну, часто плутають не лише на рівні перекладу, а й під час комунікації значення слова *kollégium*. В угорській мові ця латинського походження лексема є багатозначною та вживається найчастіше у значенні *гуртожиток для учнів чи студентів*. В українській мові асоціативно звучання цього слова нагадує слово *колегія* – «Офіційно визначена група осіб, які утворюють певний адміністративний, розпорядчий або дорадчий орган; Об'єднання осіб деяких професій; У Західній Європі, на Україні та в Росії в XVI–XVIII ст. – назва деяких закритих середніх і вищих навчальних закладів» [22, с. 217]. Як правило, студенти-філологи перекладають, що це навчальний заклад, а не місце проживання студентів.

Так само помилкові асоціації викликає і лексема *konditerem* – укр. *тренажерний зал*. Часткове співзвуччя з українським словом *кондитерська* призводить до неправильного розуміння, і в результаті неправильного перекладу та вживання цього іменника.

Наявні в угорсько-українській парі і приклади міжмовних омонімів, що належать до різних частин мови. Напр., лексема *bánn* є дієсловом, що має кілька значень: *ображає, кривдить, доторкається, заважає* [6, с. 71]. Укр. *бант* – «Вузол з вільними петлями й кінцями; зав'язана таким вузлом стрічка або стьожка, що використовується переважно як прикраса» [23, с. 101]. Однак відзначимо, що для тих осіб, які володіють іноземною мовою на достатньому рівні, такі міжмовні омоніми не будуть викликати труднощів, тому подібні пари слів (основа угорського дієслова та український іменник) не вносимо до списку міжмовних омонімів.

Висновки з дослідження і перспективи. Отже, не зважаючи на неспорідненість угорської та української мов, їм притаманна міжмовна омонімія, яка може призводити до помилкових переносів одного із значень слова на рідне слово. Угорсько-українські міжмовні омоніми поділяються на часткові інтернаціоналізми та псевдоінтернаціоналізми. Укладений нами список має на меті полегшити підготовку студентів-перекладачів та загалом студентів-філологів, які вивчають угорську мову як іноземну, адже фальшиві друзі перекладача часто стають причинами помилок, неточностей, невідповідностей та неоковирностей перекладу, а також можуть призводити до неприємних ситуацій під час міжкультурної комунікації. Перспективою нашого дослідження є можливість подальшого вивчення угорської та української лексики з метою виявлення міжмовних омонімів та аналіз їх перекладу в різних стилях.

Література:

1. Турчина А. А. Лексична міжмовна омонімія у слов'янських мовах. *Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур*. Випуск 17. К., 2012. С. 121–126.
2. Д'яков А. С. та ін. Основи термінотворення: Семант. та соціолінгвіст. аспекти. К.: Вид. дім. «КМ Academia», 2000. 218 с.
3. Чуба Г. Міжмовна омонімія як джерело помилок при вивченні української мови студентами-поляками. *Теорія і практика викладання української мови як іноземної*. Випуск 11. Львівський національний університет імені Івана Франка, 2015. С. 90–96.
4. Словник української мови: в 11 томах. Том 4. К.: Наукова думка, 1973. URL: <http://sum.in.ua/s/defekt> (дата звернення: 21.02.2023).
5. A magyar nyelv értelmező szótára. URL: <https://www.arcanum.com/hu/online-kiadvanyok/Lexikonok-a-magyar-nyelv-ertelmezo-szotara>.
6. Угорсько-український словник / за ред. П. М. Лизанця. Ужгород, 2001. 800 с.
7. Словник української мови: в 11 томах. Том 7. К.: Наукова думка, 1975. URL: <http://sum.in.ua/s/pastor> (дата звернення: 21.02.2023).
8. Словник української мови: в 11 томах. Том 4. К.: Наукова думка, 1973. URL: <http://sum.in.ua/s/lanj> (дата звернення: 21.02.2023).
9. Бирик С. П., Сютя Г. М. Словник іношомовних слів: тлумачення, словотворення та слововживання. Харків: Фолио, 2006. 623 с.
10. Словник української мови: в 11 томах. Том 1. К.: Наукова думка, 1970. URL: <http://sum.in.ua/s/ambar> (дата звернення: 22.02.2023).
11. Словник української мови: в 11 томах. Том 1. К.: Наукова думка, 1970. URL: <http://sum.in.ua/s/bard> (дата звернення: 22.02.2023).
12. Словник української мови: в 11 томах. Том 4. К.: Наукова думка, 1973. URL: <http://sum.in.ua/s/maj> (дата звернення: 22.02.2023).
13. Словник української мови: в 11 томах. Том 6. К.: Наукова думка,

1975. URL: <http://sum.in.ua/s/par> (дата звернення: 22.02.2023).
14. Словник української мови: в 11 томах. Том 9. К.: Наукова думка, 1978. URL: <http://sum.in.ua/s/surok> (дата звернення: 22.02.2023).
 15. Словник української мови: в 11 томах. Том 11. К.: Наукова думка, 1980. URL: <http://sum.in.ua/s/shag> (дата звернення: 23.02.2023).
 16. Словник української мови: в 11 томах. Том 2. К.: Наукова думка, 1971. URL: <http://sum.in.ua/s/duma> (дата звернення: 23.02.2023).
 17. Словник української мови: в 11 томах. Том 1. К.: Наукова думка, 1970. URL: <http://sum.in.ua/s/blok> (дата звернення: 23.02.2023).
 18. Словник української мови: в 11 томах. Том 9. К.: Наукова думка, 1978. URL: <http://sum.in.ua/s/suknja> (дата звернення: 25.02.2023).
 19. Словник української мови: в 11 томах. Том 1. К.: Наукова думка, 1970. URL: <http://sum.in.ua/s/baghazh> (дата звернення: 25.02.2023).
 20. Словник української мови: в 11 томах. Том 2. К.: Наукова думка, 1971. URL: <http://sum.in.ua/s/gulja> (дата звернення: 25.02.2023).
 21. Словник української мови: в 11 томах. Том 4. К.: Наукова думка, 1973. URL: <http://sum.in.ua/s/maghazup> (дата звернення: 25.02.2023).
 22. Словник української мови: в 11 томах. Том 4. К.: Наукова думка, 1973. URL: <http://sum.in.ua/s/koleghija> (дата звернення: 25.02.2023).
 23. Словник української мови: в 11 томах. Том 1. К.: Наукова думка, 1970. URL: <http://sum.in.ua/s/bant> (дата звернення: 25.02.2023).

Talabirchuk O. False friends of a translator: based on Hungarian-Ukrainian interlinguistic homonymy

Summary. This article is dedicated to the issue of the false friends of a translator within Hungarian-Ukrainian language pair. During the research the term interlinguistic homonyms is used alongside the name “false friends of a translator”. Students of Translation department always experience difficulties in understanding inter-linguistic homonyms, because they cause lexical-semantic interference in the speech of bilingual students. The issue of the false friends of the translator within Hungarian-

Ukrainian language pair has not yet been explored, which constitute the base for forming the purpose of this article, which is the following: the theoretical research of the phenomenon of Hungarian-Ukrainian homonymy and the analysis of Hungarian-Ukrainian homonyms with the purpose of further correct usage of them in translation sphere. There are used general scientific methods of analysis and synthesis, as well as the method of oppositions in this research.

Followed by the classification of A.Diakova, T.Kyiak and Z.Kudelko, there are distinguished two groups of the false friends of a translator within the Hungarian-Ukrainian language pair, particularly, partial internationalisms (they coincide completely by the form of expression, but they have one common notion/meaning and several distinctive notions/meanings) as well as pseudo-internationalisms. It was provided that a significant amount of pseudo-internationalisms is a result of accidental coincidence of consonance while within the absence of similarity in the notion/meaning. Moreover, there is an evident lexical interlinguistic homonyms track in the Hungarian and Ukrainian language pair with sound differences, namely those that differ by only one sound. Interlinguistic homonyms with graphic-phonetic differences are highlighted separately. It was established that interlinguistic homonyms in the Hungarian-Ukrainian language pair refer to the same part of language – to nouns. And those referring to different parts of language are being the actual homonyms only in dictionary forms: for example, the base of the Hungarian verb and the Ukrainian noun.

This research has a perspective of further study of Hungarian and Ukrainian vocabulary with the purpose to identify interlinguistic homonyms and to analyze their translation in different styles.

Key words: Hungarian language, Ukrainian language, false friends of a translator, interlinguistic homonymy, translation.

*Хуртак В. Г.,**старший викладач кафедри перекладу**Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»*

СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ НІМЕЦЬКИХ КОЛОРОНІМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ (НА ПРИКЛАДІ ХУДОЖНІХ ТВОРІВ)

Анотація. Колороніми становлять досить значущу групу лексичних одиниць у словнику будь-якої мови. Статтю присвячено виявленню способів перекладу кольоропозначень, які експліцитно виражають колір або включають імпліцитно передані семи кольору в романах "Die hässliche Herzogin", "Tintenherz", "Die Bücherdiebin". Автори статті вважають, що кольоропозначення, зафіксовані у німецькомовних художніх творах, акумулюючи в собі національно-культурні стереотипи, слугують відтворенню в тексті фрагментів реальної дійсності, а також художньої концепції світу. У статті наголошено, що за допомогою різних конотацій кольороозначень створюється неповторна поетика твору та розкривається його основна ідея. Очевидна багатоаспектність і багатогранність колоронімів відкриває широкі перспективи для подальших наукових досліджень, зокрема в аспекті їхнього перекладу. Саме тому переклад колоронімів такий цікавий. Адже кольори не тільки є «надбанням» свого народу, а й чинять сильний емоційний вплив на реципієнтів. Мета статті полягає у виявленні способів відтворення німецьких колоронімів у перекладі німецькомовних художніх творів українською мовою зі збереженням їх символічного потенціалу. На думку автора статті, під час перекладу колоронімів з німецької мови на українську необхідно враховувати, що деякі слова мають неоднозначні значення і що такі колороніми не відповідають одній точці колірному простору, а можуть позначати весь спектр відтінків. Доведено, що колороніми, які зафіксовані в німецьких художніх творах, відтворюються українською мовою за допомогою перекладацьких збігів, які можуть бути повними, частковими або варіантними та перекладацьких трансформацій, що включають опущення та передпроцесну заміну. Крім того, зроблено припущення, у яких випадках можуть траплятися перекладацькі невідповідності.

Ключові слова: позначення кольору, колоронім, художній текст, мовна картина світу, способи перекладу.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. У всіх мовах твори художньої літератури будуються за законами асоціації та уяви, де весь матеріал реального життя перетворюється на своєрідний «маленький всесвіт», побачений очима автора. У цьому контексті практична роль перекладача має двоїсту природу. З одного боку, він має бути носієм обох лінгвокультур, оскільки виступає і в ролі адресата, і в ролі одержувача тексту. З іншого боку, усвідомлюючи та сприймаючи світ, створений автором, перекладач має відтворити його іншою мовою без суттєвих втрат [1, с. 75]. Крім того, відомо, що різні асоціації автора і перекладача призводять до різних «нарошувань смислу», оскільки одна й та сама реальність об'єктивного світу часто сприймається по-різному [2, с. 38].

З цієї причини завдання, покладене на перекладача, може здатися апріорі нерозв'язним.

Символізм кольору в літературних творах давно є актуальним для дослідників. Багато письменників, поетів і філософів виявляли інтерес до кольоропозначень і до того, що може символізувати той чи інший колір. Колороніми є одним з основних елементів мовної картини світу [3]. Семантика кольору характеризується його образністю, символічною насиченістю. Колір забезпечує специфічне емоційне тло мовлення. Різні мови мають свою колірну палітру, тому що кольори відтворюють особливості світосприйняття і світovidчуття людей. З цієї причини культурні явища, характерні для однієї етнічної групи, не можуть бути повністю зрозумілі представниками інших етнічних груп без глибокого розуміння всіх асоціативних рядів, пов'язаних із конкретним кольором. Зокрема, назви кольорів, що є частиною сталого виразу, часто мають не пряме, а метафоричне значення, яке не обов'язково індукується основним значенням колороніма [1, с. 75]. Таким чином, категорія кольору пов'язує лексеми із символічно й асоціативно насиченою семантикою, які несуть культурно значущу інформацію й передають національні особливості мовленнєвої та розумової діяльності носіїв певної мови. Очевидна багатоаспектність і багатогранність колоронімів відкриває широкі перспективи для подальших наукових досліджень, зокрема в аспекті їхнього перекладу. Саме тому переклад колоронімів такий цікавий. Адже кольори не тільки є «надбанням» свого народу, а й чинять сильний емоційний вплив на реципієнтів. Колороніми часто набувають лейтмотивного характеру і навіть стають важливими «проникаючими» образами та символами в побудові національної картини світу й особистого світосприйняття автора [4, с. 77].

Аналіз останніх досліджень і публікацій з теми, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячено статтю.

У створенні світу художніх творів є важливим підбір та функціонування колоронімів, які відтворюють неповторність бачення реалій автором. Звідси закономірною постає увага дослідників мови художньої літератури до вивчення колірної бачення світу письменників. Низка робіт науковців присвячена перекладу кольоропозначень на матеріалі різних мов. І. Костанда розглядала функції колоронімів зі значенням «жовтий» у романі Цао Сюеціня «Сон у червоному теремі» [5]. Роботи Д. Лінькової присвячені дослідженню метафоричності й символічності кольоропозначення як засобу збагачення образу на матеріалі українського перекладу «Сага про Форсайтів» Дж. Голсуорсі [6]. Розвідки В. Науменко зосереджені на перекладі колоронімів з англійської мови на українську на матеріалі роману С. Моєма «Розмальована завіса» [7]. Існують розвідки присвячені колористиці як перекладознавчій проблемі

на матеріалі українських і англійських художніх текстів [8], українській та іспанській мовах [9]. На матеріалі французької мови вивчався семантико-стилістичний потенціал фразеологічних одиниць з компонентом-колонорімом у квебекському і метропольному варіантах [10]. У зіставному аспекті семантика колороназв досліджувалася В. Мельник та О. Качан [7]. Водночас дослідження німецьких колоронімів зосереджені на семантиці кольорів в німецькій та українській картинах світу [12], на вивченні німецьких фразеологізмів з національно-культурним потенціалом у газетно-публіцистичному стилі [13; 14] та у медійному дискурсі [15; 16].

Попри достатню кількість розвідок, присвячених перекладу колороназв, недостатньо дослідженим залишається відтворення колоронімів з німецької мови на українську на матеріалі художніх текстів.

Мета статті полягає у виявленні способів відтворення німецьких колоронімів у перекладі німецькомовних художніх творів українською мовою зі збереженням їх символічного потенціалу.

Виклад основного матеріалу. Під час перекладу художніх творів, незалежно від ступеня близькості до оригіналу, неминує виникнення замінь, додавань і опущень між текстом перекладу та текстом оригіналу зумовлено, зокрема, «індивідуальністю перекладача й унікальним сприйняттям тексту оригіналу, мовною різноманітністю, відмінностями в соціокультурному середовищі» [2, с. 37]. Відмінності між перекладеним і оригінальним текстом пов'язані також з особливостями національних систем найменування кольорів. Різняться склад колоронімів, їхні композиційні характеристики, особливості образного та контекстуального вживання, а також особливості асоціативних і конотативних значень. Крім того, під час перекладу колоронімів необхідно враховувати, що «деякі слова мають неоднозначні значення і що такі колороніми не відповідають одній точці колірної простору, а можуть позначати весь спектр відтінків» [17, с. 47]. Для того щоб зрозуміти труднощі перекладу колоронімів, використаємо конкретні приклади з проаналізованого дослідницького матеріалу, спробуємо класифікувати способи їх перекладу за такою моделлю: перекладацькі збіги (повні, часткові, варіантні); перекладацькі трансформації (опущення, передпроцесна заміна); перекладацькі невідповідності [4, с. 101].

Повні перекладацькі збіги, звані також еквівалентами, характеризуються тотожністю смислу і збігом структурних і лексико-семантичних елементів (тобто, виражаються однією і тією ж частиною мови). З цієї причини переклад таких колоронімів не становить особливих труднощів у тому випадку, коли перекладач точно знає відповідну лексему, як-от у творі Л. Фейхтвангера: «*Die Berge standen rotbraun und violett, ganz oben weiß*» [18] – *Гори стояли червоно-бурі й лілові, зовсім вгорі – білі*. У цьому прикладі лексеми *rotbraun, violett, weiß* із тексту оригіналу повністю збігаються з колоронімами *червоно-бурі, лілові, білі*. Таким чином, вони характеризуються тотожністю смислу і виражаються однією і тією ж частиною мови, тому можуть називатися еквівалентами.

Частковими відповідниками називаються ті, що збігаються за змістом, але при цьому різняться з погляду граматики: в одній мові колороніми виражаються словосполученням, а в іншій – однією лексемою. Так, при першому згадуванні головної героїні – герцогині Маргарити – автор виділяє такі деталі її зов-

нішності: «*Das kupferfarbene Haar war hart, spröde, stumpf, ohne Glanz, die Haut kalkig grau, bläulich, unrein, lappig*» [18] – *Її волосся мідного кольору було жорстким, ламким, тьмяним, без блиску, шкіра – ваняно-сіра, бліда, нечиста, в'яла*. Про герцога, автор пише: «*Der Herzog lief rot an...*» [18] – *Герцог почервонів від ярості...*

Варіантна відповідність встановлюється, коли вихідний колоронім може бути відтворений кількома різними аналогами мовою перекладу. Ось чудовий приклад, де колоронім *braun* перекладається кількома лексичними одиницями: «*Bei der Hitlerjugend bekam man eine schmale braune Uniform*» [19] – *Гітлерюгенд означав дитячу коричневу форму*. При використанні колороніма *braun*, його майже завжди можна перекласти українською мовою традиційним повним відповідником «коричневий», якщо дозволяє контекст. Однак, може знадобитися більш традиційний варіант, наприклад: «*Zu jener Zeit mochte man in Deutschland keine braunen Augen*» [19] – *У ті часи в Німеччині мало хто хотів би мати карі очі*. У цьому випадку краще використовувати традиційне відповідне позначення «карий» для опису очей.

Ще один гарний приклад застосування варіантної відповідності зафіксовано при перекладі речення «*Ein Winzermädchen kam ihnen entgegen, ... braun, hübsch...*» [18] – *Назусміч їй ішла збирачка винограду... смаглява, гарненька...* У цьому контексті колоронім «*braun*» відповідає українському «*смаглява*». Як засвідчують приклади, під час перекладу українською мовою слід вдаватися до варіантних відповідностей для кожного конкретного контексту.

Найчастіше варіантні відповідності використовують для відтворення іншою мовою основних колоронімів. Проте складніші лексеми також можуть перекладатися варіативно. Наведемо два приклади з текстів роману «Чорнильне серце»: «*In dieser Nacht hing der Mond voll und orangerot wie eine Frucht am Himmel*» [20] – *Цієї ночі в небі, як оранжево-червоної апельсин, сяяв повний місяць*. У цьому прикладі при перекладі українською мовою використовується повна відповідність. Проте німецьке «*orangerot*» може набувати й інших відповідностей залежно від контексту, наприклад: «*So blieb Meggie nur die orangerote Katze, die ab und zu vorbeigeschlichen kam, wenn es ihr zu anstrengend wurde, sich auf dem Nachbarhof mit den Hunden zu streiten*» [20] – *Тож у Мері залишилася тільки руда кішка, яка час від часу відвідувала їх, коли їй набридало бігати від сусідських собак*. У цьому прикладі під час перекладу українською мовою використовується більш традиційні відповідності німецького «*orangerot*», бо йдеться про забарвлення кішки, яке частіше характеризується як руде в українській мові.

У процесі перекладу практично будь-якого тексту необхідно так чи інакше трансформувати оригінал для того, «щоб текст перекладу з максимально можливою повнотою відтворював усю інформацію, що міститься у вихідному тексті» [1, с. 75]. Ці зміни називаються перекладацькими трансформаціями. Як відомо, існують різні класифікації їхніх видів, однак при цьому більшість перекладацьких трансформацій повторюється, розрізняючись лише взаємним співвідношенням, розподілом за класами та іноді – термінологією. У статті ми використовуємо терміни «опущення» та «передпроцесна заміна» або «смісловий розвиток». Розглянемо приклади, що ілюструють перекладацькі трансформації, які були виявлені в процесі аналізу фактичного матеріалу дослідження. Опущення найчастіше

використовується для уникнення семантичної надмірності або, наприклад, у тих випадках, коли колоронім уже неодноразово траплявся у тексті. Багато таких прикладів було зафіксовано під час перекладу роману «Чорнильне серце» українською мовою: «*Neben der Haustür war ein kleines vergittertes Fenster, das einzige, das sich nicht hinter grünen Läden verbarg*» [20]. – Біля вхідних дверей було закрите вікно, єдине не закрито віконницями. У цьому прикладі спостерігається опущення в перекладі українською мовою; воно є вмотивованим, адже раніше цей колоронім кілька разів траплявся в тексті. Розглянемо інший приклад із того ж твору: «*Mo hatte ihr eine Dose gekauft, verziert mit bunten Steinen und einem kleinen Fisch aus grün und golden schimmerndem Metall, mit weit aufgesperrtem Maul und einer Kugel im hohlen Bauch, die wie ein Glöckchen klingelte, wenn man die Dose schüttelte*» [20] – Мо купив їй банку, прикрашену різнокольоровим камінням, у якій була золотиста рибка з відкритим ротом, а в порожньому животі цієї риби – кулька. Якщо потрясти банку, вона дзвеніла, як дзвіночок. Тут опущення здається обгрунтованим, оскільки колірна інформація не є значущою для загального змісту. З іншого боку, можна зберегти лексему «зелений», використавши словосполучення «золотисто-зелена рибка».

Проте опущення може застосовуватися і в тих випадках, коли в мові першоджерела немає потрібної відповідності, що дозволила б зберегти колірну семантику, як-от у прикладі: «*Weißt du etwas, das ich nicht weiß?*» *Ins Schwarze getroffen* [20]. – «*Tu знаєш щось таке, чого не знаю я?*» *Улучив саме в точку*. У наведеному контексті колірну характеристику виявлено тільки в тексті оригіналу. При цьому вираз «*ins Schwarze treffen*» є фразеологізмом, для якого відсутня відповідність зі збереженням колірної семантики в українській мові, тож його перекладаємо виразом «*улучити саме в точку*». Передпроцесна заміна характеризується як одна з перекладацьких трансформацій, коли у вихідній мові зафіксовано колоронім, що позначає результат певного процесу, а в мові перекладу акцентується дія, що передуює появі того чи іншого кольору, як-от у контексті: «*... dass sich zunächst seine Zunge und später seine ganze Mundhöhle entzündete*» [19] – *Язык у бідолахи посинів, ніби від зарази*. У перекладі застосовано передпроцесну заміну, адже запаленню язика і ротової порожнини зазвичай передуює посиніння тканин. Передпроцесна заміна статне мотивованою також при перекладі наступного речення: «*Die Ahnung in Meggies Herzen wuchs und spreizte schwarze Flügel*» [20]. – *Тривожне передчуття в серці Меггі зростало*. У перекладі українською мовою колоронім відсутній, тому що словосполучення «*schwarze Flügel spreizen*» відтворене лексемою «зростати», що відповідає німецькому словосполученню «*zбільшуватися в розмірах*». Тож, ця передпроцесна заміна є обгрунтованою, проте через її використання було втрачено ідіоматичність фрази. Наведемо ще один приклад, де передпроцесна заміна виступає радше як смисловий розвиток: «*Der Himmel war immer noch fahl und grau, es wollte einfach nicht heller werden*» [20]. – *Затягнуте хмарами небо, схоже, і не збиралося світлішати*. У наведеному прикладі при перекладі на українську мову можна замінити колоронім «сірий» на словосполучення «*затягнуте хмарами*». Цей прийом є цілком обгрунтованим, однак можна зберегти колоронім оригіналу.

Перекладацькі невідповідності зазвичай виникають під час дослівного перекладу. Ці невідповідності зумовлені тим,

що «перекладач, введений в оману загальними властивостями й ознаками мов, що контактують, особливо типологічно близьких» [19, с. 48]: «*Seine spitzen Zähne und die strahlenden blauen Augen blitzten*» [19]. – *Його гострі зуби і сяючі сині очі виблискували*.

Може здатися, що застосування колороніма «синій» є правильним для відтворення німецької кольороназви «*blue*», однак, якщо взяти до уваги контекст, то стає зрозуміло, що йдеться про колір очей арійського хлопчика. Відомо, що основними ознаками приналежності до арійської раси вважалися світле волосся і блакитні очі, а не сині. Крім того, колоронім «блакитний» є конвенціональною відповідністю для «*blue*» в контексті опису кольору райдужної оболонки очей для української лінгвокультури.

Згідно з аналізом методів, що використовуються для перекладу колоронімів, основними труднощами їхнього відтворення є невідповідність кольору або відтінку та наявність лакун для назв кольорів у вихідній мові та цільовій мові, а також існування загальноприйнятих відповідників назв кольорів для конкретних контекстів, які необхідно застосовувати під час перекладу. Використання перекладацьких трансформацій застосовується для максимально точного відтворення інформації, щоб уникнути семантичної надмірності.

Висновки. Аналіз перекладу колоронімів, які зафіксовані в німецьких художніх творах, засвідчив, що під час їхнього відтворення українською мовою застосовуються перекладацькі збіги, які можуть бути повними, частковими або варіантними; перекладацькі трансформації, що включають опущення та передпроцесну заміну. Крім того, трапляються перекладацькі невідповідності через те, що колороніми в обох мовах мають загальні властивості й ознаки. Задля уникнення перекладацьких невідповідностей необхідно враховувати лінгвокультурні особливості вихідної мови та мови перекладу.

Перспективу подальших розвідок вбачаємо у дослідженні способів перекладу німецьких художніх творів на англійську мову.

Література:

1. Rosenthal S. Die Farben Schwarz in der New York School: Dissertation zur Erlangung der Doktorwürde. München, 2003. 271 p.
2. Bassnet S. Constructing Cultures. Essays on Literary Translation. Shanghai: Shanghai Language Education Press, 2001. 143 p.
3. Duden-Online Wörterbuch. URL: <http://www.duden.de>.
4. Dowman M. Colour Terms, Syntax and Bayes. Modelling Acquisitions and Evolution. University of Sydney, 2004. 335 p.
5. Костанда І.О. Функції колоронімів зі значенням "жовтий" у романі Цао Сюеція «Сон у червоному теремі». Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія», 19. 2015. С. 70–73.
6. Лінькова Д.В. Метафоричність і символічність кольоропозначення як засіб збагачення образу у перекладі (на матеріалі українського перекладу «Сага про Форсайтів» Дж. Голсуорсі). Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер.: Філологічна. 2010. Вип. 16. С. 162–167.
7. Науменко О.В. Переклад колоронімів з англійської на українську мову (на матеріалі роману С. Моема «Розмальована завіса»). Мовні і концептуальні картини світу: наукове видання: Київ: Київський університет, 2013. Вип. 46, ч. 3. С. 48–56.
8. Ковальська І.В. Колористика як перекладознавча проблема (на матеріалі українських і англійських художніх текстів): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: [спец.] 10.02.16. «Перекладознавство» / Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. К., 2001. 19 с.

9. Мірошник С. Фразеологічний переклад сталих одиниць в українській та іспанській мовах. URL: <https://onedrive.live.com/Edit.aspx?resid=365873231A54B545!2901>
10. Кир'янова С.Л. Семантико-стилістичний потенціал фразеологічних одиниць з компонентом-колонорнімом у квебекському і метропольному варіантах французької мови. Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Бердянськ, 2014. Випуск III. С. 186–193.
11. Мельник В.І., Качан О.Ю. Кольороназви «жовтий» та «синій» у семантиці фразеологічної одиниці в англійській та французькій мовах. Філологічні студії. Збірник наукових праць. 2012. С. 120–123.
12. Курченко Л.М. Семантика кольорів в німецькій та українській картинах світу. Мовні і концептуальні картини світу. 2010. № 29. С. 34–40.
13. Марковська А.В. Німецькі фразеологізми з національно-культурним потенціалом у газетно-публіцистичному стилі. Сучасні дослідження з іноземної філології. 2013. Вип. 11. С. 223–232.
14. Ніколаєва Н.М. Способи утворення колонорнімів у публіцистичному дискурсі німецької мови. Нова філологія: зб. наук. пр. Запоріжжя, 2017. № 70. С. 126–130.
15. Щербак О.М. Дискурс німецькомовних інтернет-новин: лінгвистичний аспект: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 «Германські мови» / Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя. Ніжин, 2016. 216 с.
16. Schtscherbak O. Zusammenwirken der linguistisch-rhetorischen Strategien in den deutschen Nachrichten im Internet. Одеський лінгвістичний вісник. 2018. Вип. 11. С. 93–100.
17. Berlin B., Kay P. Basic color terms, their universality and evolution. Berkeley; Los Angeles: U. of California Press, 1969. 312 p.
18. Feuchtwanger L. Die haessliche Herzogin. Kostenlos Online Lesen. URL: <https://www.kostenlosonlinelesen.net/kostenlose-die-haessliche-herzogin/lesen/13>
19. Zusak M. Die Bücherdieberin; Übersetzung: A. Ernst. – Blanvalet Verlag, 2008. 592 s.
20. Funke C. Tintenherz. Hamburg: Cecilie Dressler Verlag, 2003. 569 s.

Khurtak I. The specificity of the translation of German coloronyms into Ukrainian language (using the example of artistic works)

Summary. Coloronyms make up a fairly significant group of lexical units in the dictionary of any language. The article is devoted to identifying ways of translating color designations that explicitly express color or include implicitly transmitted semes of color in the novels "Die hässliche Herzogin", "Tintenherz", "Die Bücherdieberin". The authors of the article believe that color designations, accumulating national and cultural stereotypes, serve to reproduce fragments of reality in the text, as well as the artistic conception of the world. With the help of various connotations of color designations, a unique poetics of the work is created and its main idea is revealed.

The obvious multifacetedness and versatility of coloronyms opens wide prospects for further scientific research, in particular in the aspect of their translation. That is why the translation of coloronyms is so interesting. After all, colors are not only the "property" of their people, but also have a strong emotional impact on the recipients. The purpose of the article is to identify ways of reproducing German coloronyms in the translation of German-language works of art into Ukrainian while preserving their symbolic potential.

The authors of the article emphasize that when translating coloronyms, it is necessary to take into account that some words have ambiguous meanings and that such coloronyms do not correspond to one point of the color space, but can denote the entire spectrum of shades. It is proved that coloronyms recorded in German works of art are reproduced in Ukrainian using translation matches, which can be complete, partial or variant, and translation transformations, including omission and pre-process substitution. In addition, assumptions are made in which cases translation inconsistencies may occur.

Key words: color, coloronym, fiction text, linguistic picture of the world, ways of translation.

Chepurna Z. V.,

*Oberlehrer des Fachbereichs Theorie, Praxis und Übersetzung der deutschen Sprache
Nationale Technische Universität der Ukraine
"Thor Sikorsky Kiewer Polytechnisches Institut"*

PHRASELOGISCHE WÖRTLICHE ÜBERSETZUNG AUS DEM DEUTSCHEN INS UKRAINISCHE

Анотація. Виходячи з того, що переклад, як продукт, набуває все більшого значення, то є важливим розглядати будь-які аспекти цього явища, а особливо природу частих перекладацьких помилок. У статті розглядаються саме такі моменти і пропонуються способи уникнення таких помилок; увага акцентується на тому, що розуміючи причини помилок при перекладі фахівець може уникнути їх. Виходячи з того, що коло перекладацьких помилок через розмаїття мовного наповнення тем, появу сленгів, вживання ідіом та фразеологізмів, щоденно зростає, отже вказати на всі причини неправильного перекладу неможливо. Наше завдання ми вбачаємо в тому щоб, виявити головні причини перекладацьких помилок, з тим, щоб надалі їх уникнути. Оскільки теорія, а особливо практичне перекладознавство є явище досить динамічне, то тема вивчення його різних аспектів буде завжди актуальною.

При правильній передачі думки дослівний переклад тексту пропонує максимально чітке відтворення як синтаксичної конструкції так і лексичного складу оригіналу, що ми продемонструємо на конкретних прикладах у статті. Якщо синтаксична структура перекладеного речення виражена аналогічними засобами, то як кінцевий варіант пропонуємо розглянути дослівний переклад, не вдаючись до подальшої літературної обробки. Проте така можливість трапляється нечасто, що і підтверджується результатами нашого дослідження. Як вважають лінгвісти, те чи інше порушення синтаксичних норм при дослівному перекладі є досить частим явищем. У цьому випадку спостерігається розрив між змістом і формою: якщо думка автора зрозуміла, то спосіб її подачі не є властивий цільовій мові.

Не можна ототожнювати дослівний переклад з декомпресією, під якою в перекладознавстві розуміють певне лінійне розширення тексту при перекладі з метою відтворення денотативних та конотативних сем слова чи вислову оригіналу або за рахунок експлікації формально невираженої інформації тексту мови-джерела. Розбіжність між ними полягає в тому, що обов'язковою передумовою декомпресії є лінійне розширення тексту, а дослівний переклад здійснюється, як правило, і без розширення тексту.

Ключові слова: перекладацька помилка, дослівний переклад, буквализм, синтаксична конструкція, декомпресія.

Das Problem der Forschung. Von wörtlichen Übersetzungen wird gesprochen, wenn der ursprüngliche Text Wort für Wort in die Zielsprache übertragen wird. Die Gefahr dabei besteht darin, dass die Bedeutung verdreht oder der Text in manchen Fällen sogar unverständlich wird. Eine wörtliche Übersetzung weicht von der Struktur der Ausgangssprache nur dann ab, wenn die Grammatik und das Stilempfinden der Zielsprache dies erfordern. Der Zieltext ist sprachlich zwar verständlich, nicht jedoch sein Sinn und seine Funktion.

In letzter Zeit ist die sprachliche Theorie des Wortes weit verbreitet, die meisten Linguisten beweisen überzeugend die Notwendigkeit, außersprachliche Informationen in die Bedeutung eines sprachlichen Zeichens aufzunehmen, weil sie glauben, dass es keine reine Semantik gibt mit rein sprachlichen Methoden ohne Rückgriff auf Hintergrundwissen und anhand eines Fragments der Realität untersucht werden könnten. Nach dieser Theorie wird die Struktur der Bedeutung von Eigennamen als eine Reihe lexikalischer Konzepte betrachtet, d.h. der klassifizierende und nominative Teil, und der lexikalische Hintergrund, d.h. Informationen, die das erwähnte Objekt auf die eine oder andere Weise oder Phänomen charakterisieren. Ein Eigenname, der einen Menschen sein ganzes Leben lang begleitet und alle Aspekte des menschlichen Handelns widerspiegelt, ist für die Kommunikation notwendig. Die Reflexion der Wirklichkeit ist in ihrem Hintergrundwissen fixiert, was den lexikalischen Hintergrund bildet. Der lexikalische Hintergrund spiegelt das kulturelle, nationale, soziale und historische Wissen einer Person über sich selbst und die umgebende Welt wider, das sich in der Struktur seines eigenen Namens in semantischen Schicksalen ausdrückt, also wesentliche nationalgeschichtliche und ethnokulturelle Informationen trägt [1].

Eine wörtliche Übersetzung ist eine Wiedergabe des Originals durch Einheiten der zu übersetzenden Sprache. Eigentlich eine wörtliche Übersetzung wird relativ selten für kommunikativen Zweck verwendet und hat ausschließlich einen wissenschaftlichen Grund der Verbreitung. Für die sprachliche Analyse ist die wörtliche Übersetzung unter anderem die beste Art, das Original zu präsentieren, weil es ermöglicht, Informationen über die syntaktische Struktur des Originals zu vermitteln.

Die wörtliche Übersetzung wird auch in Kommentaren zu unübersetzbaren Wortspielen oder sprachlichen Einheiten verwendet.

Dem bloßen Wortlaut des fremden Textes am nächsten kommt eine Übersetzung, die für jedes Wort der Ausgangssprache ein entsprechendes Wort der Zielsprache einsetzt (Wort-für-Wort-Übersetzung). Sie ist nicht nur stilistisch unschön und grammatisch fehlerhaft, sondern auch weithin unverständlich. Die Leser müssen erst das besondere Idiom der wörtlichen Übersetzung lernen [1].

Die Veröffentlichungen. Die lexikalische Bedeutung eines Eigennamens wird also durch jene Bilder, Konzepte, Assoziationen gebildet, die in Kants Kommune im Prozess der Kommunikation entstehen, d.h. im Prozess ihres Funktionierens in Sprache und Rede. Die Bedeutung eines Namens ist ein Faktor seiner Bekanntheit, ein sozialgeschichtlicher Faktor. Die Bedeutung eines Eigennamens umfasst neben der eigentlichen lexikalischen Komponente außersprachliche Faktoren, nämlich: ästhetische, moralische und sozial-wertende. [2, c. 155; 5, c. 266]. Wenn es

nicht möglich ist, semantische und stilistische Funktionen der Phraseologie des Originals durch phraseologische Methoden zu reproduzieren, wird häufig die Methode der phraseologischen Nachverfolgung, der Nachahmung der ursprünglichen Ausdrucksformen, verwendet. Voraussetzung für das Tracing ist eine ausreichende Motivation der Semantik von der Phraseologie durch die Bedeutung ihrer Bestandteile. In unserem Artikel beziehen wir uns auf die Veröffentlichungen sowohl der ukrainischen als auch der deutschen Linguisten, darunter sind Zoriwtschak R.P. (Зорівчак Р.П.), Kovalyk I.I. (Ковалик І.І.), Koller Werner, Kupsch-Losereit und andere.

Hauptteil. Wörtliche Übersetzungen haben ihre Vorteile und werden in der Übersetzungspraxis recht häufig verwendet. Erstens, ermöglichen sie, die figurative Struktur des Originals zu bewahren, was für die literarische Übersetzung äußerst wichtig ist. Zweitens, helfen sie, die Schwierigkeiten zu überwinden, die entstehen, wenn ein Bild im Original manipuliert wird, um eine ausgefeilte Metapher zu schaffen. Solche Vorteile der Ausdrucksverfolgung ermutigen den Übersetzer manchmal, diese Übersetzungsmethode zu verwenden, selbst wenn es ein Äquivalent oder Analogon gibt. Zum Beispiel: *Eulen nach Athen tragen – носити сов до Афин; Wo der Papst, da ist Rom – де Папа римський, там і Рим.*

Man unterscheidet während der Übersetzung zwischen folgenden Fehlern:

a. Fehler, die auf einen Mangel an Fremdsprachenkompetenz zurückzuführen sind;

b. Fehler, die auf einen Mangel an Übersetzungskompetenz zurückzuführen sind. Darunter sollten morphologische (falsche Rektion, Artikeldeklinaton, Nomen-, Adjektivbildung, falsche Tempuswahl, falsche Bildung der Vergangenheitsform) und syntaktische Fehler (falsche Konjunktion, falsche Negation, falsche Wortfolge in Nebensätzen) genannt werden.

Bei der Bildung einer wortwörtlichen Entsprechung muss der Übersetzer darauf achten, dass das Bild des Originals ausreichend "transparent" (motiviert) ist und seine Wiedergabe in der Übersetzung ermöglicht dem Empfänger der Übersetzung, die metaphorische Bedeutung zu verstehen. Ohne solche Motivation wird es unmöglich, die Phraseologie zu verfolgen. Meistens geschieht dies, wenn der Übersetzer mit sogenannten phraseologischen Konjunktionen zu tun hat, deren Verfolgung die Übersetzung bedeutungslos macht. Die Herkunft solcher Ausdruckseinheiten kann zwar durch spezielle Recherchen ermittelt werden, ist aber den Rezipienten des Originals in der Regel wenig bekannt und deren bildliche Bedeutung wird aus dem Bild selbst abgeleitet. [3, c. 183].

Eine weitere Aufgabe des Übersetzers bei der Bildung einer phraseologischen Kalkierung besteht darin, ihr die passende Form eines geflügelten Wortes zu verleihen. Dazu ist es manchmal notwendig, das geflügelte Wort näher an das bereits vorhandene Muster zu bringen. [3, c. 184]. Hier scheinen als ein bildhaftes Beispiel die Worte des Präsidenten der Ukraine W. Zelensky am besten zu sein, die er in der Kammer von Vertretern von Großbritannien (08.02.23) bezüglich des englischen Königs gehalten hat: *in Großbritannien ist der König – ein Pilot der Luftwaffe, und in der Ukraine ist jeder Pilot der Luftwaffe – König; У Великобританії король є пілотом Повітряних сил, а в Україні кожен пілот Повітряних сил є королем!*

Wir haben Freiheit, so geben sie uns Flügel um sie (Freiheit) zu verteidigen! – Ми маємо свободу, тож дайте нам крила, щоб захистити її!

Die Rede vom Präsidenten Zelensky weiter analysierend, lässt sich noch ein folgendes Beispiel anführen: *Kampfflugzeuge für die Ukraine – sind die Flügel für die Freiheit! – Бойові літаки для України – це крила для свободи!*

Manche Sätze aus der Rede vom Präsidenten W. Zelensky, sind schon zu geflügelten Worten geworden und werden oft zu verschiedenen Anlässen gebraucht und in verschiedene Sprachen wortwörtlich übersetzt.

Als ein anderes bildhaftes Beispiel der wörtlichen Übersetzung gelten die Worte des amerikanischen Präsidenten Joe Biden, die er in Warschau beim Treffen mit dem proklamiert hat: *Wie geben uns viel Mühe, damit sich die Ukraine verteidigen kann – Ми докладемо всіх зусиль, щоб Україна могла себе захистити.*

In manchen Fällen greift man zur Kalkierung, die eng mit dem Konzept der äquivalentlosen Phraseologie verbunden ist. Diejenigen Einheiten des Originals, die keine fertigen, etablierten Äquivalente auf der Ausdrucksebene in der Rezeptorsprache haben, sind nicht äquivalent. Die nicht äquivalente Phraseologie ist eng mit der nationalen Besonderheit der Sprache verbunden. Dieser Begriff ist ebenso wie der Begriff ohne äquivalenten Wortschatz sehr relativ: Er hängt zu hundert Prozent von den Merkmalen des phraseologischen Bestandes der Sprache von dem Rezipienten ab. Phraseologismen der Ausgangssprache, die in einer Zielsprache nicht äquivalent sind, können Entsprechungen auf phraseologischer Ebene in anderen Sprachen von Rezipienten haben.

Eine der wichtigsten Reproduktionsmethoden bei der Übersetzung von semantischen und stilistischen Funktionen ohne äquivalente Phraseologieeinheiten ist die phraseologisches Kalkierung bei der die Idee der Bildung des Originals und seine Struktur unverändert in die Zielsprache übertragen werden. Diese Methode ist sehr effektiv bei der Reproduktion der nationalen Färbung des Originals. [4, c. 81]. Phraseologische Einheiten, deren semantische und stilistische Funktionen durch Nachzeichnen wiedergegeben werden, umfassen Sprichwörter, Redensarten, Redewendungen, die nicht auf nationalspezifischen Realitäten aufbauen. Lakonismus und Rhythmik sind die Hauptmerkmale sprichwörtlicher Einheiten. Daher sind diejenigen Ablaufverfolgungsausdrücke erfolgreich, die sich durch diese Merkmale auszeichnen. Zwar kann aufgrund von Unterschieden zwischen den Sprachstrukturen eine absolut wörtliche Wiedergabe der Komponenten nicht verlangt werden [4, c. 112].

Bei der Wiedergabe von nicht äquivalentem Vokabular ist es manchmal angebracht, einen zusätzlichen Übersetzungskommentar zu verwenden. Zum Beispiel: *der blaue Montag – синій понеділок;* (Anmerkung: Ursprünglich ging es um den letzten Rosenmontag vor der großen Fastenzeit, der ein freier Tag war. An diesem Tag schmückten die Katholiken den Altar mit einem blauen Tuch. Später erhielt die Tradition des arbeitsfreien "freien Montags" eine neue Interpretation im Zusammenhang mit Sunntätigkeiten. Montag war ein traditioneller Tag für alle Branchentreffen, und als die Frage aufkam, den Arbeitern einen zusätzlichen freien Tag zu geben, fiel die Wahl auf Montag: *am 17. Mai geboren sein – народитися 17 травня;* (Anmerkung: wird als Euphemismus für §175 des Strafgesetzbuches über Homosexualität verwendet, der scherzhaft "17,5" lautet; *die Sonne von Austerlitz – гіркота поразки* (Österreichisch-preussische und russische Truppen wurden von Napoleons Armee bei Austerlitz besiegt); *Nürnberger Gesetze – Нюрнберзькі*

закопи. (Rassengesetze des faschistischen Deutschlands 1935). *Ein babylonischer Menschenhaufen – Вавилонське стовпо-творіння*, ein Ausdruck der mit Ereignissen zu tun hat, die vom Ungehorsamkeit der Menschen zeugen: Sie wollten Gott beweisen, dass sie in Babylon ein Gebäude bauen konnten, das bis zum Himmel reichen würde. Gott beschloss, sie für ihren Stolz und Ungehorsamkeit zu bestrafen und zerstörte das Gebäude vollständig. Gleichzeitig sah alles wie nach einem Erdbeben aus.

Hypertrophie der Kalkierung verursacht die grundlose Wortwörtlichkeit – die stärkste Katastrophe für die literarischen Übersetzungen. Die Wortwörtlichkeit und poetische Übersetzung sind zwei unvereinbare Widersprüche, unversöhnliche Feinde. Wie V. Koptilov feststellte, unterscheidet die Wortwörtlichkeit das Wesentliche vom Nebensächlichen nicht, und deshalb verliert sie oft das Wesentliche aus den Augen und bewahrt sorgfältig das Zufällige. Zum Beispiel: *Was der August nicht kocht, lässt der September ungebraten – що серпень не зварить, те вересень не підсмажить*; (richtig – *літній день рік годує; eine spanische Wand – іспанська стіна* (richtig: *ширма, перегородка*); *schwedische Gardinen – шведські гардини* (richtig: *в'язниця*); *ordinären Goethe zitieren – цитувати звичайного Гете* (richtig: *сварити кого-небудь, показати, де раки зимують*); *die schnelle Kathrin haben – (euphemistisch) мати швидку Катерину* (der Ausdruck basiert auf einem Schulwitz, der statt des medizinischen Begriffs (griech. Katharma) bedeutet – *Reinigung*; der Ausdruck *Durchfall haben* ist es besser zu verwenden. Wegen der wortwörtlichen Übersetzung entsteht keine vollwertige Kalkierung, sondern eine semantische Abweichung [4, c. 115].

Bei der Wiedergabe von Phraseologieeinheiten wird häufig die deskriptive Übersetzung verwendet – die Wiedergabe von Spracheinheiten deskriptiv, mit freien, nicht fixierten Wortkombinationen, die auf der Ebene der Sprache oder Monolexemen gebildet werden, semantisch – und gelegentlich stilistisch – zumindest bis zu einem gewissen Grad den Ausdrücken des Originals gleichen. Einige Linguisten nennen diese Art der Reproduktion nichtphraseologische Übersetzung [2, c.119]. Beschreibendes Übersetzen ist mit Dekompression nicht gleichzusetzen, was in der Übersetzungswissenschaft eine gewisse lineare Erweiterung des Textes während der Übersetzung bedeutet, mit dem Ziel die denotativen und konnotativen Bedeutungen des ursprünglichen Wortes oder Satzes wiederzugeben oder aufgrund der Explikation formal nicht ausgedrückter Informationen des Sprachtextes.

Die Unterschiede bestehen darin, dass die lineare Erweiterung des Textes eine zwingende Voraussetzung für die Dekomprimierung ist, während die beschreibende Übersetzung ohne Erweiterung des Textes möglich ist. [2, c. 121]. Studien haben gezeigt, dass die beschreibende Übersetzung am häufigsten verwendet wird, wenn die Semantik national ausgeprägter Ausdrücke, besonderer sprachlicher Realitäten reproduziert wird, die mit der Denkweise der Menschen zu tun haben, wie sie die Welt um sie herum wahrnehmen, wie sie die Welt verstehen, wie sie sich ausdrücken.

Schlussfolgerungen. Getrennte Spracheinheiten als Elemente der allgemeinen Struktur der Sprache, indem sie mit anderen Elementen dieser Struktur mitwirken, nehmen unterschiedliche Plätze in den Systemen verschiedener Sprachen ein, daher findet man keinen Zusammenfall von der Bedeutung und den

Funktionen von Spracheinheiten in verschiedenen Sprachen, insbesondere bei denen die sich durch unterschiedliche Strukturen unterscheiden.

Praktisch manifestiert sich die Kategorie der Korrespondenz in Form eines Gegensatzes: "wörtliche Übersetzung – freie Übersetzung". Versuche, die formalen und/oder semantischen Bestandteile des Originaltextes einschließlich seiner Struktur im übersetzten Text wiederzugeben, sollten der wörtlichen Übersetzung zugerechnet werden. Freies Übersetzen kann als die Herstellung einer Korrespondenz zwischen Texten auf der Ebene von Quanten von Schlüsselinformationen bezeichnet werden, unabhängig von formalen und semantischen Komponenten.

In der Übersetzungspraxis wechseln sich wörtliche und freie Übersetzung in der Regel im selben Text ab, oft im selben Satz, was das Ergebnis der Suche nach einer Variante ist, die den Normen der Zielsprache entspricht.

Als Perspektive der weiteren Forschung von diesem Thema könnte vermutlich folgende Frage diskutiert werden: die Richtigkeit der Übersetzung

(Wort-für Wort-Übersetzung) nicht nur aus der Sicht der Morphologie und Semantik, sondern auch aus der historischen Sicht zu analysieren.

Literatur:

1. <https://www.translationes.net/faq/welche-uebersetzungstypen-gibt-es>
2. Koller Werner. Einführung in der Übersetzungswissenschaft. Narr Francke Attempto Verlag, 8. Auflage. GmbH & Co. KG. Tübingen, 2011.
3. Ковалик І.І. Про власні та загальні назви в українській мові. Мовознавство. 1977. №2. с. 11–18.
4. Зорівчак Р.П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія. Львів, Вища школа, Вид.-во при Львівському університеті, 1983. 160 с.
5. Kupsch-Losereit, Kognitive Verstehensprozesse beim Übersetzen. In: Übersetzungswissenschaft im Umbruch, Festschrift für W. Wilss zum 70. Geburtstag. Hrsg. Lauer/Gerzymisch Arbogast/Haller/Steiner Gunter Narr, Tübingen. 1996. S. 217–240.

Chepurna Z. Phraseological literal translation from German into Ukrainian

Summary. Based on the fact that translation, as a product, is gaining more and more importance, it is important to consider any aspects of this phenomenon, and especially the nature of frequent translation errors. The article examines exactly such points and suggests ways to avoid such mistakes; attention is focused on the fact that by understanding the causes of translation errors, the specialist can avoid them. Based on the fact that the circle of translation errors due to the variety of linguistic contents of topics, the appearance of slangs, the use of idioms and phraseological units, is increasing daily, therefore it is impossible to specify all the causes of incorrect translation. However, this topic deserves a detailed study. We see it as our task to identify the main causes of translation errors in order to avoid them in the future. Since theory, and especially practical translation studies, is a rather dynamic phenomenon, the topic of studying its various aspects will always be relevant.

With the correct transmission of thought, the literal translation of the translated text offers the most clear reproduction of both the syntactic structure and the lexical

composition of the original. If the syntactic structure of the translated sentence is expressed by similar means, then a literal translation can be considered as the final option, without resorting to further literary processing, but this happens infrequently, which is confirmed by the results of our research. According to linguists, one or another violation of syntactic norms during literal translation is a fairly frequent phenomenon. Therefore, there is a gap between content and form: if the author's opinion is clear, then the way of its presentation is not characteristic of the target language.

Literal translation cannot be equated with decompression, which in translation studies means a certain linear expansion of the text during translation with the aim of reproducing the denotative and connotative meanings of the original word or phrase or due to the explication of formally unexpressed information of the source language text. The difference between them is that linear expansion of the text is a mandatory prerequisite for decompression, while literal translation is carried out, as a rule, without text expansion.

Key words: translation error, literal translation, literalism, syntactic construction, decompression.

*Шванова О. В.,
асистент кафедри прикладної лінгвістики
Національного університету «Львівська політехніка»*

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ТЕРМІНІВ ІЗ КІБЕРБЕЗПЕКИ

Анотація. Статтю присвячено особливостям перекладу термінів із кібербезпеки. Переважна більшість термінів та терміносполучень із галузі кібербезпека це переклад з англійської мови. З'ясувалось, що переклад означених термінів це не таке просте завдання, оскільки перекладні і тлумачні словники, якщо і містять певний термін чи терміносполучення, не завжди пропонують однакові варіанти перекладу, більше того, деякі з термінів не зафіксовані у словниках взагалі. Відсутність максимально повних професійних словників, які могли б полегшити роботу користувачів ПК, фахівців початківців та перекладачів під час їхньої діяльності із подібного роду лексикою найперше пояснюється активною динамікою розвитку означеної терміносистеми. У даній роботі в межах галузі кібербезпека, виокремлено терміни та терміносполучення, які створюють пастки під час передачі внутрішнього значення таких термінів з англійської на українську мову. До означених термінів та терміносполучень віднесено *salami shaving*, *phishing*, *piggybacking*, *hijacking*, *trojan horse*, *trapdoors*, *denial of service attack*. Підручник *Oxford English for IT*, second edition видавництва *Oxford university press* пропонує тлумачення цих терміносполучень англійською мовою. Завдання автора полягало у з'ясуванні еквівалентів поданих терміносполучень на українській мові. Застосовуючи термінологічний підхід, автор дослідила семантику термінів, проаналізувала наявні відповідники українською мовою, визначила прийоми та способи перекладу для відтворення таких термінів та терміносполучень українською мовою, а також надала практичні поради, щодо перекладу термінів, які були відсутні у словниках. У роботі показано, що відтворення термінів, які є усталеними і зафіксовані в лексикографічних джерелах переважно здійснено способом транслітерації, але такий переклад не завжди у повній мірі передає внутрішню конотацію терміносполучення. Пропонуючи власні варіанти перекладу автор в основному застосовувала описовий спосіб, адже таким чином можна передати всі відтінки внутрішнього значення терміносполучення.

Ключові слова: термін, кібербезпека, кібершахрайство, переклад термінів, внутрішнє значення.

Постановка проблеми. Образність, багатозначність, емоційність абсолютно не можна вважати домінуючими ознаками технічного тексту. Проте наявність термінів та терміносполучень із стилістично маркованим значенням, зокрема у терміносистемі із кібербезпеки, цілком підтверджують той факт, що навіть технічний дискурс може бути багатим, метафоричним, образним.

Терміносистема комп'ютерної галузі активно розвивається, з'являються сучасні технології, поняття, явища, для позначення яких необхідні нові найменування та назви. Як наслідок, багато мовознавців не можуть залишити поза увагою цей пласт лексики, тому присвячують свої численні розвідки дослідженню

означеної терміносистеми. Зокрема дослідженню перекладу комп'ютерної лексики на українську мову, оскільки переважна більшість таких термінів та терміносполучень це переклад з англійської мови. У нашій роботі ми зупинимось на термінах із галузі кібербезпеки як одного із напрямів комп'ютерної терміносистеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Безперечно потрібно віддати належне вітчизняним діячам науки, що активно досліджували переклад термінів у фахових текстах, і власне комп'ютерної галузі, серед них учені-мовознавці В'ячеслав Карабан [1] та Тарас Кияк [2].

Особливості перекладу комп'ютерних термінів вивчала А.Б. Сарієва [3], сучасний стан розвитку української комп'ютерної термінології досліджувала О.В. Гаврилова [4], мовознавиця І.Б. Ментинська розглядала у своїх працях тематичну та лексико-семантичну класифікацію українських комп'ютерних термінів [5].

Доречно у цьому контексті згадати лексикографічні джерела укладені сучасними, вітчизняними лексикографами. А саме «Англо-український словник термінів з інформаційних технологій та кібербезпеки» укладений колективом авторів Інституту спеціального зв'язку та захисту інформації Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» автори А.Я. Гладун, О.О. Пучков, І.Я. Субач, К.О. Хала [6]. У словнику представлено 4000 загальних та спеціальних термінів зі сфери кібербезпеки. Видання «Англо-російсько-український тлумачний словник з комп'ютерної графіки та аналізу зображень» укладений авторами Р. Паленичка, П. Цінтергоф [7]. «Тлумачний словник з інформатики» за загальною редакцією академіка НАН України Г.Г. Півняка що містить понад 4000 термінів та аббревіатур з інформатики та суміжних галузей [8]. А також видання «Англо-український тлумачний словник з обчислювальної техніки, Інтернету і програмування» авторів Е.М. Пройдакова та Л.А. Теплицького, що містить більше як 11700 термінів, аббревіатур і акронімів, які використовують у сегментах комп'ютерної техніки і програмування, обчислювальних мереж, а також основних прикладних сферах [9].

Відразу зауважимо, що перелік термінів у згаданих перекладних і тлумачних словниках є неповним, що найперше пояснюється активною динамікою розвитку означеної терміносистеми і що, насамперед, неабияк ускладнює роботу перекладачів, дослідників, користувачів ПК та фахівців початківців, що стикаються під час своєї діяльності із подібного роду лексикою.

Проте, як з'ясувалось, спроб дослідити особливості перекладу термінів із кібербезпеки із внутрішнім стилістично маркованим значенням, на які ми могли б опиратися у нашій роботі, виявлено не так багато. Залишається невирішеним, які

прийоми та засоби відтворення слід застосовувати для передачі внутрішнього значення означених термінів при перекладі на українську мову. Власне на чому ми б хотіли зацентрувати у нашій роботі.

Формування мети статті. Мета нашої роботи полягає в межах галузі кібербезпеки, виокремити терміни та терміносполучення, які створюють пастки під час передачі внутрішнього значення таких термінів з англійської на українську мову.

Серед основних завдань нашої роботи вбачаємо дослідити семантику англійських термінів і терміносполучень, що позначають види шахрайства, проаналізувати їхні відповідники українською мовою, визначити прийоми та способи перекладу для відтворення таких термінів та терміносполучень українською мовою, а також надати практичні поради, щодо перекладу означених термінів.

Виклад основного матеріалу. На заняттях з Іноземної мови за професійним спрямуванням студенти другого року навчання освітньої програми «Інженерія програмного забезпечення» Національного університету «Львівська політехніка» інституту комп'ютерних наук та інформаційних технологій у рамках вивчення теми Data Security вивчають види шахрайства з використанням комп'ютера. Під час навчальної діяльності студенти стикнулися із термінами, що позначають види кіберзлочинів, які не завжди мають усталені відповідники українською мовою в перекладних та тлумачних словниках. До таких термінів та терміносполучень віднесемо *salami shaving, phishing, piggybacking, hijacking, trojan horse, trapdoors, denial of service attack*. Підручник Oxford English for IT, second edition видавництва Oxford university press пропонує тлумачення цих терміносполучень англійською мовою [10 с. 128]. Однак, наше завдання стоїть з'ясувати еквіваленти поданих терміносполучень українською мовою, що виявилось не таким простим завданням, оскільки перекладні і тлумачні словники не завжди пропонують однакові варіанти, більше того деякі з термінів не зафіксовані у словниках взагалі.

Розглянемо терміносполучення *salami shaving*, що позначає вид комп'ютерного шахрайства. Для нефахівця комп'ютерної термінології терміносполучення буде незрозумілим і матиме певні гастрономічні асоціації. Отже, переклад цього терміну українською мовою потребує з'ясування його значення. Відразу варто зазначити, що ковбаса салямі немає безпосереднього відношення до тлумачення цього терміну. Проте деяку подібність все таки можна помітити. Згідно правил гастрономічного етикету в'ялену ковбасу салямі нарізають тоненькими майже прозорими скибочками. Звідси і аналогія, оскільки *salami shaving* це вид шахрайства, коли з банківського рахунку списується невелика сума, що є абсолютно непомітною для клієнта. У підручнику Oxford English for IT знаходимо таке тлумачення:

Salami shaving manipulating programs or data so that small amounts of money are deducted from a large number of transactions or accounts and accumulated elsewhere. The victims are often unaware of the crime because the amount taken from any individual is so small [10, с. 128].

Доречно зауважити, що англomовний варіант терміну не є уніфікованим. У довідковій літературі із комп'ютерної сфери, а також лексикографічних джерелах натрапляємо на терміносполучення із аналогічним значенням, а саме *salami slicing, salami attack, penny shaving, salami fraud*.

Salami slicing – the activity of gradually reducing something, usually in order to save money, by removing one small amount of it after the other, in a way that is damaging [11].

Щодо відповідника терміносполучення українською мовою, тут простежується схожа ситуація. Ми зустрічаємо наступні відповідники *метод салямі, технологія салямі, атака салямі*.

Технологія салямі – ця назва бере своє походження від методу скоєння злочину, який полягає в його скоєнні невеликими частками, настільки маленькими, що вони непомітні. Звичайно ця технологія супроводжується змінами в комп'ютерній програмі. Наприклад, платежі можуть округлятися, а різниця між реальною та округленою сумою поступати на спеціально відкритий рахунок зловмисника [12].

Відзначимо, цей термін вживається не тільки у комп'ютерній сфері, історія його виникнення сягає часів Другої світової війни у сфері військової справи, коли мова йшла про тактику комуністів, що поступово знищували демократичні сили.

Тактика салямі (угор. Szalámitaktika) – термін для окреслення практики поступової ліквідації (крок за кроком) представницьких демократичних партій і захоплення влади комуністами в державах, зайнятих або звільнених під час Другої світової війни Радянським Союзом. Термін для сталінського плану був даний угорським комуністом Матяшом Ракоші. При застосуванні такої тактики певна партія входить в урядову коаліцію, а потім, застосовуючи шантаж та спираючись на силовиків, усуває з політичного життя спершу своїх опонентів, а згодом і союзників [13].

Даний термін також знаходимо у сфері психології ділових відносин для позначення тактичного прийому ведення переговорів. Згідно якого обговорюване питання може розбиватись на найдрібніші елементи і в намаганні досягнення розуміння у кожному з них окремо. Під час дебатів із опонентом *метод салямі* використовується для надання опоненту інформації невеликими порціями, аби отримати якомога більше відомостей від опонента і затягнути переговорний процес [14].

Отже, робимо висновок, що у кожній із цих сфер, для терміну властиве внутрішнє значення негативного процесу, пов'язаного із маніпуляціями, шахрайством, обманом, і при перекладі це необхідно врахувати. Тому пропонуємо перекласти терміносполучення *salami shaving* як *вид кібершахрайства метод салямі*. Для усіх варіантів терміносполучення є спільна лексема *salami* в англomовному варіанті та відповідно *салямі* в україномовному. Лексичні одиниці *slicing, shaving, attack*, не змінюють значення терміну, лише уточнюють його. Відповідно те саме відбувається в українській мові, лексичні одиниці *метод, атака, технологія, прийом* лише доповнюють значення виразу. Усі варіанти перекладу терміносполучення українською мовою *метод салямі, технологія салямі, атака салямі* це переклад з англійської способом калькування або лексичного копіювання.

Розглянемо наступний термін *фішинг*, що є перекладом з англійської способом транслітерації. Буквосполучення *ph* згідно правил транслітерації передається українською літерою *ф*.

Фішинг – вид шахрайства, метою якого є виманювання персональних даних користувачів: номери кредитних карток, бази інтернет-магазинів, відомості про валютні операції. Шахраї вигадують усілякі маніпуляції, які змушують користувачів

самостійно розкривати свої конфіденційні дані – наприклад надсилають електронні листи із пропозиціями підтвердити реєстрацію облікового запису, що містять посилання на веб-сайт в інтернеті, зовнішній вигляд повністю копіює дизайн відомих ресурсів [15].

Написання терміну англійською мовою *phishing* це наче навмисне перекручування слова *fishing* – риболовля. Однак при перекладі цього терміну способом транслітерації втрачається його внутрішнє значення «вивудження, виманювання інформації, натяк на вилов риби в мутній воді». Лише у тлумаченні, яке пропонує лексикографічне джерело дізнаємось про походження терміну і його зв'язок із процесом риболовлі.

Зупинимось детальніше на ще одному терміні *hijacking*. В підручнику Oxford English for IT знаходимо таке тлумачення англійською мовою.

Hijacking – redirecting anyone trying to visit a certain site elsewhere [10, с. 128].

Переклад цього терміну на українську мову викликає певні труднощі для фахівця початківця, адже він не зафіксований у жодному із словників, про які йшла мова. Аналогічний термін перекладений способом транслітерації знаходимо у кримінальному праві. *Хайджекінг* – захоплення транспортного засобу: літака, залізничного поїзда, автомобіля, корабля [16].

Досліджуючи значення терміну та підшуковуючи адекватний відповідник українською мовою у галузі кібербезпеки натрапляємо на статтю «Хайджекери на Amazon: як з ними боротися і як запобігти загрози». У статті дізнаємось, що *хайджекери на Amazon* це проблема з якою стикаються підприємці, які працюють за моделлю Private label. Це зловмисники, які намагаються викрасти лістинг, або витіснити підприємця, який його пропонує, замість того щоб створювати власний [17].

У сфері маркетингу існує поняття *нюсджекінг*, термін перекладений з англійської способом транслітерації і є співзвучним із значенням терміну *хайджекінг* захоплення пасажирського літака. *Нюсджекери* буквально підхоплюють гучні, актуальні на певний момент інформаційні тренди, вміло використовуючи їх у створенні рекламного продукту [18].

У матеріалі статті «Що таке викрадення браузера» доводиться про *викрадачів браузера*, що є шкідливим програмним забезпеченням в Інтернеті. *Викрадач браузера* – це зовнішня програма, яка змінює та модифікує під себе конфігурації браузера на такі, які є вигідні зловмиснику. Викрадачів браузера ще називають *модифікаторами браузера*. Вони задаються кількома цілями. Насамперед це шпигунство, що виходить далеко за рамки простого збору даних про історію веб-перегляду чи пошукові запити користувача, програма отримує доступ до логінів та паролей, які вводяться вручну у діалогових вікнах входу. Ще одна шкідлива дія цієї програми, це демонстрація нав'язливої реклами. Користувачеві відкриватимуться нові вікна з безліччю рекламних банерів, його запити в пошукових системах будуть змінені з метою більш частого відвідування рекламних інтернет-ресурсів [19].

Отже, підсумовуючи все вище сказане, робимо висновок, що для терміну *hijacking* у кожній зі сфер спільним є негативне значення *викрадення, перехоплення, захоплення незаконним способом*. Таку ж конотацію необхідно врахувати при перекладі терміну у сфері кібербезпеки. Саме тому, ми відкидаємо переклад терміну способом транслітерації і пропонуємо пере-

класти термін описовим способом з врахуванням його стилістично забарвлення.

hijacking – redirecting anyone trying to visit a certain site elsewhere.

модифікатор запиту користувача – переадресування запиту користувача на інший сайт.

Зупинемось детальніше на перекладі наступного терміну *piggybacking*. В електронній енциклопедії Wikipedia дізнаємось, що він вживається в таких галузях як транспорт, мистецтво, фінанси, охорона здоров'я, наука. В галузі кібербезпеки термін має наступне значення англійською мовою:

In security, *piggybacking*, similar to *tailgating*, refers to when a person tags along with another person who is authorized to gain entry into a restricted area, or pass a certain checkpoint. It can be either electronic or physical. The act may be legal or illegal, authorized or unauthorized, depending on the circumstances. However, the term more often has the connotation of being an illegal or unauthorized act [13].

Вивчаючи історію виникнення терміну дізнаємось, що він з'явився у 1999 році, коли викрили низку недоліків у безпеці аеропорту. Більшість шахраїв, що незаконно намагалися пройти через контрольні-пропускні пункти, пронести заборонені предмети в літаки, або сісти без квитка робили це безперешкодно. Було виявлено, що один із методів, який допомагав їм у цьому був саме спосіб *piggybacking*, тобто несанкціонований вхід у систему під виглядом працівника компанії, або працівника, що має дозвіл на вхід.

Уточнюючи значення терміну, знаходимо різні його тлумачення в межах однієї галузі. «Англо-український словник термінів з інформаційних технологій та кібербезпеки» та «Тлумачний словник з інформатики» під редакцією Півняка пропонують такі визначення відповідно:

piggyback entry – несанкціонований вхід (засобами зареєстрованого користувача); несанкціонований доступ до системи опрацювання даних через законне під'єднання авторизованого користувача [6].

piggybacking – (комплексна дія) проникнення в чужу електронну систему через незакритий канал Wi-Fi. У деяких штатах США така дія вважається незаконною [8].

В «Англо-українському тлумачному словнику з обчислювальної техніки, Інтернету і програмування» тлумачення дещо відмінне

piggyback – розташовувати мікросхеми ярусами, монтувати дві мікросхеми впритул одна над одною для економії місця на платі [9].

Таким чином, при перекладі терміну на українську мову, потрібно врахувати його внутрішнє значення, що має негативну конотацію незаконного проникнення у систему. Тому пропонуємо перекласти термін описовим способом *piggybacking – вхід у систему під видом авторизованого користувача*.

Висновки з даного дослідження. Отже, галузь кібербезпеки стає дуже актуальною на тлі сучасних подій, коли вітчизняні комп'ютерні системи на державному рівні чи приватного користування потерпають від численних кібератак російського агресора. Саме тому, важливо аби користувачі ПК, фахівці початківці знали про види Інтернет шахрайства, і забезпечили свій захист в Інтернеті, а також проводили профілактичні дії, щоб уникнути такого типу загроз. Питання адекватного перекладу термінів, що позначають види кібер-

шахрайства з англійської на українську мову є також дуже актуальним на сьогоднішній день, адже переклад більшості термінів англійською мовою, які ми розглядали у нашій роботі були відсутні в наявних перекладних словниках. Саме тому, застосовуючи термінологічний підхід, ми детально дослідили семантику аналізованих термінів, виділили внутрішнє значення, яке необхідно точно зберегти і передати при перекладі. У нашій роботі, ми показали, що відтворення термінів, що є усталеними і зафіксовані в лексикографічних джерелах переважно здійснено способом транслітерації, але такий переклад не завжди у повній мірі передає внутрішню конотацію терміносполучення. Пропонуючи власні варіанти перекладу, ми в основному застосовували описовий спосіб, адже вважаємо, що таким чином можна передати всі відтінки внутрішнього значення терміносполучення. Перспективу наступних розвідок вбачаємо в подальшому дослідженні термінів із комп'ютерної галузі та їх способів перекладу українською мовою, через надзвичайно швидку динаміку поповнення галузі новими лексичними одиницями.

Література:

1. Карабан В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. Вінниця: Нова книга, 2018. 652 с.
2. Кияк Т.Р. Іваницький Р.В. П'ятимовний тлумачний словник з інформатики. К., 1995. 372 с.
3. Сарієва А.Б. Особливості перекладу комп'ютерних термінів. URL: <https://journals.oa.edu.ua/article/download>.
4. Гаврилова О.В. Місце комп'ютерної термінології в українській мові. *Лінгвістичні дослідження: Зб. наук. праць ХНПУ ім. Г.С. Сковороди*. 2017. Вип. 45. С. 189–193.
5. Ментинська І.Б. Тематична та лексико-семантична класифікація українських комп'ютерних термінів. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Том 31(70) № 2 Ч. 1. С. 26–31.
6. Гладун А.Я., Пучков О.О., Субач І.Я., Хала К.О. Англо-український словник термінів з інформаційних технологій та кібербезпеки. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/45895>
7. Паленичка Р.М., Цінтергоф П. Англо-російсько-український тлумачний словник з комп'ютерної графіки та аналізу зображень. Львів: Червона калина, 1998. 551 с.
8. Тлумачний словник з інформатики за загальною редакцією академіка НАН України Г.Г. Півняка. URL: <http://www.programmer.dp.ua/download/tlumachniy-slovník-z-informatiki.pdf>
9. Пройдаков Е.М., Теплицький Л.А. Англо-український тлумачний словник з обчислювальної техніки, Інтернету і програмування. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0002263>
10. Oxford English for IT, second edition. Oxford: Oxford university press, 2011. 226 p.
11. Cambridge dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>
12. Стан комп'ютерної злочинності в Україні. URL: <https://studfile.net/preview/7877672/page/29/>
13. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org>
14. Методика ведення переговорів. (<https://ibl.pp.ua/3/012326.html>) [spar.ua/blogs/24-metodi-vedennya-peregovoriv-chastina-1](https://ibl.pp.ua/3/012326.html)
15. Словник термінів з онлайнбезпеки. URL: ensor.net/ua/photo_news/3225693/jertvodorikannya_merejevyuyi_chervyak_pornopomsta_mintsyfry_predstavlylo_slovník_terminiv_z_onlayinbezpeky
16. Основи криміналістики. URL: <https://lawbook.online/osnovyi-kriminalistiki/osnovni-vidi-teroristichnih-aktiv-istoriya-70312.html>
17. Хайджекери на Amazon: як з ними боротися і як запобігти загрози. URL: <https://4b.ua/blog/amazon-listing-hijackers/>
18. Що таке ньюсджекінг, та як його використовувати. URL: <https://msystem.com.ua/ua/shho-take-njusedzheking-ta-jak-jogo-vikoristovuvati/>
19. Що таке викрадення браузера. URL: <https://gridinsoft.ua/browser-hijacker>

Shvanova O. The characteristic features of cyber security terms translation

Summary. The article deals with characteristic features of cyber security terms translation. The vast majority of terms and term combinations from the cyber security field are translations from English. It turned out that the translation of the specified terms is far from a simple task, since translation and explanatory dictionaries, if they contain a certain term or term combination, do not always offer the same translation options, moreover, some of the terms are not fixed in the dictionaries at all. The lack of the most complete professional dictionaries that could help PC users, novice specialists and translators during their work with this kind of vocabulary is primarily explained by the active dynamics of the specified term system development. In this work, within the framework of the cyber security field, terms and term combinations are singled out, which create traps when rendering the internal meaning of such terms from English to Ukrainian. They include the following terms and term combinations: salami shaving, phishing, piggybacking, hijacking, trojan horse, trapdoors, denial of service attack. The textbook Oxford English for IT, second edition, published by Oxford university press, offers an interpretation of these terms in English. The author's task was to find out the Ukrainian equivalents of the presented terms. Applying a terminological approach, the author investigated the semantics of the terms, analyzed the available equivalents in the Ukrainian language, determined techniques and methods of translation of such terms and term combinations in the Ukrainian language, and also provided practical advice on the translation of the defined terms that were not included in the dictionaries. The work shows that the reproduction of terms that are fixed and recorded in lexicographical sources is mainly carried out by the method of transliteration, but such a translation does not always fully convey the inner connotation of the term combination. When offering her own translation options, the author mainly used a descriptive method, because in this way it is possible to convey all shades of the inner meaning of the term combination.

Key words: term, cyber security, cyber fraud, translation of terms, inner meaning.

Струганець Л. В.,
доктор філологічних наук,
професор кафедри української мови та методики її навчання
Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

ЛІНГВОПСИХОАКЦЕНТУАЦІЯ ЯК НОВИЙ МЕТОД І НАПРЯМ В УКРАЇНСЬКІЙ ПСИХОЛІНГВІСТИЦІ (РЕЦЕНЗІЯ НА МОНОГРАФІЮ ПАПІШ В.А. «ЛІНГВОПСИХОАКЦЕНТУАЦІЯ ЕЛІТАРНОЇ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ: ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ, ДИСКУРСИВНА ПРАКТИКА»)¹

На сучасному етапі розвитку мовознавства діапазон досліджень лінгвальних явищ розширюється, відбувається взаємопроникнення та інтеграція напрямів студій. Відрадно, що науковці не йдуть проторованою дорогою, а шукають нові шляхи, підходи до аналізу мови та мовної діяльності. В. Папіш запропонувала авторське осмислення феномену акцентуованості як психологічного конструкта мовної свідомості, що, безперечно, впливає на формування ідіостилю й ідіолекту лінгвоперсони. У рецензованій монографії уперше в українському мовознавстві комплексно схарактеризовано теорію *лінгвопсихоакцентуації*, що стала продовженням учення про психологічну акцентуацію. Робота побудована на міцному теоретичному фундаменті: залучено методологічні підходи класиків української лінгвістики та представників зарубіжного мовознавства. Це відкрило авторці широкі можливості для психолінгвістичної інтерпретації текстів елітарних мовних особистостей.

Рецензована праця складається з *Передмови* наукового редактора – професора Т. Космеди, *Вступу*, чотирьох розділів із висновками до кожного з них, загальних *Висновків*, *Резюме* англійською мовою, *Іменного покажчика*, *Предметного покажчика* і *Списку використаних джерел* (у тому числі лексикографічних, художніх), що нараховує понад 500 позицій.

У *Вступі* традиційно окреслено актуальність праці, її об'єкт, предмет, дослідницький матеріал, презентовано мету і завдання, методологічні засади та авторську методику, новизну, теоретичне й практичне значення, своєрідність побудови наукового опису, апробацію дослідження, указівку на наявні наукові публікації авторки (зарубіжні й вітчизняні видання).

У *першому* розділі «Методологічні засади дослідження: формування й розвиток учення про лінгвопсихоакцентуацію» (с. 27–156) описано передумови виникнення теорії лінгвопсихоакцентуації, що своїми коренями сягає психолінгвістичних ідей О. Потєбні, Д. Овсянико-Куликовського, І. Франка, Л. Булаховського, Ю. Шевельова та ін.; простежено формування наукових шкіл у зарубіжному мовознавстві, пов'язаних із напрацюваннями теорії лінгвопсихоакцентуації; усебічно схарактеризовано термінний апарат дослідження з виділенням проблемних і дискусійних питань; обґрунтовано введення уточнювальних термінів. Імпонує, як викладено розуміння поняття

текст крізь призму лінгвістичних та психолінгвістичних параметрів. Схвально оцінюємо авторське визначення *ідіолекту* й *ідіостилю* з позицій теорії психолінгвістики з урахуванням постулатів теорії лінгвопсихоакцентуації. Описуючи типи, константні та факультативні ознаки лінгвопсихоакцентуації, В. Папіш пропонує їхню узагальнену класифікаційну систему, поглиблює лексикографічну інтерпретацію окремих дефініцій, простежує відображення цієї теорії в сучасних українських посібниках із психолінгвістики. На нашу думку, у рецензованій монографії чітко схарактеризовано методичний алгоритм виявлення ознак, які відображають акцентуовані риси текстотворця з урахуванням системи екстралінгвальних чинників, текстових і дискурсивних параметрів, що виявляються в психологічних концептах, вербалізації окремих тематичних груп лексики, в омовленні певних граматичних засобів, а також моделюванні відповідних комунікативних стратегій і тактик, вербальних та невербальних засобів. У процедурі декодування тексту В. Папіш коректно залучила досвід суміжних гуманітарних та природничих дисциплін.

Другий розділ «Модель аналізу текстового простору (поетія, проза, драма, листування) мовної особистості Лесі Українки у фокусі теорії лінгвопсихоакцентуації» (с. 157–228) відображає випрацьований авторський підхід для багатоаспектного аналізу істероїдної лінгвопсихоакцентуації, зокрема на матеріалі творчості Лесі Українки. Теорію лінгвопсихоакцентуації спроектовано не лише на художній дискурс письменниці, але й на її ого-текстовий простір (мемуари, щоденники, листи та інші вторинні тексти); простежено вплив лінгвопсихоакцентуації на індивідуально-авторську креативність поетеси. В. Папіш продемонструвала високу лінгвістичну підготовку й чуття слова, що виявляється у виокремленні індивідуально-авторських значень та смислів, описі функційно-прагматичного навантаження текстових одиниць, доведення висунутої гіпотези. Дослідниця констатує, що у назвах творів Лесі Українки частотними є слова із семами 'горе', 'туга', 'сльози', 'плач', 'стогін', 'утома', що слугують семантичними предикатами емоцій, порівняймо: «*Я сьогодні в тузі, в горі...*», «*В небі місяць зіходить сумний...*», «*Коли втомлюся я життям щоденним...*», «*Якщо прийде журба, то не думай її...*», «*Україно! плачу сльзми над тобою...*», «*Всі наші сльози тугою палкою...*», «*Скрізь плач,*

¹ Папіш В. А. Лінгвопсихоакцентуація елітарної мовної особистості: теорія, історія, дискурсивна практика. Ужгород – Вінниця: Поліграфцентр «Ліра», 2022. 456 с.

і стогін, і ридання...», «Горить моє серце...», «У чорну хмару збиралася туга моя...», «Хвилина розпачу» та ін. (с. 194).

Цікавим читачеві монографії буде аналіз соматичної лексики, використаної у творчості Лесі Українки. В. Папіш вважає, що соматизми передають і портретні риси зовнішності, і риси характеру, і глибокі чуттєві реакції людей. Дослідниця простежує виразну вербалізацію невербаліки, що містить вказівку на відповідні почуття, емоції, психічні стани персонажів, як-от: *голівкою киває* («Біда навчить»), *злотисті кучері [...]* над чолом («Жаль»); *дрібно фризівана гривка* («Жаль»); *її очі сяли, обличчя злегка зашарілося* («Жаль»); *кучеріки бездоганні* («Жаль»); *очі в неї, мов барвінок, а коси, мов промінь сонця* («Голосні струни») (с. 208-209). Логічним є підсумок, що метамова теорії лінгвопсихоакцентуації потребує розширення, зокрема авторка пропонує ввести такі терміни, як *онімна психолінгвістика, соматична метонімія*; актуалізувати терміни *психологічний конструкт, Я-концепція*.

У третьому розділі «Лінгвопсихоакцентуація мовної особистості: аспектуально-фрагментарний аналіз (на матеріалі художніх текстів класиків української літератури)» (с. 229–326) на основі емпіричного матеріалу доведено наявність певних типів лінгвопсихоакцентуації і в інших знакових постатей української лінгвокультури: істеродної (П. Куліш), гіпертимної (В. Винниченка), параноїдної (І. Огієнко). У текстах окремих митців виявлено два типи лінгвопсихоакцентуації: у Т. Шевченка – афективно-екзальтованої й емотивної, М. Коцюбинського – параноїдної й депресивної, О. Кобилянської – депресивної й нарцисичної.

На наш погляд, нове прочитання класиків української літератури в руслі мовного психоаналізу поглиблює уявлення про їхню лінгвокреативність, лінгвософію, дає змогу по-новому осмислити психологічні ресурси української елітарної лінгвоперсона, відчуті розмаїття стилів і прагматику дискурсу. Для прикладу розглянемо аналіз концепту СМІХ у романі «Сонячна машина» В. Винниченка. В. Папіш засвідчує велику варіантність ословлення посмішки, зокрема для вербалізації: «1) радісних емоцій: *іскорка веселого гумору...*; 2) процесу замовчування інформації: *з тихим сміхом одмовчується...*; 3) конфліктного зіткнення інтересів: *пороздирані мстивим сміхом...*; 4) моделі поведінки персонажа: *з сірою застиглою посмішкою...*; 5) комічних ефектів: *із усміхом банькатих очей...*; 6) гендерних стереотипів: *...випліскується жіночий сміх...*; 7) іронії та сарказму: *...виступає іронічний усміх...*; 8) поганих емоцій: *мокра, гидка, страшна посмішка!*...; 9) трагічних емоцій: *співчутливим усміхом...*; 10) доброти: *...посміхається, як вірний собака...*; 11) міжлюдських стосунків: *із хвильками внутрішнього, зворушеного сміху...*; 12) впливу на адресата: *дивиться одвертим, сміхотливим поглядом...*; 13) неприязності: *з закушеними посмішками...*» (с. 280-281).

Четвертий розділ «Художній дискурс закарпатських письменників ХХ століття у фокусі лінгвопсихоакцентуації: регіональна своєрідність» (с. 327–368) виконує, так би мовити, й презентаційну роль, оскільки авторка монографії зосереджує увагу на дискурсивній художній практиці письменників унікального закарпатського регіону, де й дотепер зберігається полікультурне середовище з діалектною різномітністю. На основі опрацьованого матеріалу доведено наявність таких видів акцентуації: у Ф. Потушняка – епілептоїдної й інтровертної, І. Чендея – депресивної й незначною мірою інтро-

вертної. На прикладі аналізу дискурсивно-текстового простору П. Скуняця дослідниця продемонструвала, що не завжди можна однозначно окреслити домінуючий тип лінгвоакцентуації через наявність багатьох її типів одночасно.

Авторка монографії переконує, що лінгвопсихоакцентуація – це і новий метод, і новий перспективний науковий напрям в українській психолінгвістиці, недооцінений у попередні роки. Методологію цієї теорії докладно представлено в розглянутому науковому описі, при цьому дослідниця не оминає й проблемних аспектів, що ще не мають чітких обрисів у науці; інколи вступає в дискусію зі знаними вченими, переконуючи в актуальності й важливості запропонованих теоретичних висновків. Механізм психолінгвістичного аналізу емпіричного матеріалу науково виважений і послідовний.

До честі авторки зазначимо, що оригінально змодельовано психологічну індивідуально-авторську картину світу кожного з аналізованих письменників, указано на своєрідність вербалізації типових рис національного характеру українців. Наприклад, у текстовому просторі Ф. Потушняка найбільш яскраво й послідовно, на думку В. Папіш, вербалізується концепт ХАТА. При цьому психологічно-текстове значення концепту набагато ширше, ніж це зафіксовано в українських лексикографічних джерелах. В аналізованих творах Ф. Потушняка хата слугує не лише для номінації матеріальної будівлі. Вона є духовним осердям, захистом, джерелом радості і смутку. У мовній свідомості героя оповідання «Своя хата» оселя виразно інтимізується – це рідні стіни з рідним запахом, що сприймаються крізь призму дитячої любові. «Актуалізовано такі смисли: ‘рідний простір’, ‘пам’ять дитинства’. Утрату житла герой переживає як справжню драму, чутливо відтворену фраземами, що також репрезентують національно марковані смисли...: *мов хтось довбнею вдарив по голові; в серці щось палило, мовби хто ножем колов; стояв, наче закопаний; заплакав як мала дитина* («Своя хата»...) (с. 345). Ці рядки суголосні з відчуттями українців у час війни, коли тисячі людей втрачають свої домівки або вимушено їх покидають.

У загальних *Висновках* монографії наголошено на тому, що чимало психолінгвістичних ідей українських науковців випереджали в часі базові концепції класиків зарубіжного психоаналізу, однак були свідомо замовчувані, порівн.: «Український досвід розбудови розглядуваної теорії сягає другої пол. ХІХ – поч. ХХ століття й пов’язаний з іменами О. Потебні, Д. Овсянико-Куликовського, І. Франка, Л. Булаховського. Констатуємо, що теоретичні постулати, сформовані зазначеними вченими, випередили в часі базові методологічні ідеї класиків зарубіжної психології, що лягли в основу теорії психолінгвістики, насамперед З. Фрейда і К.-Г. Юнга. Зазначений факт залишався невідомим сучасній світовій науці через відповідне замовчування, мотивоване російською імперською, зокрема й радянською, ідеологією, що не прагнула помічати вагомих досягнень української науки, приписуючи їх виключно російським, зокрема й російським радянським ученим. У дослідженні продемонстровано, що саме вказані вище класики українського мовознавства ґрунтовно розробляли важливі положення теорії психологічного розуміння природи мови, норми й патології, що фіксуються в мовленні, систематизували відомості про роль свідомості й підсвідомості в процесі продукування текстів, впливу фантазії на індивідуальну творчість, коментуючи психофізіологічні особливості, що характерні для кожного мовця,

продуцента мовлення й для лінгвокреативної діяльності загалом, що виявляється під час моделювання художнього тексту (дискурсу)» (с. 369–370).

У ракурсі сказаного зауважимо, що в списку використаної літератури зазначено багато праць російських науковців. У першому теоретичному розділі монографії В. Папіш окреслює розвиток досліджуваної проблематики в діячності. Саме тут на тлі студій російських і зарубіжних учених максимально повно систематизовано та увиразнено доробок українських науковців.

Рецензована праця насичена цікавими статистичними даними, багатим ілюстративним матеріалом – таблицями, схемами, що доречно доповнюють теоретичні постулати. Вважаємо, що задекларована в монографії мета – «виокремити вчення про лінгвопсихоакцентуацію як самостійний напрям сучасної української психолінгвістики, розкривши історію його становлення, базові теоретичні засади й своєрідність вияву лінгвопсихоакцентуації в текстовій (дискурсивній) практиці українських

елітарних лінгвоперсон, з'ясувавши їхні типи та особливості вербалізації ключових параметрів лінгвопсихоакцентуації» (с. 15–16) – та окреслені завдання виконані.

Як побажання висловимо міркування про те, що під час аналізу поетичних текстів Петра Скуня варто було б розширити джерельну базу, залучивши й інші збірки поета, його публіцистику. Однак це може бути й перспективою дослідження. У подальших студіях доцільно спроектувати авторську методику й на інші тексти українських вишуканих лінгвоперсон.

Загалом рецензована монографія відповідає нормативному академічному стилю, базується на вартісному фактичному матеріалі, завершується переконливими узагальненнями, свідчить про глибоку обізнаність авторки з методологічними задачами психолінгвістики тексту. Наукова розвідка є, безперечно, новаторською і сприяє розвитку національної науки.

ЗМІСТ

МОВОЗНАВСТВО

<i>Осипенко В. Ю.</i> ДИСКУРС І ЛІНГВІСТИКА ТЕКСТУ В МОВОЗНАВСТВІ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТ.....	4
<i>Остапчук Я. В.</i> СЕМАНТИКА ПРОПОЗИТИВНИХ ПРЕДИКАТИВ.....	8
<i>Павлик Н. В.</i> ЧАСОПРОСТІР ЕПІСТОЛЯРНОГО ДИСКУРСУ.....	12
<i>Панєвіна С. В.</i> СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕДИЧНИХ ТЕРМІНІВ ТА ТЕРМІНІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ РЕАБІЛІТАЦІЇ У ПОБУТОВОМУ СПІЛКУВАННІ.....	16
<i>Pasichnyk N. I., Zakordonets N. I., Obikhod I. V.</i> THE CATEGORY OF NEGATION IN LANGUAGE COMPETENCE.....	20
<i>Пласкунова С. Р., Гоян А. І.</i> ВЖИВАНІСТЬ НЕОЛОГІЗМІВ ПЕРІОДУ ПАНДЕМІЇ В СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКОМОВНІЙ ПРЕСІ.....	24
<i>Полиця Т. Д., Василенко Г. Л.</i> УКРАЇНА В АСОЦІАТИВНІЙ СВІДОМОСТІ ІНШОМОВНОГО РЕСПОНДЕНТА.....	28
<i>Посмітна В. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ АНТИУКРАЇНСЬКОЇ МАНІПУЛЯТИВНОЇ ПРОПАГАНДИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	35
<i>Приймачок О. І.</i> РИТОРИКА ФАХОВОГО НАУКОВО-ПОПУЛЯРНОГО ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ МОВОЗНАВЧОЇ ТРИЛОГІЇ ОЛЬГИ ДУБЧАК).....	40
<i>Пянковська І. В.</i> СТРАТЕГІЇ МЕДІАТЕКСТУ.....	45
<i>Савчук Н. М.</i> ФОРМУВАННЯ ВИСОКОГО РІВНЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У СФЕРІ ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ.....	49
<i>Сковронська І. Ю., Юськів Б. М.</i> МОВЛЕННЄВА ТА ПОВЕДІНКОВА АВТЕНТИЧНІСТЬ МАЙБУТНІХ ПРАВООХОРОНЦІВ НА ЗАНЯТТЯХ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.....	53
<i>Соколова О. В.</i> ПРАГМАСТИЛИСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОФІЦІЙНИХ ПРОМОВ ГЕРХАРДА ШРЕДЕРА.....	57
<i>Стежко Ю. Г.</i> АЛЮЗІЯ В ПУБЛІЦИСТИЦІ ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ НАРАТИВІВ.....	62
<i>Столярова А. А.</i> ГРЕЦЬКА СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА ЕКОНОМІЇ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ НА ФОНІ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ КРИЗИ В ЄВРОПІ (ЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ).....	66
<i>Судук І. І.</i> ОСОБЛИВОСТІ ОФОРМЛЕННЯ МАТЕРІАЛІВ УКРАЇНСЬКИХ ЖІНОЧИХ ІНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	70
<i>Томусяк Л. М.</i> ЕКСПРЕСІВІЗАЦІЯ ДУПЛЕКСИВІВ.....	75

<i>Топчий Л. М.</i> ПРО ІНВЕКТИВНИЙ ФОНД СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ.....	79
<i>Хоменко Т. А.</i> ТЕОНІМИ В МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ ДАВНІХ ГЕРМАНЦІВ.....	83
<i>Чекарева Є. С.</i> КОНЦЕПТ ЧАСУ В СИСТЕМІ АФОРИЗМІВ ЛАТИНСЬКОЇ МОВИ.....	87
<i>Шпак Л. Р., Жорняк Н. Є., Федоришин О. І.</i> ОСОБЛИВОСТІ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ АВТОРСЬКОЇ КОНЦЕПТОСФЕРИ ЕМІЛІ ДКІНСОН.....	92
<i>Шугаєв А. В., Тараба І. О.</i> СУЧАСНА СФЕРА PR ТА ЇЇ ХАРАКТЕРИСТИКА.....	96
<i>Шульська Н. М., Зінчук Р. С.</i> НЕОФІЦІЙНА ПОЛІТИЧНА КОМУНІКАЦІЯ В МОВІ СУЧАСНИХ МЕДІА.....	99
<i>Шундель Т. О.</i> СИНКРЕТИЧНІ СКЛАДНОПІДРЯДНІ РЕЧЕННЯ ПЕРЕХІДНОГО ХАРАКТЕРУ З СЕМОЮ «АТРИБУТИВНІСТЬ – ЧАС».....	104
<i>Яницька І. Ю.</i> ЦІЛЬ КОМПЛІМЕНТІВ У РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ (НА ПРИКЛАДІ ТУРЕЦЬКОЇ РЕКЛАМИ).....	108

ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВО

<i>Приходько В. С., Божко Ю. О., Карпець Л. А.</i> ДРАМИ ЖИТТЯ ГЕРОЇВ РОМАНІВ І. ГРИНА «КОМЕДІАНТИ» І «СУТЬ СПРАВИ».....	113
<i>Просалова В. А., Грабова А. Д.</i> АВТОІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ НОВЕЛ ЄВГЕНІЇ КОНОНЕНКО.....	117
<i>Стельмах М. Ю., Пундик С. Ю.</i> ВТІЛЕННЯ ІДЕАЛУ СПРАВЕДЛИВОГО ПРАВИТЕЛЯ В ОБРАЗІ ХОСРОВА В «ШАХ-НАМЕ» ФІРДОУСІ.....	122
<i>Тендітна Н. М., Лисенко Н. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ЗМАЛЮВАННЯ ЇЖИ В ХИМЕРНОМУ РОМАНІ Є. ГУЦАЛА «ПОЗИЧЕНИЙ ЧОЛОВІК».....	126
<i>Черіпка С. І.</i> ЕСТЕТИЧНИЙ ФЕНОМЕН ПОЕЗІЇ КАЗИМЕЖА ТЕТМАСРА У ПОГЛЯДАХ М. ДРАЙ-ХМАРИ-ЛІТЕРАТУРОЗНАВЦЯ.....	130
<i>Черниш А. Є.</i> РОМАН С. ПРОЦЮКА «МІСЯЦЮ, МІСЯЦЮ»: ПСИХОАНАЛІТИЧНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ.....	134

ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВО

<i>Осіпчук Г. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ РОМАНУ «ВОГНЕМ І МЕЧЕМ» ГЕНРИКА СЕНКЕВИЧА.....	140
<i>Парчевська Д. Д., Полук І. С.</i> ЧАСТОТА ВЖИВАННЯ ТА СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ ГРАМАТИЧНИХ ЗАСОБІВ ВИРАЗНОСТІ У ФРАНКОМОВНІЙ РЕКЛАМІ МЕДИЧНИХ І КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ.....	144
<i>Sevastiuk M. I.</i> RENDERING CONFRONTATION STRATEGIES IN THE PROCESS OF POLITICAL DISCOURSE TRANSLATION: COGNITIVE MODELING.....	148

CONTENTS

LINGUISTICS

<i>Osypenko V.</i> DISCOURSE AND LINGUISTICS OF THE TEXT IN LINGUISTICS OF THE SECOND HALF OF THE 20TH CENTURY.....	4
<i>Ostapchuk Ya.</i> SEMANTICS OF PROPOSITIONAL PREDICATES.....	8
<i>Pavlyk N.</i> CHRONOTOPE OF THE EPISTOLARY DISCOURSE.....	12
<i>Panievina S.</i> SPECIFIC FUNCTIONING OF THE TERMS DETERMINING REHABILITATION IN EVERYDAY COMMUNICATION.....	16
<i>Pasichnyk N. I., Zakordonets N. I., Obikhod I. V.</i> THE CATEGORY OF NEGATION IN LANGUAGE COMPETENCE.....	20
<i>Plaskunova S., Goian A.</i> THE USE OF NEOLOGISMS DURING THE PANDEMIC IN THE MODERN GERMAN-LANGUAGE PRESS.....	24
<i>Polytsia T., Vasylenko G.</i> UKRAINE IN THE ASSOCIATIVE CONSCIOUSNESS OF A FOREIGN-SPEAKING RESPONDENT.....	28
<i>Posmitna V.</i> PECULIARITIES OF ANTI-UKRAINIAN MANIPULATIVE PROPAGANDA IN MODERN CONDITIONS	35
<i>Prymachok O.</i> RHETORIC OF SPECIALIZED POPULAR SCIENCE DISCOURSE (BASED ON THE LINGUISTIC BOOK TRILOGY OF OLHA DUBCHAK).....	40
<i>Piankovska I.</i> STRATEGIES OF MEDIA TEXT.....	45
<i>Savchuk N. M.</i> FORMATION OF A HIGH LEVEL OF COMMUNICATIVE CULTURE IN THE SPHERE OF PROFESSIONAL COMMUNICATION WHILE LEARNING THE UKRAINIAN LANGUAGE FOR A PROFESSIONAL DIRECTION.....	49
<i>Skovronska I., Yuskiv B.</i> SPEECH AND BEHAVIORAL AUTHENTICITY OF FUTURE LAW ENFORCEMENT OFFICERS AT ENGLISH CLASSES	53
<i>Sokolova O.</i> PRAGMASTYLISTIC FEATURES OF OFFICIAL SPEECHES OF GERHARD SCHROEDER.....	57
<i>Stezhko Yu.</i> ALLUSION IN PULICISM AS THE WAY FOR THE IMPLEMENTATION OF NARRATIVES.....	62
<i>Stolyarova A.</i> GREEK PUBLIC SERVICE ANNOUNCEMENTS ON ENERGY SAVING IN VIEW OF THE ENERGY CRISIS IN EUROPE (LINGUISTIC ASPECT).....	66
<i>Suduk I.</i> THE PECULIARITIES OF THE DESIGN OF THE MATERIALS IN THE UKRAINIAN ONLINE MAGAZINES FOR WOMEN “THE PANI” AND “THE KOLIZHANKA” UNDER MARTIAL LAW.....	70
<i>Tomusiak L.</i> EXPRESSIVISATION OF DUPLEXIVES.....	75
<i>Topchy L.</i> THE INVECTIVE FOUNDATION OF THE UKRAINIAN MODERN LANGUAGE.....	79

<i>Khomenko T.</i>	
THEONYMS IN THE LANGUAGE WORLD-VIEW OF ANCIENT GERMANS.....	83
<i>Chekareva Ye.</i>	
THE CONCEPT OF TIME IN THE SYSTEM OF APHORISMS OF THE LATIN LANGUAGE.....	87
<i>Shpak L., Zhorniak N., Fedoryshyn O.</i>	
INDIVIDUAL CHARACTERISTICS OF EMILY DICKINSON'S CEPTOSPHERE.....	92
<i>Shuhaiev A., Taraba I.</i>	
MODERN PR SPHERE AND ITS CHARACTERISTICS.....	96
<i>Shulska N., Zinchuk R.</i>	
INFORMAL POLITICAL COMMUNICATION IN THE LANGUAGE OF MODERN MEDIA.....	99
<i>Shundel T.</i>	
SYNCRETIC COMPLEX SENTENCES OF A TRANSITIVE CHARACTER WITH THE SEME "ATTRIBUTE - TIME".....	104
<i>Yanytska I.</i>	
THE PURPOSE OF USING COMPLIMENTS IN ADVERTISING DISCOURSE (ON THE EXAMPLE OF TURKISH ADVERTISING).....	108

LITERATURE STUDIES

<i>Prykhodko V., Bozhko Y., Karpets L.</i>	
THE HEROES' LIFE DRAMAS IN G. GREENE'S NOVELS "COMEDIANS" AND "THE HEART OF THE MATTER".....	113
<i>Prosalova V. Hrabova A.</i>	
AUTOINTERTEXTUALITY OF EVGENIA KONONENKO'S NOVELS.....	117
<i>Stelmakh M., Pundyk S.</i>	
THE IMPLEMENTATION OF THE IDEAL OF THE JUST RULER IN THE IMAGE OF KHOSROV IN THE "SHAH-NAME" OF FIRDOUSI.....	122
<i>Tenditna N., Lysenko N.</i>	
PECULIARITIES OF THE DEPICTION OF FOOD IN YE. HUTSAL'S WHIMSICAL NOVEL «THE BORROWED MAN».....	126
<i>Cheripko S.</i>	
THE AESTHETIC PHENOMENON OF KAZIMIERZ TETMAYER'S POETRY IN THE VIEWS OF LITERARY CRITIC M. DRY-KHMARA.....	130
<i>Chernysh A. S.</i>	
PROTSYUK'S NOVEL "THE MOON, THE MOON": A PSYCHOANALYTIC INTERPRETATION.....	134

TRANSLATION AND INTERPRETATION STUDIES

<i>Osipchuk H.</i>	
SPECIFIC TRANSLATION FEATURES OF THE NOVEL 'WITH FIRE AND SWORD' BY HENRIK SENKEVYCH.....	140
<i>Parchevska D., Poliuk I.</i>	
FREQUENCY OF USE AND METHODS OF TRANSLATION OF GRAMMATICAL MEANS OF EXPRESSION IN FRENCH ADVERTISING OF MEDICAL AND COSMETIC PRODUCTS.....	144

НАУКОВИЙ ВІСНИК МІЖНАРОДНОГО ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія: ФІЛОЛОГІЯ

Науковий збірник

№ 59 Том 3, 2023

Серію засновано у 2010 р.

Коректор – Вишнякова Я.І.

Комп'ютерна верстка – Молодецька О.І.

Підписано до друку 08.02.2023 р. Формат 60x84/8. Обл.-вид. арк. 24,89, ум. друк. арк. 2255.
Папір офсетний. Цифровий друк. Наклад 200 примірників. Замовлення № 0523/282.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»

(Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 7623 від 22.06.2022 р.)

65101, Україна, м. Одеса, вул. Інглезі, 6/1

Тел. +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08

E-mail: mailbox@helvetica.ua