

МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



НАУКОВИЙ ВІСНИК  
МІЖНАРОДНОГО  
ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія:  
ФІЛОЛОГІЯ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 69

Том 1



Видавничий дім  
«Гельветика»  
2024

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 4 від 09.12.2024

**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. Токарєв**, Засл. діяч мистецтв України.

**Головні редактори серії:** доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри іноземних мов професійного спілкування Міжнародного гуманітарного університету **В.Я. Мізецька**, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри прикладної лінгвістики Національного університету «Одеська юридична академія» **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.

Реєстрація суб'єкта у сфері друкованих медіа: Рішення Національної ради України  
з питань телебачення і радіомовлення № 1551 від 09.05.2024 року.

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](http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua)

© Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.

Серія: «Філологія», 2024

© Міжнародний гуманітарний університет, 2024

---

# МОВОЗНАЧСТВО

---

*Аскерова І. А.,  
кандидат філологічних наук, доцент,  
докторант кафедри слов'янських, романських і східних мов  
Українського державного університету імені Михайла Драгоманова*

## СЕМАНТИКО-КОГНІТИВНІ ТА ЛІНГВОАКСІОЛОГІЧНІ ПАРАМЕТРИ ПОЛЬСЬКОГО ЕМОТИВА *SZCZĘŚCIE*

*Хто знайшов щастя, той усе знайшов.  
Ж.О. де Ламетри*

**Анотація.** Стаття присвячена комплексному описові семантико-структурних, історико-етимологічних, лінгвокогнітивних та ціннісних характеристик польського емотива *szczęście*. Дослідження здійснене на широкому лексикографічному матеріалі польських й інших слов'янських мов, праць у галузі психології емоцій і почуттів людини, а також Національного корпусу текстів польської мови. Трактатування внутрішньої форми лексеми *szczęście* досі залишається у польському мовознавстві неодностайним: її первинне значення відтворюється або як «брати участь» (А. Брюкнер), або реконструюється як «гарна частина (чогось)» (В. Борись). Простеження історичного розвитку емотива *szczęście* засвідчило, що в його семантичній структурі компонент «удача, фортуна, сприятливі обставини» послідовно переважав над абстрактним сенсом «стан, відчуття великого задоволення, радості». Сучасні лексикографічні джерела також фіксують полісемантизм пол. *szczęście*. Словникова інтерпретація дала змогу виділити у структурі досліджуваного найменування такі лексико-семантичні варіанти: емоційна складова «короткотривале відчуття максимально інтенсивної, бурхливої радості (наприклад, щаслива мить перемоги)»; когнітивний компонент «тривалий позитивно конотований емоційний стан найвищого задоволення, пов'язаний із самореалізацією особи, наявністю сенсу життя, відчуттям повноти життя, усвідомленням своєї потрібності іншим людям тощо»; каузативне значення «те, що викликає цей емоційний стан». На сучасному синхронному зрізі досліджувана лексична одиниця не характеризується великим словотвірним потенціалом, водночас їй властива широка лексична сполучуваність. Відтворені образні колокації свідчать про те, що щастя у мовній картині світу поляків метафорично уявляється як рідка або газоподібна субстанція, світло, сонце, висока температура, вогонь, сила, що підносить людину вгору. Від щастя можна сп'яніти, оніміти, втратити свідомість чи навіть збожеволіти. Щастя є найвищим благом, якого особа прагне за будь-яку ціну: задля його досягнення вона здатна наздоганяти, шукати й хапати його чи самотужки будувати.

**Ключові слова:** когнітивна семантика, лінгвоаксіологія, етимологія, емотив, концепт.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** Щастя – це складний і багатогранний емоційний та культурний феномен, який століттями надихав філософів, науковців різних галузей, письменників на глибокі рефлексії. Незалежно від епохи чи культури, щастя завжди залишалося у фокусі пошу-

ків сенсу людського існування. Як саме людина виражає це почуття у мові, становить чималий інтерес сучасних феліцитарних та лінгвокогнітивних студій, адже мова, як відомо, є не лише засобом передачі думок, а й інструментом, що відображає внутрішній емоційний і ментальний простір людини.

Щастя як найбажаніший і найцінніший психоемоційний стан має багату палітру вербалізації. Опис та інтерпретація семантичних відтінків досліджуваного емотива, встановлення його структурних особливостей, простеження шляхів історичного розвитку є своєрідним «вікном» у психологію окремої людини й – ширше – певної лінгвокультурної спільноти.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної теми, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття.** Упродовж останніх десятиліть лінгвістика зосередила свою увагу на дослідженні концептуалізації душевних переживань, зокрема на тому, як щастя репрезентовано у мовній картині світу. І, хоча, позитивним емоціям і почуттям у мовознавстві, зокрема польському, присвячено значно менше розвідок, ніж негативним, все ж певні надбання у цій галузі є. Так, 2005 року у видавництві Варшавського університету вийшла друком колективна публікація «Анатомія щастя. Позитивні емоції у мовах і культурах світу» за редакцією А. Душак й Н. Павляк, яка містить розвідки науковців з різних галузей сучасної гуманітаристики, що висвітлюють проблематику щастя в мовознавстві, літературознавстві, психології, семіотиці, засобах масової інформації тощо [1]. Проте, незважаючи на ці та інші здобутки, досліджуваний концепт досі не дістав у польському мовознавстві комплексного наукового висвітлення, що підкреслює актуальність обраної теми.

**Метою** розвідки є здійснення поглибленого семантико-структурного й історико-етимологічного аналізу емотива пол. *szczęście* та його похідних, а також відтворення образу щастя в ціннісній і мовній картині світу поляків. **Об'єкт** дослідження становлять лексеми на позначення цього позитивно конотованого психічного переживання, а предмет – їхні лексичні й граматичні властивості.

**Матеріалом** для аналізу слугували тлумачні, фразеологічні, етимологічні лексикографічні джерела польської і деяких інших слов'янських мов, збірки афоризмів, прислів'їв і приказок, Національний корпус польської мови, а також монографії у галузі психології емоцій та почуттів людини.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У польській мовознавчій науці досі немає одностайного погляду щодо

внутрішньої форми вербалізатора концепта SZCZĘŚCIE. Так, видатний філолог-славіст, історик польської мови й культури А. Брюкнер трактує цю лексему як префіксальну формацію *s-część* і відтворює її первинне значення «брати участь» [Brückner, s. 544]. Сучасний польський етимолог В. Борись убачає в досліджуваному слові префіксально-суфіксальне утворення псл. \**szczęstbje*, де *sz-* є префіксом у значенні «гарний, хороший», *-bje* виступає суфіксом, а коренем є *część* «частина». Первинний зміст лексеми вчений реконструює, таким чином, як «гарна частина (чогось)» [Boryś, s. 598].

Простежуючи історичний розвиток семантики аналізованого емотива, звертає на себе увагу факт, що у старопольській період конкретний зміст «удача, сприятливі обставини» переважав над абстрактним «стан, відчуття великого задоволення, радості» [Słp VIII, s. 540]. Цей дуалізм проявляється й у всіх словотвірно споріднених одиницях. Наведемо деякі з них: ад'єктиви *szczęsny* (*szczesny*, *szczęstny*, *szczętny*) «який має щастя, успіх, удачу», «який приносить щастя, вдалий, успішний» та *szczęśliwy* (*szczęśliwy*) «який приносить щастя». Субстантиви типу *nomina essendi* *szczęsność* (*szczesność*) у формі множини «сприятливі події, обставини», «доля, фатум», у колокації *wieczna szczęsność* «у християнській традиції – безкінечне щастя в потойбічному світі» [Тж, с. 540–541] та *szczęśliwość* (*szczęśliwość*, *szczęśliwoć*) «стан, відчуття великого задоволення, щастя», «успіх у певній роботі» [Тж, с. 542] та ін.

Наведені приклади засвідчують фонетично-орфографічну варіативність голосних і приголосних. Що стосується форм із *t*, то на польському ґрунті відбулася редукція груп приголосних \**szczęstbivjъ* → *szczęśliwy* [2, с. 160]. Форму без носового голосного у корені А. Брюкнер трактує як вплив чеської мови, хоча припускає й можливість дисиміляції чи навіть помилкового правопису *szczęsnego*, подібно як *częstować* та *uczestnik* з «фальшивою вокалізацією» [3, с. 281]. У сучасній польській мові закріпилися форми *szczęście*, *szczęśliwy*, *szczęśliwość*.

Автор першого у лінгвоставістичі словника синонімів польської мови А. Красінський розглядає лексему *szczęście* у синонімічному ланцюжку слів *dola*, *los*, *pomyślność*, *powodzenie*, *dobrobyt*, натомість подає лише одне тлумачення, пов'язане з емоційним станом людини: «*szczęście* – це абстрактне поняття, що означає блаженний стан душі, яка заспокоїла усі свої прагнення. Оскільки ці прагнення у кожного свої, тому й щастя кожен розуміє по-своєму. Однак, завжди, коли воно трапляється, людина вважає його найбажанішою річчю» [Kraśiński II, s. 144–145], пор. також „*Nie toć jest szczęście, w czym się kocha ciało, jeśli na duszy co zlego przywrzalo*” (M. Rej) [SW VI, s. 587–588].

С. Б. Лінде у своїй словниковій дефініції щастя на перший план виводить семантичний компонент «фортуна, доля, щось, що керує нашим життям»: „*Szczęście ludźmi ciska jak piłq*”, а також наводить тлумачення „благополуччя”, „щасливі / нещасливі випадки, сприятливі події”, пор. „*Mieć życia potrzeby, zdrowie i pokój, te trzy rzeczy stanowią rzeczywistość człowieka szczęśliwość; wszystkie inne szczęścia są wymyślone*” [Linde V, s. 566–569]. Зауважимо, що автор не фіксує значення афективного стану людини, для нього щастя мало цілком конкретний зміст. У словнику наведено також форми *szczęsny*, *szczęsność*, *szczęśnie*, що свідчить про те, що вони були «живими» ще у XIX ст.

Щастя не можна кваліфікувати як базову емоцію, оскільки людина може прожити все життя, так і не досягнувши щастя: «Щастю треба вчитися так само, як учитися писати, водити машину, і, взагалі, як усьому в житті... Є афоризм Іжиковського про те, що ніде не сказано, що людина мусить бути щасливою. Життя є завданням до виконання або сумою цих завдань. Щастя, як і краса, може комусь випасти, але не мусить» (Hamilton. Przeciw nieszczęśliwym).

Досліджуване поняття є складним комплексом переживань, який включає в себе як когнітивний, так і емоційний компоненти, що відображають оцінку свого існування та ставлення до себе як щасливої або нещасної людини. При цьому чітких та єдиних критеріїв щастя не існує: кожна людина наповнює це слово власним змістом. Аналізуючи причини виникнення щастя, наведемо уривок соціопитування на ламах однієї польської газети, у якому респондентам було запропоновано відповісти на такі запитання: «Чи щастя є для мене цінністю?», «Коли я почуваюся щасливим?» та «Без чого я не міг би бути щасливим?». Представимо кілька відповідей з метою з'ясування сенсу щастя в ціннісній картині світу поляків:

„*Szczęście jest istotną wartością w moim życiu. Jest ono dla mnie tym, do czego dążymy. Niejednokrotnie wydaje nam się, że jeśli coś zdobędziemy, to będziemy szczęśliwi. Często jednak okazuje się, że nie trwa to długo i szukamy czegoś nowego. Na tym poszukiwaniu możemy spędzić całe życie... Szczęście to dla mnie doświadczenie tego, kim naprawdę jesteśmy, dotarcie do podstawy naszej egzystencji... Aby mieć odwagę porzucenia pozorów chwilowego szczęścia, trzeba doświadczać miłości od Boga i ludzi*” (о. Я. М. Береза, теолог, філософ).

„*Najszczęśliwszy jestem wówczas, gdy towarzyszy mi stan... całkowitego zaangażowania, zapamiętania w tym, co robię... Nie byłbym w stanie także zachować pogody ducha bez ciągłej obecności najbliższych*” (Я. Чапінський, соціальний психолог).

„*Szczęście osobiste uważam za główną wartość, do realizacji której mniej lub bardziej świadomie dąży każdy człowiek. Nie da się osiągnąć szczęścia bez jednoczesnego kultuwowania innych wartości, takich jak harmonijne współzycie z ludźmi, miłość bliźniego, odpowiedzialność za swoje czyny itd.*” (А. Самсон, психотерапевт).

„... *o ile nie jestem akurat nieszczęśliwa, to po prostu czuję się szczęśliwa*” (В. Штандер, психотерапевт).

„*Wiele szczęścia dają mi bliskie związki z ludźmi, ... realizacja celów, z którymi się utożsamiam*” (Б. Войцішке, соціальний психолог).

А також: „*Prawdziwe szczęście – takie, które sprawia, że radość musi być w tobie niczym bąbelki w najprzedszymsz szampanie – to rzadkie i cenne uczucie. Doświadczasz go, gdy zakochujesz się po uszy albo kiedy dostajesz wymarzoną pracę...*” (Cosmopolitan, maj, 2005).

Таким чином, щастя у свідомості поляків пов'язується передовсім із з коханням, благополуччям людини в особистому житті, у професійній діяльності, з гармонією у стосунках між людьми, відчуттям зв'язку з Богом та служінням йому.

Складність розуміння феномена щастя полягає в тому, що значеннева палітра слова *szczęście* в сучасній польській мові багата і різноманітна. Відомий польський філософ В. Татаркевич перший розділ своєї ґрунтовної розвідки «Про щастя» присвятив власне семантичному аналізу цієї лексеми: «Міркування про щастя мусять розпочинатись мовною характе-

ристикую, адже потрібно спершу з'ясувати, що значить слово *szczęście*, щоб потім сенсовно говорити про саме щастя» [4, с. 15]. Дослідник виділяє чотири основні сенси пол. *szczęście*, а саме: 1) об'єктивний – «збіг позитивних, сприятливих для чогось обставин, удача». Саме тому щасливим називаємо того, хто виграв в лотерею або в карти, пор. *mieć szczęście (w kartach, do interesów)*; *łut szczęścia więcej wart, niż funt rozumu; szczęściarz* «щасливчик»; 2) суб'єктивний (психологічний) зміст «інтенсивна радість», пор. „*Szczęście jak ciepła krew wpłynęło do jej serca falą powolną*” (Zeromski S. Ludzie bezdomni); 3) філософське значення «досягнення найбільших благ, доступних людині». Філософ у цьому контексті наводить думку Св. Фоми Аквінського: «Хто досягне щастя, той уже ні до чого не буде прагнути, адже воно є найвищим добром, яке включає в себе всі блага». Слід додати, що таке розуміння щастя має в історії культури глибоке коріння, що сягає філософської традиції античного євдемонізму, згідно з якою щастя є найвищими благами (причому мірилом щастя у такому розумінні є не суб'єктивне переживання блага людиною, а наближення до ідеалу); 4) «задоволення своїм життям». Формулою щастя, на думку В. Татаркевича, є квінтесенція К. Мансфілда: «Дякую Богу за те, що я є». Ідеться не про те, що людина має, а про те, як вона на це реагує [4, с. 16–24].

Сучасні лексикографічні джерела польської мови засвідчують, що аналізована лексема є багатозначною. «Словник польської мови» за редакцією М. Шимчака фіксує наступні сенси субстантива *szczęście*: 1) «удача, посмішка долі» (*pomyślny los, pomyślność, powodzenie*); 2) «відчуття задоволення, насолоди, радості; усе те, що викликає такий стан»; 3) «збіг обставин, що сприяють досягненню чогось» (*zbieg, splot pomyślnych okoliczności, szczęśliwe zrządzenie losu, pomyślny traf*). У наведеній дефініції межа між першим і третім витлумаченнями є нечіткою, словосполучення, якими вони тлумачаться – *pomyślny los, pomyślność* та *splot pomyślnych okoliczności, pomyślny traf*, – є синонімічними. Крім того, емоція щастя не зводиться суто до відчуття радості та задоволення, воно є значно складнішим психоемоційним комплексом.

«Інший словник польської мови» за редакцією проф. М. Банька тлумачить *szczęście* як «стан повного задоволення з життя або ситуації, в якій ми знаходимося», а також «те, що викликає подібний стан» [ISJP II, с. 743].

Найсучасніше і найповніше лексикографічне джерело – «Великий словник польської мови» – найбільш вдало, на нашу думку, дефінює польську лексему *szczęście*. Редактори словника наводять два визначення, перше з яких поділяють на вужчі компоненти: 1a. стан повного задоволення ситуацією, в якій певна особа знаходиться; 1 b. щось, що є джерелом повного задоволення; 2. збіг обставин, у результаті якого відбувається щось добре для певної особи або не відбувається нічого поганого, що могло б статися [WSJP].

Таким чином, наведений вище аналіз психологічних та лінгвістичних джерел дає змогу виділити у структурі досліджуваної лексичної одиниці такі лексико-семантичні варіанти: емоційна складова «короткотривале відчуття максимально інтенсивної, бурхливої радості (наприклад, щаслива мить перемоги)»; когнітивний складник «тривалий позитивно конотований емоційний стан найвищого задоволення, пов'язаний із самореалізацією особи, наявністю сенсу життя, відчуттям повноти життя, усвідомленням своєї потреби іншим людям

тощо»; каузативне значення «те, що викликає цей емоційний стан».

Ексерцеровані мовні факти засвідчили, що суб'єктом щастя є лише людина: „*Wybiegły dzieci...choć poblądle jeszcze ze strachu, rzuciły się w objęcia rodziców. O, jakaż radość! O, jakież szczęście! Uściskom i pocałunkom końca nie było*” (Oppman A. Legendy warszawskie), „*Od nadmiaru szczęścia głośno zaśpiewałem ulubioną piosenkę*” (Młody Technik, 1971, nr 3), „*Mam kilku przyjaciół i uważam to za wielkie szczęście, coś zupełnie bezinteresownego, bezwarunkowego*” (Przekrój, 2001, nr 2895), „*Miałas szczęście, ale było to szczęście w nieszczęściu, bo pokochałaś go zbyt późno, nie wówczas, gdy najbardziej twojej miłości i mądrości potrzebował*” (Kowalewska H. Tego lata).

Досліджуваний вербалізатор концепта SZCZĘŚCIE в сучасній польській мові характеризується широкою сполучуваністю. Існує велика кількість атрибутивних контекстів, які виражають різні параметри щастя. Переважна більшість з них указує на значну інтенсивність переживання щастя: *bezgraniczne, głębokie, istotne, nadmierne, nadzwyczajne, najwyższe, niebiańskie, nieopisane, niesłychane, niezmiernie, ogromne, szalone (szczęście)*. Ця емоція може мислитися або як короткотривала: *chwilowe, krótkie, krótkotrwałe, przelotne (szczęście)*, або як довготривала: *ciągłe, długotrwałe, dożgonne, nieustanne (szczęście)*. Про інтимність переживання щастя свідчать контексти *ciche, milczące, niewymowne, niewypowiedziane (szczęście)*.

На те, що щастя у польській мовній свідомості співвідноситься із субстанцією (твердою або рідкою), вказують словосполучення *łut, odrobina, czara, kropla (szczęścia)*. Словосполука *promień szczęścia* манифестує цей емоційний стан як сонце, що зігріває людей своїм промінням. Пор. *plawić się, roztopiać się w szczęściu, popioły szczęścia*, де дієслова *plawić się, roztopiać się*, іменник *popioły* імплікують щастя як високу температуру, вогонь, результат горіння.

Від щастя людина може сп'яніти, оніміти, втратити свідомість чи навіть збожеволіти: *pijany szczęściem; niemy, nieprzytomny, półprzytomny ze szczęścia; oszaleć, zwariować ze szczęścia*.

Щастя для людини є найвищим благом, якого вона прагне за будь-яку ціну. Задля цього вона здатна гнатися за ним, шукати й хапати його, будувати тощо: *biec / gonić / pędzić za szczęściem; pragnąć / szukać / chcieć szczęścia; marzyć / myśleć o szczęściu; budować / chwycić / kupić sobie / odnaleźć / osiągać / przeżywać / trzymać w rękach, wydrzeć komuś, zdobyć, znaleźć szczęście; łapać szczęście za ogon / za nogi..* Щастя може й саме знаходити людину: *szczęście samo garnie się do kogoś / wstępuje do serca / do domu / do rodziny / pod dach*.

Щастя можна комусь обіцяти, давати, дарувати, приносити: *obietcywać / dawać / przynosić / siać / włożyć komuś / zgotować komuś*. Щастя також є «комунікативною» емоцією, якою людина хоче поділитися з іншими: *podzielać, powierzać komuś swoje szczęście*.

На вегетативні прояви переживання, зокрема підвищення серцебиття, указують контексти *serce bije / wali komuś ze szczęścia*. Семантику зовнішнього вираження досліджуваної емоції містять сполуки типу *roześmiać się ze szczęścia / uśmiech szczęścia*, причому людина від щастя (як від і сильної радості) може не лише сміятися, а й плакати, пор. *rozplakać się ze szczęścia, łzy szczęścia*. Локусом щастя є серце та груди людини, а виражається воно в очах та на обличчі: *oczy błyszczą / jaśnieją / świecą szczęściem; pierś / serce wzbiera się szczęściem, jaśnieć szczęściem*;

*szczęście bije / jaśnieje, promienieje, tryska z twarzy / z oczu*, які маніфестують асоціацію щастя зі **СВІТЛОМ** та рідкою субстанцією.

Щасливу людину у польській мові окреслюють словосполучення із метафоричним значенням *ktos czuje się / jest wniebowzięty, ktoś jest w siódmym niebie, niebiańskie / najwyższe szczęście, rozanielić się / rozanielony* і под. Щастя, таким чином, мислиться як щось, що підносить людину до неба, де вона може досягти *szczęścia wiecznego*. Небо у християнській традиції – місце вічного щастя після смерті. У цьому зв'язку слід також загадати назви місцевостей у релігійних традиціях різних культур, де людина почуватиметься завжди щасливою, пор. *sielanka, idylla, Eden, Arkadia, Kraina Szczęśliwości, kraj mlekiem i miodem płynący, Ziemia Obiecana, Kolchida* та деякі інші.

Ланцюжком щастя – *łańcuszkiem szczęścia* – поляки називають явище, що полягає у розсиланні за допомогою традиційної чи електронної пошти листа з проханням про його подальше поширення до певної або максимально можливої кількості адресатів, невиконання чого супроводжується загрозою втратити щастя чи інші блага [WSJP].

До ад'єктивного та адвербіального блоку похідних у польській мові належать лексеми *szczęśliwy* «який має щастя, відчуває або виражає його» (*szczęśliwi ludzie, szczęśliwe oczy, szczęśliwy uśmiech*), «який приносить щастя; сприятливий, удалий» (*szczęśliwy traf, pomysł, szczęśliwe czasy*); *szczęśliwie* «вдало, успішно» (*zdać egzamin szczęśliwie*) [SJPSz]. У молодіжному сленгу польської мови поширеним явищем є вживання англійського відповідника польської лексеми *szczęśliwy* – *happy* на позначення «щасливий, радісний, задоволений», пор. „*Widziałeś Matego? – No. Wypląte dzisiaj miał. Cały happy już w piwialni siedzi*” [SSM, с. 25]. Синонімічним є зворот *cały w piórach*, який уживається з аналогічним сенсом: „*Po tej wczorajszej randce jestem cały w piórach*” [тж].

Серед дієслівних утворень фіксується застарілий вербалив із каузативним значенням *szczęścić* «робити когось щасливим» та *szczęścić się* «щастити, таланити» [SJPSz]. Формальний тип *nomina attributiva* репрезентують лексеми *szczęśliwiec* «людина, якій пощастило; щаслива людина», а також розмовні форми *szczęściarz* «щасливчик; людина, якій щастить, таланить у чомусь», модифікаційними дериватами жіночого роду є *szczęściarka, szczęściara* із аналогічним змістом [SJPSz].

**Висновки і перспективи подальших пошуків у зазначеному науковому напрямку.** Щастя – одна зі споконвічних тем гуманітарного знання, яка з часів античності була предметом філософських та психологічних пошуків. У вирішенні філософської суті цього питання найбільшої популярності набула ідея абсолютного верховенства щастя в усій ієрархічній структурі ціннісної свідомості особистості. Щастя – це не просто одна з цінностей, поряд з іншими, і навіть не одна із найбільш фундаментальних і провідних цінностей, а метацінність, що підпорядковує і визначає собою усі інші. Як будь-яка інша емоція, щастя існує не тільки в свідомості людини, а й у мові, яка допомагає глибше зрозуміти, інтерпретувати та висловити це переживання. Вивчення вербальної репрезентації щастя дає можливість не лише «зазирнути» у внутрішній світ людини, виявити глибинні патерни душевних переживань, а й осягнути роль культурного і соціального середовища у формуванні емоційної картини світу. Перспективною подальших досліджень вважаємо компара-

тивні емотиологічні студії концепту ЩАСТЯ з метою виявлення універсальних й унікальних аспектів його об'єктивації у мові.

#### Література:

1. Anatomia szczęścia. Emocje pozytywne w językach i kulturach świata / Pod red. A. Duszak i N. Pawlak. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2005. 336 s.
2. Długosz-Kurczabowa K., Dubisz St. Gramatyka historyczna języka polskiego. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2001. 458 s.
3. Brückner A. Początki i rozwój języka polskiego. Wybór prac pod red. M. Karasia. Warszawa: PWN, 1974. 560 s.
4. Tatkiewicz W. O szczęściu. Warszawa, 1985.

#### Джерела:

1. ЕСУМ – Етимологічний словник української мови: В 7 т. за ред. О. С. Мельничука. К.: Наукова думка, 1983-2003. Т. 1–4.
2. Boryś – Boryś W. Słownik etymologiczny języka polskiego. Kraków: Wydawnictwo Literackie, 2005. 864 s.
3. Brückner – Brückner A. Słownik etymologiczny języka polskiego. Warszawa: Wiedza Powszechna, 1970. 806 s.
4. ISJP – Inny słownik języka polskiego. Red. nac. M. Bańko. Warszawa: PWN, 2000. Т. 1–2.
5. Krasieński – Krasieński A. St. Słownik synonimów polskich. Kraków: Akademia Umiejętności, 1885. Т. 1–2.
6. Linde – Linde S. B. Słownik języka polskiego. Lwów: W drukarni Zakładu Ossolińskich, 1854-1860. Т. 1–6.
7. NKJP – Narodowy korpus języka polskiego. Режим доступу: <https://nkjp.pl/>
8. SFJP – Słownik frazeologiczny języka polskiego. Red. S. Skorupka. Warszawa: Wiedza Powszechna, 1974. Т. 1–2.
9. SJPSz – Słownik języka polskiego. Red. M. Szymczak. Warszawa: PWN, 1978–1981. Т. 1–3 (електронна версія).
10. SSM – Cieszewski M. Słownik slangu młodzieżowego. Piła: Wydawnictwo Ekolog, 2001. 354 s.
11. Sstp – Słownik Staropolski. Red. S. Urbańczyk. Wrocław etc.: PAN, 1953-2001. Т. 1-11.
12. SW – Słownik języka polskiego. Ułoż. pod red. J. Karłowicza, A. Kryńskiego i W. Niedźwiedzkiego. Warszawa: Nakładem prenumeratorów w drukarni E. Lubowskiego i S-ki, 1900–1927. Т. 1–8.
13. WSJP – Wielki słownik języka polskiego. Режим доступу: <https://wsjp.pl/>

#### Askerova I. Semantic-Cognitive and Linguo-Axiological Parameters of the Polish Emotive *szczęście*

**Summary.** The article is devoted to a comprehensive description of the semantic-structural, historical-etymological, cognitive-linguistic, and axiological characteristics of the Polish emotive *szczęście*. The study is based on extensive lexicographic material from Polish and other Slavic languages, works in the field of the psychology of human emotions and feelings, as well as the National Corpus of the Polish Language.

The interpretation of the inner form of the lexeme *szczęście* remains inconsistent in Polish linguistics. Its primary meaning is either reconstructed as «to take part» (A. Brückner) or interpreted as «a good part (of something)» (W. Boryś). Tracing the historical development of the emotive *szczęście* has revealed that in its semantic structure, the component «luck, fortune, favorable circumstances» consistently prevailed over the abstract sense of «a state or feeling of great satisfaction and joy.»

Contemporary lexicographic sources also demonstrate the polysemy of *szczęście*. The analysis of dictionary interpretations allows for identifying the following lexico-semantic variants within its structure: 1) emotional component – «a short-term experience of intense, overwhelming joy (the happy moment of victory)»; 2) cognitive component – «a long-lasting positively connoted emotional state of complete satisfaction, associated with self-realization, finding meaning in life, feeling fulfilled, and being needed by others»; 3) causative meaning – «that which evokes this emotional state.» In the contemporary synchronic perspective, the lexeme under study does not exhibit

significant word-formation potential, though it is characterized by broad lexical compatibility. The reconstructed metaphorical collocations suggest that in the linguistic worldview of Poles, happiness is metaphorically perceived as a liquid or gaseous substance, light, the sun, high temperature, fire, or a force that lifts a person upwards. Happiness can make one drunk, speechless, unconscious, or even insane. It is the ultimate good, which a person strives to attain at all costs: one chases, seeks, and grasps happiness or even builds it on their own.

**Key words:** cognitive semantics, linguistic axiology, etymology, emotive, concept.



Гао Цзінси,

*аспірант кафедри української філології для іноземних громадян  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

## СТРАТЕГІЯ ТА ТАКТИКИ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ДИСКУРСІ ПРО МОВНЕ ПИТАННЯ

**Анотація.** Відтоді як Е. Гофман запропонував концепцію самопрезентації, дослідження цього поняття значно розвинулися та часто використовуються для пояснення міжособистісної взаємодії в реальному житті. У дослідженнях дискурсу, пов'язаних із самопрезентацією, виділяють три важливі напрями: дослідження самопрезентації в політичному дискурсі, дослідження самопрезентації в повсякденному житті та дослідження самопрезентації в соціальних мережах. Зокрема, багаторічні та багатовекторні дослідження самопрезентації в політичному дискурсі та повсякденному житті вже дали значні наукові результати. У цій статті ми зосереджуємося на аналізі тексту самопрезентації в соціальних мережах з точки зору дискурсивної стратегії, розглядаючи самопрезентацію як макропланування, яке здійснює мовець для досягнення конкретних комунікативних та переконувальних цілей через усвідомлене конструювання дискурсу. Беручи до уваги високий ступінь взаємозв'язку між концепцією самопрезентації та «Я-концепцією», у цій статті ми, з метою визначення змісту та цілей самопрезентації, яких прагне досягти поведінка самопрезентації, проаналізували дослідження когнітивного та психологічного аспектів вивчення «Я-концепції», а також психологічних функцій «Я-концепції». Конкретно кажучи, дослідження «Я-суб'єкта» та «Я-об'єкта» дозволяють нам систематизовано вивчати сказаний зміст у дискурсі самопрезентації, тоді як дослідження психологічних функцій «Я-концепції» пояснюють цілі, яких мовець намагається досягти через самопрезентацію. У цій статті здійснюється аналіз стратегії самопрезентації у проукраїнському навколомовному дискурсі на основі вибірки з коментарів до фільму «Соловей співає. Доки голос має». Визначено мотивації та тактики використання стратегій самопрезентації в мовленні користувачів інтернету в контексті дистанційного спілкування на мовну тему. Шляхом підсумування стратегій самопрезентації, запропонованих вченими, ми узагальнили основні цілі самопрезентації мовця як конструювання образів мотивованого «Я», амбітного «Я», здібного «Я», натхненного «Я» та цінного «Я». Конкретні плани досягнення цих цілей, тобто основні тактики самопрезентації, в основному включають демонстрацію ідентичності, демонстрацію досвіду, демонстрацію цінностей і переконань, демонстрацію оцінки інших, демонстрацію зусилля та демонстрацію узгодженості. У цій статті ми, спираючись на конкретні приклади, пояснили кожен тактику та роз'яснили діалектичний зв'язок між тактиками і мотиваціями.

**Ключові слова:** самопрезентація, дискурсивна стратегія, дискурсивна тактика, навколомовний дискурс, проукраїнський дискурс, соціальні мережі.

**Постановка проблеми.** Концепція самопрезентації походить із соціальної психології і є продуктом «символічного інте-

ракціонізму» – однієї з основних шкіл соціології. У 1959 році у книзі «Представлення себе іншим у повсякденному житті» (The Presentation of Self in Everyday Life) Е. Гофман проаналізував самопрезентацію людей у щоденних соціальних взаємодіях за допомогою драматичних метафор і вперше запропонував концепцію «самопрезентації». Він вважає, що люди, як артисти, намагаються вплинути на сприйняття аудиторією (іншими) себе, контролюючи свою поведінку та інформацію, яку вони передають, щоб досягти власних комунікативних цілей [1, с. 10–11]. З часу, коли Е. Гофман вперше запропонував концепцію самопрезентації, дослідження цієї концепції досягли значного прогресу. На сьогодні у вивченні дискурсу самопрезентації існують три основні напрями: дослідження самопрезентації в політичному дискурсі, дослідження самопрезентації в повсякденному житті та дослідження самопрезентації в соціальних мережах. Серед них, завдяки багаторічним і багатовекторним дослідженням, дослідження самопрезентації в політичному дискурсі та дослідження самопрезентації в повсякденному житті вже мають значні наукові досягнення. Проте увага дослідників до самопрезентації масових користувачів у соціальних мережах залишається відносно недостатньою, не кажучи вже про дослідження самопрезентації користувачів у контексті мовного питання. Крім того, з точки зору дослідження мовного питання в Україні, воно залишається досить актуальним у суспільстві як до, так і після початку повномасштабної війни Росії проти України. Хоча українські вчені виконали значний обсяг робіт і досягли великих успіхів у вивченні мовного питання, системний аналіз самопрезентації у рамках дискурсивної стратегії поки що не проводився. З огляду на це, ми маємо намір дослідити стратегії самопрезентації в контексті мовного питання, щоб доповнити наукові дослідження в цій галузі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Серед трьох напрямів дослідження дискурсу самопрезентації, дослідження самопрезентації в повсякденному житті в основному включає в себе те, як індивід демонструє свій ідеальний образ іншим через мову, поведінку, одяг тощо під час щоденної соціальної взаємодії та спілкування. Відповідно до цієї точки зору хоча акти самопрезентації часто є несвідомими, їхня основна мета полягає в тому, щоб отримати визнання та оцінку інших і встановити хороші соціальні стосунки (Goffman 1959, Lewis 2005, Jones & Pittman 1982, Романченко 2018).

Дослідники самопрезентації в політичному дискурсі зазвичай використовують методи критичного дискурс-аналізу, зосереджуючись на аналізі текстів політичних і громадських діячів. Цей критичний аналіз самопрезентації зазвичай передбачає наявність значного дисбалансу влади та асиметрії статусу між різними країнами, расами та соціальними групами, і зосе-

реджується на тому, як політики та політичні партії представляють публічний образ, який сприяє підтримці виборців через виступи та політику (Славова 2012, Чорна 2012).

З розвитком соціальних онлайн-мереж за останні роки дослідники почали фіксувати самопрезентацію в соціальних мережах як нормальне та природне явище людської взаємодії та провели глибокі дослідження цього питання (Циховська 2017, Mendelson & Papacharissi 2010, Rueda-Ortiz & Giraldo 2016, Weber & Mitchell 2008, Michikyan, Dennis & Subrahmanyam 2014).

У науковій сфері мовна проблематика в Україні в працях українських мовознавців включає переважно мовну ситуацію та статус української мови, двомовну ситуацію в сучасній Україні, стратегії маніпулювання українським політичним дискурсом, соціолінгвістику та етнографію сучасних мовних ситуацій, соціолінгвістичні та етнокультурні аспекти сучасної мовної ситуації, національну мовну політику України тощо (Масенко 1999, Фаріон 2019, Данилевська 2015, Шумлянський 2010, Кулук 2010, Селігей 2012, Руда 2012, Черненко, 2009, Фудерер 2019 та інші).

Окрім видатного внеску цих науковців, у науковій спільноті продовжують з'являтися дослідження, присвячені мовному питанню в Україні. Ці дослідження, розглядаючи політичні, правові, освітні, економічні та інші аспекти, надають цінні знання для різних соціальних груп, що сприяють розумінню та вирішенню мовних проблем в Україні. Проте, незважаючи на значні досягнення зазначених науковців у дослідженні мовних питань, ми спостерігаємо, що дослідження дискурсивних стратегій у контексті мовної проблематики в Україні ще мають великий потенціал для розвитку як у кількісному, так і в якісному аспектах. Особливо за останні п'ять років кількість та широта таких досліджень залишають бажати кращого.

**Мега статті.** Основною метою цієї роботи є визначення цілей та тактик самопрезентації, які використовують проукраїнські інтернет-користувачі в навколумовному дискурсі в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Ми вважаємо, що основними складовими самопрезентації є два ключових елементи: «Я» та «презентація». З точки зору елемента «Я», воно поділяється на «Я-усвідомлююче» (I-self) та «Я-як об'єкт» (Me-self). «Я-усвідомлююче» позначає «Я», яке активно досліджує світ і отримує досвід, тоді як «Я-як об'єкт» відображає різні уявлення людей про себе [2, с. 371].

«Я-як об'єкт» можна поділити на різні рівні, зокрема «матеріальне Я», «соціальне Я», «духовне Я». «Матеріальне Я» є основою, «соціальне Я» перевищує матеріальне, а «духовне Я» знаходиться на найвищому рівні. Основною частиною «матеріального Я» є тіло, оскільки людина протягом усього життя встановлює зв'язок з навколишнім світом через своє тіло. «Матеріальне Я» також включає речі, які знаходяться поза тілом, такі як одяг, родина, майно тощо. «Соціальне Я» – це образ людини в очах інших, його репутація та честь. «Духовне Я» – це внутрішнє або суб'єктивне існування особистості, яке включає всі її здібності та характерні риси, які можна усвідомити через самоспостереження [2].

Дж. Мід та інші вчені, після глибокого дослідження структури «Я», розглянули зв'язок між «Я-усвідомлюючим» та «Я-як об'єктом». На думку Дж. Міда, два аспекти ідентичності – «Я-усвідомлююче» та «Я-як об'єкт» – відображають співвідно-

шення соціальної детермінації ідентичності та самодетермінації особистості. «Я-як об'єкт» складається з інтерналізованих «узагальнених інших» – сукупності знеособлених настанов, норм, цінностей суспільства [3].

Е. Гофман далі розвинув цю ідею, поєднавши її з поняттям «презентації», він запропонував концепцію самопрезентації. Згідно з основною ідеєю Е. Гофмана, самопрезентація – це процес, у якому індивід намагається керувати і контролювати враження, яке інші формують про нього. Індивід демонструє себе через образ, що відповідає поточній соціальній ситуації, щоб сформувати і підтримувати свій соціальний образ [1].

Отже, самопрезентація як поведінка, окрім демонстрації себе, насправді є навмисним процесом встановлення зв'язку з іншими людьми та конструювання власного образу в соціальному інтерактивному середовищі, тоді частини «Я-як об'єкту», такі як «матеріальне Я», «соціальне Я», «духовне Я», є саме тими об'єктами, які суб'єкт самопрезентації має на меті продемонструвати та конструювати.

Згідно з визначенням М. Райзіглі та Р. Водак, дискурсивна стратегія – це «більш-менш точний і більш-менш свідомий план практик (включаючи дискурсивні практики), прийнятий для досягнення певної соціальної, політичної, психологічної або лінгвістичної мети» [4, с. 45]. Тому, з перспективи дискурсивної стратегії, використання стратегії самопрезентації передбачає досягнення певної мети, яка тісно пов'язана з функціями самосвідомості.

Р. Бернс систематично обговорював психологічну функцію «Я»-концепції у книзі «Розвиток Я-концепції та виховання» (Self-concept development and education), і припустив, що «Я»-концепція виконує три функції: забезпечувати внутрішню узгодженість, інтерпретувати досвід та формувати очікування [5]. Функція забезпечення внутрішньої узгодженості означає, що «Я»-концепція підтримує внутрішню узгодженість людей, і людина повинна діяти таким чином, щоб підтримувати узгодженість самооцінки та поведінки. В нормі «Я»-концепція людей відносно стабільна і конгруентна. Завдяки механізму підтримки внутрішньої узгодженості «Я»-концепція функціонує для керування індивідуальною поведінкою. Функція інтерпретування досвіду стосується ролі «Я»-концепції як ціннісного орієнтира, пояснювальної системи досвіду. Те, яке значення має певний досвід для індивіда, залежить від «Я»-концепції, спираючись на котру індивід здійснює оцінювання. Один і той самий досвід матиме різне значення для людей з різними «Я»-концепціями. Функція формування очікування означає, що в різних ситуаціях очікування людей щодо того, що відбувається і як вони поведуться, значною мірою визначаються їхньою «Я»-концепцією.

Дослідження Бернса щодо функцій «Я»-концепції зосереджуються переважно на когнітивному та психологічному рівнях, підкреслюючи роль «Я»-концепції як відносно стабільної внутрішньої системи в регулюванні та управлінні поведінкою особистості. Таким чином, самопрезентація є реалізацією і конструюванням функцій «Я»-концепції суб'єктом дії. Ми вважаємо, що мотивація використання стратегій самопрезентації є багатогранною і включає не лише психологічні, а й соціальні чинники, тому метою використання стратегій самопрезентації, по-перше, є сприяння соціальній взаємодії. Соціальна взаємодія підпорядковується соціальним ролям, на етапі спілкування індивід сприймається як носій певної ролі, ставиться

задача наділення об'єкта певними ознаками, на основі яких може бути побудовано первинний контакт [6, с. 247], а самопрезентація може сприяти успішному перебігу спілкування; по-друге, це отримання матеріальних або соціальних винагород; по-третє, це конструювання «Я»-концепції: мовець, створюючи для себе певну ідентичність, прагне переконати інших у тому, що він володіє певними якостями чи характеристиками.

З точки зору класифікації стратегій самопрезентації, Дж. Тедеші та В. Мельбург поділяють стратегії самопрезентації на два виміри: захисна самопрезентація (Defensive self-presentations) та асертивна самопрезентація (Assertive self-presentation). Захисна самопрезентація виникає, коли подія сприймається як така, що загрожує або псує бажаний образ, і її метою є відновлення цього образу або зменшення негативних наслідків події. Асертивна самопрезентація означає проактивну поведінку, спрямовану на встановлення конкретних образів [7].

Дж. Кім та Дж. Лі поділяють самопрезентацію на позитивну самопрезентацію (positive self-presentation) та чесну самопрезентацію (Honest self-presentation). Позитивна самопрезентація означає, що індивід вибірково презентує себе, підкреслюючи свої переваги та уникаючи недоліків; тоді як чесна самопрезентація передбачає, що індивід надає інформацію про себе без прикрас і вибору, об'єктивно та відверто демонструючи свою справжню сторону [8, с. 361].

Е. Джонс та Т. Пітман виявили, що існує п'ять широко використовуваних тактик самопрезентації в міжособистісних взаємодіях, а саме: тактика здобування прихильності (ingratiation), тактика самопросування (self-promotion), тактика залякування (intimidation), тактика екземпліфікації (exemplification) та тактика прохання (supplication) [9].

С. Лее та ін. (1999) на основі захисних та активних тактик самопрезентації підсумували 13 конкретних тактик: 1) захисні тактики самопрезентації (Defensive self-presentation tactics): вибачення (excuses), виправдання (Justifications), дисклеймер (Disclaimers), самоінвалідація (Self-handicapping), вибачення (Apologies); 2) активні тактики самопрезентації (Assertive self-presentation tactics): здобування прихильності (Ingratiation), залякування (Intimidation), прохання (Supplication), претензія на заслуги (Entitlement), покращення (Enhancement), купання в славі (Basking), критика (Blasting), екземпліфікація (Exemplification) [10, с. 705].

Л. Швелдце з точки зору комунікативної поведінки поділяє стратегію самопрезентації на тактики самооцінювання, гіперболізації та ідеалізації [11, с. 22].

Наведені категорії в різних дослідницьких перспективах мають певні перетини та взаємодоповнюваність. Як видно, хоча різні науковці запропонували різні системи класифікацій, вони всі вказують на одну й ту саму основну ідею: індивіди регулюють свою взаємодію з іншими через самопрезентацію та демонструють і формують певний образ себе в соціальних ситуаціях. Р. Баумайстер вважає, що мотивація самопрезентації полягає в тому, щоб передати інформацію про себе або певний образ себе іншим людям [12, с. 71]. На основі цього ми припускаємо, що основна мотивація впровадження стратегій самопрезентації полягає в тому, щоб помірно демонструвати різні «Я», включаючи матеріальне «Я», соціальне «Я» та «Духовне Я», формуючи мотивоване «Я», амбітне «Я», здібне «Я», натхненне «Я» та цінне «Я», для досягнення більш широких комунікативних цілей.

Під час конструювання образу мотивованого «Я», мовець підкреслює мотиви своїх дій. Формуючи образ амбітного «Я», мовець підкреслює віру у власні можливості досягти чогось. Конструювання здібного «Я» підкреслює свої досягнення. Конструювання образу натхненного «Я» означає, що мовець завершив певні зміни в поведінці та світогляді після якоїсь події, тут присутній опис переосмислення дій та поглядів. А цінне «Я» акцентує позитивні риси та емоційну значущість.

Варто зазначити, що в реальному мовленнєвому вираженні ці мотивації можуть поєднуватися. Поведінка самопрезентації часто зумовлена кількома мотиваціями, і їх поєднання також впливає на стратегії самопрезентації. Тому важливо не лише ідентифікувати конкретні тактики, а й чітко визначити мотивації.

Аналітичний матеріал цієї роботи обрано з коментарів до документального фільму 2019 року «Соловей співає. Доки голос має» (автори: Л. Воронюк та С. Кримський) на його YouTube-сторінці. Цей фільм є дослідженням проблеми мовного питання в Україні. Він розширив розуміння складних соціолінгвістичних процесів, що мають місце в сучасному українському суспільстві. Автори проаналізували мовну ситуацію і дослідили причини та наслідки тогочасної конфронтації дискусії довкола української мови. У нинішньому соціальному контексті України фільм мав великий вплив, і в результаті з'явилася велика кількість коментарів до фільму, які ці коментарі не лише відображають різні реакції глядачів на фільм, а й надають нам достатню кількість мовного матеріалу, що дає нам можливість заглянути в тактики самопрезентації, які зазвичай використовуються людьми під час обговорення мовних ситуацій в Україні.

Завдяки аналізу стратегії самопрезентації у цих коментарях, ми розподіляємо стратегію самопрезентації за категоріями та з'ясуємо, як мовці представляють «Я» за допомогою різних тактик, щоб продемонструвати свою підтримку української мови.

1. Тактика «демонстрація ідентичності» – це тактика на рівні презентації, основною функцією якої є надання інформації. Ідентичність на найзагальнішому рівні за своєю суб'єктивністю буває двох видів: індивідуальна (або особиста) та групова (або колективна). Кожна має певні особливості [13, с. 23]. Зазвичай автор використовує тактику «Демонстрація ідентичності» для того, щоб сформулювати у адресатів максимально ясно і загальне сприйняття себе. Автор через пряме або опосередковане демонстрування своєї ідентичності встановлює зв'язок із потенційною аудиторією, одночасно закладаючи основу для подальшого застосування інших дискурсивних тактик. У контексті цей план тісно пов'язаний із подією чи досвідом, які зазвичай описуються далі, а автор часто безпосередньо представляє свій загальний образ за допомогою мовних засобів демонстрації ідентичності.

У коментарях, написаних за такою тактикою, рясніють на початку тексту такі приклади, зокрема «...я хочу розповісти децю своє...» «...Я из Крыма и...» «...Я з селища Чернігівської області...» «Я половину життя прожила в селі...». Наприклад:

*Я з Одеси. Нажаль, здебільшого розмовляла не рідною мовою. Хоча трошки був дисонанс в голові завжди, але таке оточення бульбашки було, то сильно не замислювалась. На щастя, навчалась в українській школі, дякую батькам, що про російську мовну школу навіть не думали. Тому українську знала,*

*і коли до мене на українській в Києві, Львові, Карпатах і так далі. звертались – відповідала тормознуто, але українською.*

Авторка одразу на початку вказує свою ідентичність, демонструючи свій зв'язок з українською ідентичністю та громадою, що підкреслює її позитивну емоційну цінність та близькі стосунки для інших як цінне «Я». Таким чином авторка підсилює ефект «своєї людини» для аудиторії. Прямо вказуючи свою ідентичність, авторка скорочує психологічну дистанцію з потенційною аудиторією, роблячи свої висловлювання більш ближчими чи переконливішими. Це підвищує привабливість образу авторки, дозволяючи читачам легше прийняти й зрозуміти інформацію, яку авторка прагне донести.

2. Тактика «демонстрація досвіду» реалізується мовцем через опис мовним суб'єктом деяких репрезентативних ситуацій або подій, які пов'язані з ним. Під час опису досвіду мовний суб'єкт зазвичай використовує мовні засоби для підкреслення своїх рис, здібностей, ставлення, цінностей або позиції, дозволяючи адресату скласти судження про авторитетність, легітимність мовного суб'єкта та його певні твердження. У процесі опису або розповіді про досвід мовний суб'єкт часто висвітлює певний аспект з конкретної перспективи, який він бажає показати:

*Київ, 23 роки. Я повернулася до рідної мови у новорічну ніч. Не від протесту, а від усвідомлення любові до рідної культури та нації. До рідної повернулись також дві мої подруги, моя мама та вітчим, мій дідусь, дядько з тіткою, а також мій партнер, який родом зі сходу і з дитинства розмовляв лише російською. Зросійщеність виліковна!*

У цьому коментарі авторка через опис досвіду повернення до рідної мови підкреслює свою ідентичність із українською нацією та культурою. Вона ототожнює себе з «рідною мовою», що показує, що в неї є вагомі підстави для повернення до цієї мови, створюючи образ мотивованого «Я». Також авторка згадує інших людей у своєму близькому оточенні – партнера, родичів та друзів – які зробили аналогічний вибір. Це не тільки демонструє, що її особисте перетворення не є ізольованим випадком, але й є явищем, яке поширене в ширшій соціальній групі. Такий колективний досвід надає вагомі підстави для обґрунтування її особистого вибору. Впровадження тактики «демонстрація досвіду» не лише закріплює обґрунтованість особистого переходу авторки, але й ефективно посилює заклик, виражений у кінці тексту.

3. Тактика «демонстрація цінностей і переконань» – це тактика, за якої люди представляють свій ідеальний образ, прямо висловлюючи свої основні цінності чи переконання. Тактика демонстрації цінностей і переконань часто зустрічається в дискурсі про мовні питання. Завдяки їй можна чітко відобразити позицію адресанта з мовних питань, що дозволяє аудиторії зрозуміти й оцінити образ адресанта.

*Я відмовилась від усіх «російськомовних» рідних і друзів. Про це я їм особисто сказала. Я їх приїму назад, тільки якщо вони забудуть російську мову назавжди. Для мене українська мова, українське оточення, український контент важливіше всього! Мені завжди боліло, а зараз біль лише загострився. Бажаю вам, щоб цей фільм подивився увесь український народ!*

У цьому коментарі авторка через використання наголосних, абсолютних та суб'єктивних виразів, таких як «особисто», «усіх», «тільки», «важливіше всього», безпосередньо демонструє свої переконання та цінності. Це ефективно

показує її ставлення до мовного питання: рішуча проукраїнська та антиросійська позиція. Заявляючи про своє рішення відійти від російськомовних родичів і друзів і прямо висловлюючи своє ставлення до української мови, авторка представляє себе як людину з вагомими підставами та рішучістю реалізувати свої рішення, будуючи образ мотивованого «Я» та амбітного «Я».

4. Тактика «демонстрація оцінки інших» є поширеною та важливою тактикою самопрезентації. Ця тактика спрямована на формування свого ідеального образу та посилення власного впливу та авторитету шляхом цитування оцінок інших. Мета полягає в тому, щоб довести правильність і бажаність власної позиції чи ролі, щоб отримати визнання чи підтримку зовнішнього світу.

*Я вчилася в Києві в 1973–1977 роках і говорила на українській мові. І ніхто мені не казав нічого поганого, а навіть запитували, де я вчилася так розмовляти... Велика дяка вчительці української мови та літератури Черній Марії Іванівні... Є Україна – є мова українська! Все!!!*

У цьому коментарі авторка наводить позитивні оцінки від інших, представляючи образ здібного «Я» та цінного «Я». У «і ніхто мені не казав нічого поганого» зазначилось, що тоді ніхто не робив негативних коментарів про її знання української мови, у «а навіть запитували, де я вчилася так розмовляти» згадалося, що інші робили позитивні коментарі щодо її володіння мовою, і думали, що «так говорити» є результатом навчання. У процесі формування образу «Я» авторка висвітлює власну позитивну емоційну цінність і демонструє образ користувача українською мовою, посилюючись на позитивну оцінку її україномовності іншими людьми, уникаючи самохвальства. Це підвищує достовірність і провокаційність власних її поглядів у кінці коментаря.

5. Тактика «демонстрація зусилля». Ця тактика полягає у свідомому наголошенні на власних зусиллях і праці, щоб продемонструвати позитивні риси характеру, створити образ старанної та цілеспрямованої людини, а отже здобути схвалення, підтримку та прихильність оточення.

*Перейшла на українську після 2014 року. Але вийшло дуже підсвідомо. Бо в моєму місті мешканці говорили суржиком. Переважно російським. А я вирішила, що треба, щоб мова була чиста, без російських слів. На початку справді було важко, кожне слово перекладала. Почала з повідомлень. Писала виключно українською. Так і вдосконалила. Правильне було тоді рішення.*

Наголошуючи на власних зусиллях щодо вивчення української мови, авторка створює образ здібного «я», який нарешті оволодів українською мовою. У своєму коментарі авторка вказала на труднощі, з якими вона зіткнулася в процесі переходу на українську, наприклад: «...бо в моєму місці мешканці говорили суржиком», «...на початку справді було важко, кожне слово перекладала». Вказуючи на ці труднощі, авторка продемонструвала, наскільки цей процес був для неї складним, та підкреслила зусилля, які вона доклала, щоб поступово оволодіти українською мовою. Позитивний демонстраційний ефект, створений тактикою «демонстрація зусилля» не лише може допомагати мовцю отримати позитивний імідж, але й надихає та впливає на інших, спонукає людей ставитися до мовної трансформації оптимістичніше та всебічно, а також долучатися до вивчення української мови.

6. Тактика «демонстрація узгодженості» стосується встановлення послідовних і гармонійних стосунків із конкретною групою чи організацією шляхом висловлення підтримки певної політики, групи чи пропозиції, або огиди та опозиції протилежній групі, щоб підвищити довіру до пропозиції та її вплив і отримати політичну, ресурсну та емоційну підтримку.

*Дякую за відео, українську треба відроджувати!... Я сама російськомовна, так склалося, але ось намагаюсь розмовляти українською, активно працюю у цьому напрямку) Але все ж вважаю важливим сказати свої відчуття від кількох моментів у відео...Ці мої відчуття ніяк не пов'язані з моїм відношенням до української мови, яку я дуже підтримую і хочу, щоб якомога більше людей на неї перейшло! Звісно, не всі зможуть це зробити одразу, бо це важко само по собі, а це й у війну посеред бомбардувань, вбивств та окупації, але я впевнена, що більшість дійде до цього у свій час, потрібна тільки підтримка! Слава Україні!*

Головна мета авторки – переконати аудиторію, що деякі сюжетні лінії у фільмі є упередженими та необ'єктивними. Керуючись цим наміром, авторка використовує тактику «демонстрація узгодженості», в процесі якої вона підкреслює свої мотиви вивчення української мови і зазначає, що вона докладає зусиль для її вивчення, а також неодноразово демонструє свою підтримку української мови («Ці мої відчуття ніяк не пов'язані з моїм відношенням до української мови, яку я дуже підтримую і хочу...!»), «Слава Україні!»). Через ці висловлювання авторка конструює образ цінного «Я» та мотивованого «Я», а конструювання цих образів, безсумнівно, в певній мірі сприяє уникненню критики або отриманню визнання та підтримки своєї позиції та поглядів від українськомовної спільноти.

**Висновки.** Аналізуючи стратегії самопрезентації, які застосовувалися під час обговорення мовних питань, ми бачимо, що учасники використовували в цьому процесі різноманітні тактики, щоб активно формувати власний образ і впливати на їх сприйняття іншими. Образи, що формувалися, включали в себе передусім: мотивоване «Я», амбітне «Я», здібне «Я», натхненне «Я» та цінне «Я». Під час формування згаданих образів часто використовувалися такі прийоми: 1) демонстрація ідентичності, 2) демонстрація досвіду, 3) демонстрація цінностей і переконань, 4) демонстрація оцінки інших, 5) демонстрація зусилля, 6) демонстрація узгодженості. Використання цих тактик сприяє створенню ідеального соціального враження та досягнення мети переконання адресата.

#### *Література:*

- Goffman E. The presentation of self in everyday life. Garden City, NY: Doubleday, 1959. 259 p.
- James W. The principles of psychology. New York: Holt, 1890. 689 p.
- Mead G.H. Mind, Self and Society. Chicago: The University of Chicago Press, 1934. 401 p.
- Reisigl M., Wodak R. Discourse and discrimination: Rhetorics of racism and antisemitism. London: Routledge, 2001. 256 p.
- Burns R. Self-concept development and education. London: Holt, Rinehart and Winston, 1982. 317 p.
- Чигирин Т.О. Самопрезентація: визначення, види, стратегії, техніки // Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка Національної АПН України. Проблеми загальної та педагогічної психології. 2012. Т. 24, ч. 5. С. 245–253.
- Tedeschi J.T., Melburg V. Impression Management and Influence in the Organization // Research in the Sociology of Organizations. 1984. С. 31–58.
- Kim J., Lee J.R. The Facebook Paths to Happiness: Effects of the Number of Facebook Friends and Self-Presentation on Subjective Well-Being // Cyberpsychology Behavior and Social Networking. 2011. Т. 14. С. 359–364.
- Jones E.E., Pittman T.S. Toward a general theory of strategic self-presentation // Psychological perspectives on the self. 1982. Vol. 1, № 1. С. 231–262.
- Lee S.-J., Quigley B.M., Nesler M.S., Corbett A.B., Tedeschi J.T. Development of a Self-Presentation Tactics Scale // Personality & Individual Differences. 1999. Vol. 26. С. 701–722.
- Швелідзе Л. Д. Стратегія самопрезентації в комунікативній поведінці україномовних та англійськомовних користувачів соціальних мереж // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. 2021. № 52, Т. 2. С. 20–23.
- Baumeister R.F., Jones E.E. When Self-Presentation Is Constrained by the Target's Knowledge: Consistency and Compensation // Journal of Personality and Social Psychology. 1978. Т. 36. С. 608–618.
- Саніна Т.О. Дослідження національної та етнічної ідентичності: теоретичний огляд // Наукові записки НаУКМА: Соціологічні науки. 2005. Т. 46. С. 22–27.

#### **Gao Jingsi. The strategy and tactics of self-presentation in the ukrainian discourse on the language issue**

**Summary.** Since E. Goffman proposed the concept of self-presentation, research on this notion has significantly developed and is often employed to explain interpersonal interaction in real life. In discourse studies related to self-presentation, three important directions are identified: the study of self-presentation in political discourse, the study of self-presentation in everyday life, and the study of self-presentation in social networks. In particular, long-term and multi-vector research on self-presentation in political discourse and everyday life has already yielded significant scientific results. In this article, we focus on analyzing self-presentation texts in social networks from the perspective of discursive strategy, considering self-presentation as a macro-planning process through which the speaker aims to achieve specific communicative and persuasive goals by consciously constructing discourse. Taking into account the high degree of interconnection between the concept of self-presentation and the self-concept, this article analyzes research on the cognitive and psychological aspects of self-concept, as well as the psychological functions of self-concept, to determine the content and objectives that self-presentation behavior aims to achieve. Specifically, research on the «I» and the «Me» allows us to systematically examine the content conveyed in self-presentation discourse, while the study of the psychological functions of self-concept explains the goals that a speaker strives to achieve through self-presentation. In this article, an analysis of the self-presentation strategy is conducted within the pro-Ukrainian surrounding discourse based on a sample of comments on the film «The Nightingale Sings». The motivations and tactics of using self-presentation strategies in internet users' speech within the context of remote communication on language issue are identified. By summarizing the self-presentation strategies proposed by scientists, we generalized the main goals of a speaker's self-presentation as constructing images of a motivated Self, an ambitious Self, a capable Self, an inspired Self, and a valuable Self. The specific plans to achieve these goals, i.e., the primary tactics of self-presentation, mainly include demonstrating

identity, demonstrating experience, demonstrating values and beliefs, demonstrating appreciation of others, demonstrating effort, and demonstrating consistency. In this article, we explained each tactic based on specific examples

and clarified the dialectical relationship between tactics and motivations.

**Key words:** self-presentation, discursive strategy, discursive tactic, surrounding discourse, pro-Ukrainian discourse, social networks.

*Kim L. A.,  
PhD, Maître de conférences,  
maître de conférences de la chaire des langues romano-germaniques  
Université nationale Oles Hontchar  
de Dnipro*

## STATUT DE L'ARGOT DANS LE FRANÇAIS MODERNE ET SON CARACTÈRE ANTHROPOCENTRIQUE

**Résumé.** Cet article présente un fragment d'une étude approfondie des moyens argotiques et phraséologiques de transmission des caractéristiques humaines. Cette dernière a été réalisée en tenant compte des réalisations de la science linguistique moderne, sur la base des conclusions et des principales dispositions des linguistes nationaux et étrangers sur les questions étudiées. L'objet de l'étude sont les unités phraséologiques argotiques françaises, contenant dans leur sémantique les caractéristiques d'une personne. La particularité de la caractérisation phraséologique d'une personne consiste en ce qu'elle met l'accent sur toute une série de caractéristiques appropriées à une personne et est utilisée comme le moyen le plus "économique" d'une telle caractérisation. Après tout, les unités phraséologiques sont un ensemble d'informations culturelles et permettent de dire beaucoup de choses, en économisant les moyens linguistiques, en pénétrant dans les profondeurs de l'esprit et de la culture du peuple. De plus, étant incluse dans la sphère des caractéristiques humaines, la signification phraséologique augmente son potentiel expressif. Le sujet de la recherche sont les caractéristiques structurelles, sémantiques et thématiques des unités en question. La nouveauté scientifique de cet article réside dans le fait que, sur la base du matériel de l'argot français, nous avons analysé des moyens phraséologiques de transmission des caractéristiques d'apparence, des caractéristiques intellectuelles, des traits de personnalité individuels, du statut social, de l'état émotionnel-psychologique, physiologique et physique d'une personne. Lors de l'examen des caractéristiques structurelles, grammaticales et sémantiques des unités analysées, ainsi que pour déterminer les spécificités de la symbolisation linguistique de l'argot nous avons utilisé la méthode d'analyse des composants et l'analyse des définitions du dictionnaire. Notre étude analyse des unités phraséologiques argotiques françaises contenant dans leur sémantique des caractéristiques d'une personne, qui ont été sélectionnées à partir des dictionnaires suivants : Merle M. Nouveau dictionnaire de la langue verte : le français argotique et familier au XXI<sup>e</sup> siècle (2007) ; Caradec F. Dictionnaire du français argotique et populaire (2006) ; Rey A., Chantreau S. Dictionnaire des expressions et locutions (2003) ; Colin J.-P., Mével J.-P., Leclère Ch. Dictionnaire de l'argot moderne et de ses origines (2002).

**Mots-clés:** argo, langue vernaculaire, anthropolinguistique, phraséologisme, sémantique.

**Problématique.** La linguistique moderne repose sur les idées de représentation anthropocentrique de la réalité, associées à la compréhension des catégories fondamentales de l'anthropolinguistique, parmi lesquelles le rôle dominant est donné au concept d'"Homme". Grâce à la représentation phraséologique du concept "Homme" s'exprime le dominant sensoriel-figuratif

de toute image ethno-linguistique du monde, le système des significations de la vie les plus importantes formées par l'une ou l'autre communauté socioculturelle. L'un des moyens puissants de transmission des caractéristiques émotionnelles et expressives des objets de la réalité sont précisément les unités phraséologiques argotiques dues à la spécificité de l'argot. L'argot est un phénomène intéressant pour la recherche linguistique complexe et globale, car c'est le "laboratoire" dans lequel tous les processus caractéristiques du langage naturel, non limités par la pression de la norme, se produisent plusieurs fois plus rapidement et sont accessibles à l'observation directe. L'argot agit comme une source constante de réapprovisionnement du fonds expressif de la partie littéraire du dictionnaire français moderne. Le fonds phraséologique, en tant que partie la moins étudiée de l'argot français, présente un intérêt particulier pour étudier la dynamique du développement de la partie non littéraire de la langue, dont l'étude est d'une grande importance pour comprendre les tendances et le développement de la langue littéraire. Malgré des études intensives, le problème de la convergence de la langue littéraire écrite et de l'argot continue de rester l'un des problèmes peu étudiés, intéressants et complexes de la linguistique moderne. En outre, une étude approfondie des moyens argotiques et phraséologiques français pour transmettre les caractéristiques humaines présente un intérêt particulier.

**Lien avec des recherches précédentes.** Cette étude a été réalisée en tenant compte des réalisations de la science linguistique moderne, sur la base des conclusions et des principales idées des linguistes nationaux et étrangers sur les questions étudiées. Le registre familier est un phénomène universel et il est étudié dans les travaux de scientifiques tels que Hi Bauche (1951), A. Le Breton (1975), L.-J. Calvet (1999), A. Dauzat (1946), A. Doillon (1993), S. Duneton (1998), D. François-Geiger (1991), F. Gadet (1992), P. Guiraud (1956), P. Enckell (1981), P. Merle (1990 ; 1997), F. Ruymen (1999), Sauvageot (1978), M. Schwöb (1989), M. Sourdou (2002), etc. La plupart des chercheurs dont les activités sont liées aux études du registre familier examinent le problème des caractéristiques humaines par des moyens linguistiques. Le dernier temps, des travaux des linguistes nationaux et étrangers consacrés aux éléments non normatifs du langage, qui comprennent les dialectes sociaux et territoriaux, les jargons sociaux et professionnels, les mots et expressions vulgaires, les patois, les unités familiales, argotiques et injectives, ont commencé à apparaître de plus en plus. Dans le même temps, les éléments familiaux, et argotiques de la langue sont unis par le concept d'"unités inférieures". Ce sont ces éléments qui tendent à pénétrer de plus en plus dans la langue. Les unités du registre familier de la langue française (le français familier) comptent parmi les unités linguistiques les moins réduites.

Le registre familier est considéré comme une variété du français parlé (la langue parlée), utilisée de manière informelle dans presque toutes les couches de la société [1], [2]. Le français vernaculaire (le français populaire) est traditionnellement compris comme la langue de la partie de la société insuffisamment instruite. Les locuteurs de la langue vernaculaire française se caractérisent ainsi : par profession, ils sont ouvriers ou personnes ayant un statut social égal à celui des ouvriers, ont un faible niveau d'éducation, vivent en ville, ont de faibles revenus et occupent des postes bas [3, c. 24]. La langue vernaculaire moderne a perdu cette fonctionnalité. De nos jours, on peut même observer l'utilisation délibérée des mots familiers, des expressions et des constructions syntaxiques par des personnes instruites. On constate une tendance notable à brouiller les frontières entre le registre familier et la langue vernaculaire [1], [3]. Le vocabulaire vernaculaire moderne et familier forme le français que le Français moyen parle à la maison, au travail et en vacances, mais qui reste inapproprié dans certaines situations de communication. "La langue française de demain sera très différente du français d'aujourd'hui, elle sera plus belle, plus riche et plus sonore, la naissance d'une telle langue sera donnée justement par le vocabulaire vernaculaire moderne, qui est la vraie langue française" [1, c. 30]. L'argot français en tant que phénomène linguistique a subi un certain nombre de changements importants depuis sa création jusqu'à nos jours : son statut dans le système linguistique a changé, son rôle et ses fonctions dans la langue ont évolué.

L'argot est apparu au Moyen Âge comme dialecte social, comme langue secrète du monde criminel. Ainsi, dans le fond, l'argot est le langage des éléments antisociaux, criminels et déclassés de la société (groupes criminels, gangsters, mafieux, voleurs, prisonniers, clochards, mendiants, sans-abri, prostituées, etc.) et représente un langage instable supra-territorial, irrégulier, un système fermé. L'argot moderne est compris comme un ensemble d'unités inférieures spécifiques, particulièrement maîtrisées, qui sont des éléments naturels et légitimes du discours français vivant et non officiel et qui sont largement utilisées. Actuellement, des éléments d'argot sont utilisés dans leur discours par des représentants de diverses couches sociales de France. Comme le souligne L.-J. Calvet, l'argot français moderne est un lexique d'origine argotique, qui est utilisé à la radio et à la télévision, dans la publicité, dans la littérature, devenant ainsi de plus en plus répandu. L'argot est étudié par des linguistes, inscrit dans des dictionnaires, constamment mis à jour et modifié, influencé par la mode [4, c. 32].

**Objectif de l'étude.** La dernière décennie du XX<sup>e</sup> siècle a été marquée par la reconnaissance du fait que le phénomène humain peut être compris non seulement à travers l'art, les sciences humaines et naturelles, mais aussi à travers le langage. À cet égard, il existe un intérêt accru pour l'étude des moyens lexicaux et phraséologiques du langage utilisés pour transmettre les caractéristiques humaines, c'est-à-dire à l'étude de la langue du point de vue du "reflet" d'une personne qui s'y trouve. Un élément problématique de nombreuses études est l'établissement des avantages des caractéristiques phraséologiques d'une personne par rapport aux caractéristiques lexicales.

**Présentation de l'étude menée.** Aujourd'hui, l'argot est l'une des principales sources de réapprovisionnement de la langue écrite et littéraire. Le processus de pénétration des argotismes dans les couches familiales et vernaculaires limitrophes de l'argot, puis dans la langue littéraire écrite, conduit au fait qu'il est difficile d'établir des frontières strictement définies entre les registres familiers,

vernaculaires et argotiques. Il existe donc souvent une divergence entre les marquages de nombreux mots et expressions inférieurs dans diverses sources lexicographiques françaises. Les unités de langue écrite et littéraire, à leur tour, participent activement à la reconstitution du fonds argotique. Sous réserve de modifications en termes d'expression ou de contenu, ils acquièrent souvent un nouveau sens, enregistré dans les dictionnaires comme argotique, familier ou patois. Ainsi, l'argot et le langage littéraire écrit sont en constante interpénétration.

Les linguistes travaillant sur des matériaux issus de la langue française ont des opinions très différentes concernant la diffusion croissante des unités argotiques. Par exemple, D. François-Geiger n'a pas une vision claire de l'argot comme phénomène positif ou négatif du langage. Le scientifique, notant que l'un des buts de l'argot est la fonction de dissimulation du sens, de masquage d'un message, lui attribue en même temps des caractéristiques telles que l'intimité, la familiarité, considérant l'argot comme un "outil" à l'aide duquel on charme et séduit [5, c. 199]. Les scientifiques qui s'opposent à l'utilisation de l'argot dans le discours sont classés comme puristes. Ils luttent pour la pureté de la langue et appellent au strict respect de la norme. Cependant, la majorité des scientifiques A. Boudard, P. Guiraud, A. Rigaud et autres partagent l'opinion des laxistes, qui ont des vues libérales sur le développement du langage et estiment qu'il ne faut pas résister à tout ce qui est nouveau dans la langue, car ce qui ne va pas du point de vue d'aujourd'hui peut devenir la norme demain. Les linguistes partageant des points de vue similaires soulignent de divers aspects positifs de l'argot. Ainsi, A. Boudard attire l'attention sur le fait que des éléments argotiques enrichissent sensiblement la parole, la rendant plus lumineuse, plus riche et plus expressive [6]. Ceci est principalement dû au fait que l'argot est essentiellement un vocabulaire métaphorique [7] et, dans une certaine mesure, un vocabulaire poétique [8]. Dernièrement, l'argot est de plus en plus considéré comme une partie organique du système linguistique, comme un élément nécessaire à une langue vivante et naturelle pour son développement normal. Nous pensons que l'argot peut être considéré comme un aspect positif dans l'acte de communication si son utilisation est appropriée, s'il est utilisé dans un cadre détendu et informel et esthétiquement motivé. Il existe deux grands groupes de raisons à cette utilisation des éléments argotiques de plus en plus fréquente dans le discours français : les raisons externes (extralinguistiques) et proprement linguistiques (intralinguistiques). Les principales raisons extralinguistiques incluent tout d'abord une baisse du niveau général d'éducation de la population française. La société est divisée en personnes instruites, en personnes ayant un niveau d'éducation moyen et en personnes peu alphabétisées. La présence de différents styles dans le système linguistique – du style poétique et sublime au plus inférieur et grossier – indique que ce paradigme social existe parallèlement au paradigme linguistique. Les membres de l'une ou l'autre couche de la société sélectionnent un registre de langage adapté à leur niveau pour exprimer leurs pensées. La diffusion d'unités argotiques est également favorisée par la politique des médias. La norme n'est plus transmise par les enseignants et encore moins dictée par le Dictionnaire de l'Académie Française, mais est établie par la télévision. Au cours des dernières décennies, dans les conditions sociales changeantes de la France moderne, les formes de discours littéraires et livresques ont commencé à perdre de leur prestige et, dans certaines sphères de communication, elles



sont perçues négativement. Il y a une réorientation du discours conversationnel vers un nouveau modèle d'évaluation, dans la promotion duquel les stéréotypes de valeurs socio-psychologiques ont joué un rôle important. Cependant, la raison de l'activité et de la mobilité croissantes des unités argotiques en termes de pénétration dans la langue littéraire écrite doit encore être recherchée dans des facteurs intralinguistiques, dans la nature même des unités argotiques, dans leur forme interne et leur potentiel pragmatique. Par exemple, les unités argotiques se distinguent par une plus grande expressivité par rapport aux éléments du langage littéraire écrit. De nombreux argotismes sont des unités neutres au sens repensé. Afin de déterminer les avantages et les caractéristiques intralinguistiques de l'argot, sa thématique est mise à l'honneur. Au fur et à mesure que l'argot évoluait, grâce à la polysémie, à la reconstitution du fonds argotique avec de nouvelles unités abaissées et à l'interaction de trois registres bas, son sujet s'est sensiblement élargi et les unités argotiques ont commencé à être utilisées pour refléter de divers phénomènes de la vie quotidienne. Ainsi, si auparavant le vocabulaire argotique français identifiait uniquement des thèmes tels que "l'argot", "les organes génitaux", "la femme", "la prostitution", "les homosexuels", "la drogue", "les boissons alcoolisées", "le tabac", aujourd'hui, l'argot moderne a une portée thématique plus large. Sans faire de distinction entre les éléments argotiques, vernaculaires et familiers, on peut définir les principaux thèmes argotiques suivants : "caractéristiques des phénomènes et des situations", "personne, caractéristiques de ses propriétés et qualités", "travail, profession", "objets du quotidien" et quatre sphères qui reflètent les argotismes : la sphère quotidienne, la sphère émotionnelle, la sphère socio-étatique et la sphère intellectuelle. Dans l'argot moderne, les blocs thématiques les plus importants sont ceux liés non pas à des domaines très spécialisés (meurtre, violence, etc.), mais à des concepts universels, universellement significatifs (tels que les besoins physiologiques : manger, boire, etc.; les relations entre hommes et femmes ; statut social). Les argotismes aident à évaluer de divers objets de la réalité environnante, types de personnalité, activités humaines, contacts sociaux et de différentes situations. Cependant, la matière de l'argot reste restreinte par rapport aux domaines reflétés par la couche écrite et littéraire de la langue. L'argot se caractérise par un haut degré d'anthropocentricité. L'un des domaines prioritaires est la nomination et les caractéristiques d'une personne, mises en œuvre dans la vie quotidienne, sphères sociales, émotionnelles et intellectuelles. La majeure partie des unités argotiques qui composent ces blocs thématiques servent à transmettre des caractéristiques de qualités, de comportement, l'état d'une personne, les relations entre les personnes, c'est-à-dire ce qui est le plus important pour une personne dans la vie de tous les jours.

L'une des fonctions principales de l'argot français moderne est la fonction expressive, également appelée fonction émotionnelle-expressive et émotionnelle-évaluative, combinant des fonctions expressives-subjectives et cognitives-subjectives. L.-J. Calvet attribue aux argotismes pénétrant dans de divers styles de langage standardisé le rôle des néologismes expressifs [4]. La présence des moyens expressifs et émotionnels dans l'argot, reconnue par de nombreux chercheurs, contredit l'idée traditionnelle selon laquelle il s'agit d'un système nominatif majoritairement fermé. L'argot français moderne a également plusieurs fonctions auxiliaires. L'une de ces fonctions est ludique, "carnavalesque", c'est-à-dire fonction, "comics", qui repose sur un jeu de mots. Argo a également une

fonction dite attractive, car les argotismes sont souvent utilisés pour attirer l'attention. Certains linguistes soulignent la fonction représentative, car l'argot se distingue par son originalité dans la désignation des objets et des phénomènes triviaux, donc l'utilisation d'argotismes dans le discours permet à une personne de "se démarquer", d'être appréciée et de s'affirmer. L'usage de l'argot dans le discours est parfois considéré comme une manifestation de snobisme. D. François-Geiger distingue dans l'argot français la fonction de modernisation car les argotismes sont reconnus comme des éléments constitutifs de la langue française "à la mode", et, par conséquent, leur utilisation dans le discours est un marqueur du suivi de la mode, et la fonction de stylisation, d'intimisation de la situation de communication, qui consiste à souligner consciemment des relations étroites et amicales entre interlocuteurs utilisant argot dans le discours. D. François-Geiger pointe également la fonction poétique du lexique argotique [5]. Certains scientifiques mettent en évidence la fonction caractérologique dominante dans les unités phraséologiques argotiques. La fonction caractérologique des unités phraséologiques de l'argot signifie que la grande majorité des unités phraséologiques de l'argot français se concentrent sur la transmission des caractéristiques d'une personne. Grâce à cette fonction, les unités phraséologiques argotiques tendent à être si largement diffusées dans les médias, et, par conséquent, à se consolider dans le français littéraire écrit. Du fait que la fonction principale du langage médiatique est de normaliser le français générale à tous ses niveaux, l'argot participe directement à la formation des normes, au développement et à l'actualisation de la langue française moderne.

**Conclusion et perspectives des recherches ultérieures.** Ainsi, on peut raisonnablement revendiquer la réhabilitation sociolinguistique de l'argot et l'augmentation de son statut dans l'esprit des Français. L'argot français moderne est un conglomerat de registres argotiques, vernaculaires et familiers. L'argot est une variété de formes d'existence linguistique, l'utilisation des unités lexicales et phraséologiques argotiques est toujours secondaire et facultative, elle dépend de la situation de communication, des intentions spécifiques des locuteurs, et non de leur appartenance sociale. L'usage croissant des unités basses est qualifié de phénomène naturel et régulier nécessaire à une langue vivante pour son développement normal. Cela est principalement dû au manque de moyens d'expression expressifs-évaluatifs, émotionnels-expressifs et caractérologiques dans la langue littéraire dont dispose l'argot. De plus, l'argot, étant un vocabulaire à prédominance métaphorique, remplit les fonctions ludiques, attractives, représentatives, poétiques, de modernisation, de stylisation et d'intimisation nécessaires à une langue vivante. La fonction dominante de l'argot français moderne, en particulier des unités phraséologiques argotiques, est la fonction caractérologique.

#### Références bibliographiques:

1. Bauche H. Le langage populaire. Paris : Payot, 1951. 231 p.
2. Jouvenot Y. Le Français non standard. Paris, 2015. P. 56-60.
3. Gadet F. Le français populaire. *Que sais-je?* Paris : PUF, 1992. 128 p.
4. Calvet L.-J. L'argot. *Que sais-je?* Paris : PUF, 1999. 127 p.
5. François-Geiger D. Panorama des argots contemporains. *Langue française. Parlures argotiques*. Paris, 1991. № 90. P. 5-9.
6. Boudard A. Dictionnaire de l'argot français et de ses origines. Paris: Larousse, 2002. 903 p.
7. Rigaud A. La langue populaire. *Vie et langage*. 1971. № 233. 144 p.
8. Guiraud P. L'argot. *Que sais-je?* Paris: PUF, 1956. 128 p.

**Kim L. The status of slang in modern French and its anthropocentric nature**

**Summary.** This article presents a fragment of an in-depth study on slang and phraseological means of conveying human characteristics. The study was carried out with consideration of the achievements of modern linguistic science, based on the conclusions and key positions of both domestic and foreign linguists regarding the issues under investigation. The subject of the study is French slang phraseological units that contain, within their semantics, characteristics of a person. The distinctive feature of phraseological characterization of a person is that it emphasizes a whole range of characteristics inherent to a person and serves as the most “economical” means of such characterization. After all, phraseological units are a set of cultural information and allow one to say a great deal, saving linguistic resources, while penetrating into the depths of the spirit and culture of the people. Furthermore, when included in the realm of human characteristics, phraseological meaning enhances its expressive potential. The study focuses on the structural, semantic, and thematic features of the examined units. The scientific novelty of this article lies in the fact that, based on French slang material, we have analyzed phraseological means of conveying characteristics of appearance, intellectual traits, individual personality features, social status, and emotional-psychological, physiological, and physical states of a person. In examining the structural, grammatical, and semantic characteristics of the analyzed units, as well as determining the specificities of linguistic symbolism in slang, we employed componential analysis and dictionary definition analysis. Our study analyzes French slang phraseological units containing characteristics of a person, which were selected from the following dictionaries: Merle M. *New dictionary of the green language: slang and colloquial French in the XXI century* (2007); Caradec F. *Dictionary of slang and popular French* (2006); Rey A., Chantreau S. *Dictionary of expressions and locutions* (2003); Colin J.-P., Mével J.-P., Leclère Ch. *Dictionary of modern slang and its origins* (2002).

**Keywords:** slang, vernacular language, anthropolinguistics, phraseology, semantics.

**Кім Л. Статус сленгу в сучасній французькій мові та його антропоцентрична природа**

**Анотація.** У цій статті ми представили фрагмент детального вивчення засобів передачі людських характеристик за допомогою сленгу та фразеології. Дослідження проводилося з урахуванням досягнень сучасної лінгвістичної науки на основі висновків і основних положень вітчизняних та зарубіжних вчених з даної проблематики. Об'єктом дослідження є французькі сленгові слова та виразні одиниці, які включають в себе характеристики людини. Особливістю фразеологічної характеристики є те, що вона підкреслює цілий спектр властивих людині ознак і використовується як найбільш «економний» спосіб такої характеристики. Адже фразеологізми є сукупністю культурної інформації, яка може багато про що сказати, економлячи мовні засоби, проникаючи в глибини духу та культури народу. Крім того, будучи включеним до сфери характеристик людини, фразеологічне значення підвищує свій експресивний потенціал. Предметом дослідження є структурно-семантичні та тематичні характеристики розглянутих одиниць. Наукова новизна статті полягає в тому, що на матеріалі французького сленгу були проаналізовані виразні засоби, що передають особливості зовнішності, інтелектуальні та індивідуально-особистісні риси, соціальний статус, емоційно-психологічний, фізіологічний та фізичний стан людини. При аналізі структурних, граматичних та семантичних характеристик досліджуваних одиниць, а також для визначення специфіки мовної символізації сленгу, використано метод компонентного аналізу та аналіз словникових дефініцій. У нашому дослідженні ми аналізуємо французькі жаргонні слова та виразні одиниці, семантика яких містить людські риси, відібрані з наступних словників: Мерл М. *Новий словник зеленої мови: сленг і розмовна французька мова в XXI столітті* (2007); Карадек Ф. *Словник сленгу та популярної французької мови* (2006); Рей А., Шантро С. *Словник виразів та фраз* (2003); Колін Ж.-П., Мевель Ж.-П., Леклер Ш. *Словник сучасного сленгу та його витоків* (2002).

**Ключові слова:** сленг, просторічна мова, антропологінгвістика, фразеологія, семантика.

*Ковалів С.-М. В.,  
кандидат філологічних наук,  
старший викладач катедри української мови  
Національного університету «Львівська політехніка»  
<https://orcid.org/0009-0009-6454-5580>*

## ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ СВОБОДА У ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВАХ ВІКТОРА ЮЩЕНКА

**Анотація.** У запропонованому дослідженні проаналізовано проблеми особливостей вербалізації концепту свобода у політичному дискурсі на матеріалі промов третього Президента України Віктора Ющенка. Закцентовано на тому, що комунікація політика втілюється шляхом мовностилістичних властивостей політичної риторики, а також безпосередньо через засоби відображення ментального світу індивіда у мові. З огляду на те, що свобода в системі цінностей українців займає найвищий щабель і належить до основ політичного дискурсу, підкреслюємо, що цей концепт є основоположним. Мета цієї розвідки полягає у встановленні лексичних засобів вербалізації концепту «свобода» у дискурсі промов та політичних текстів третього Президента України Віктора Ющенка. Реалізації цієї мети передбачає формування певних завдань: 1) дослідити головні теоретичні ознаки політичного дискурсу; 2) виявити засоби вербалізації концепту.

Актуальність роботи зумовлена пріоритетністю свободи, як «ключової категорії ціннісного виміру людського буття, найвищої та абсолютної цінності».

У розвідці окреслено поняття політичного дискурсу як одного із ключових категорій політичної лінгвістики. Підкреслено важливість цього поняття, оскільки предметом його вивчення є політико-мовні відносини. Окреслено низку теоретичних підходів до вивчення цього явища. Наголошено на успішній публічній комунікації Президента. З огляду на відмінний рівень ораторської майстерності, високий інтелект та загальний освітній рівень здебільшого в тексти, написані фахівцями, втручався, адже, прагнучи до успішної публічної комунікації, хотів сформулювати власні думки у такому форматі, у якому вважав за потрібне. Оскільки сказане відіграє важливу роль і у зовнішній політиці держави, і у внутрішніх процесах. З'ясовано ядро концепту «свобода» у політичному дискурсі Віктора Ющенка та на базі слів-репрезентантів виявлено значення цього концепту.

**Ключові слова:** політичний дискурс, концепт, ядро, синонімічне розширення, вербалізація, свобода, публічні виступи.

**Постановка проблеми.** Зацікавлення феноменом політичного дискурсу щоразу посилюється, оскільки він перебуває під прискіпливим поглядом дослідників різних галузей наук: політологів, культурологів, соціологів, психологів, філологів. Як слушно зауважує А. Приходько, «політика є тією концепт-ідеєю, яка задає тип дискурсу і його профіль, із неї ж проростає весь ментально-інформаційний простір політичного дискурсу» [1, с. 244]. Увага до цього явища спричинила появу політичної лінгвістики. Адже саме на міждисциплінарному стику різних галузей, а найперше

політології (яка зосереджує увагу на ідеях та міркуваннях політиків, ціллю яких є політичне панування та увага виборців) і мовознавства (що концентрується на процесі формування політичної комунікації та стилю мовлення зазначених діячів), відбувається процес активної взаємодії. Ключовою методологічною проблемою політичної лінгвістики, яку можемо виокремити, є «досягнення концентрації зусиль політологів і лінгвістів, адже політична лінгвістика може активно розвиватись лише за умови, що в полі її зору постійно перебуватимуть не лише суто мовні проблеми, але й далеко ширші за своїм соціальним наповненням проблеми етнічності й національної ідентичності» [2, с. 65]. Політики у своїх промовах переслідують наміри озвучити власні розуміння навколишньої реальності та переконати виборців у їх правдивості та об'єктивності.

Оскільки в концептах ми знаходимо відображення мови та мислення, тож «політичному дискурсу характерний специфічний набір ключових концептів, які тлумачаться, як оперативно-змістові одиниці пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи та мови мозку, всієї картини світу, відбитої у людській психіці» [3, с. 169]. Однак відзначмо, що саме заглиблення у текст, пошуки у ньому смислів є головною засадничою умовою та прийомом дискурсивного аналізу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Оскільки мова є засобом впливу та маніпуляцій у комунікації між політичними діячами та виборцями, тому її дослідження є важливим аспектом на шляху до вивчення та розуміння політичного дискурсу. Відтак маніпулятивні стратегії, які політики застосовують у своїх зверненнях задля впливу на індивідуальну та колективну свідомість електорату, є предметом особливої уваги науковців.

Концептуальне поле сучасного політичного дискурсу досліджено у низці робіт вітчизняних та закордонних вчених. Це розвідки Е. Бенвеніста, О. Богомолова, Р. Водак, О. Зарецького, Д. Каліщук, В. Кулика, Н. Петлюченка, С. Романюк, К. Серажим, О. Селіванової, М. Фуко, Н. Шевчук, О. Шейгал.

Свобода є одним з найважливіших елементів, що входить до системи цінностей різних народів та культур, водночас вона є фундаментальною та засадничою категорією у концептуальній картині світу українців. Концепт свободи досліджували у своїх працях І. Голубовська, В. Жайворонок, В. Кононенко, Т. Нікішина, Ю. Письменна, О. Руденко, О. Яцкевич. Оскільки лінгвістичні дискусії навколо проблематики функціонування концептів у сучасному політичному дискурсі не вщухають та є недостатньо висвітленими, тож є потреба у подальшому вивченні цього мовознавчого напрямку.

**Виокремлення раніше не з'ясованих частин загальної проблеми.** В українській картині світу розуміння свободи здійснювалось одночасно із розвитком нації, держави та законотворчості. Зважаючи на послідовність історичних подій та їх вплив, економічні та політичні обставини, ми усвідомлюємо, що свобода є пріоритетною ціллю для українського народу й найважливішою цінністю, яку потрібно зберегти. В контексті поняття соціальної взаємодії концепт свободи неодноразово був об'єктом вивчення політичних та соціальних наук.

Нагомість з огляду на те, що однією з найважливіших універсалий у межах вивчення мовних явищ є взаємозв'язок мови й мислення, тому важливо підкреслити, що «мисленеві особливості етносу виступають своєрідним узагальнювальним, категоризувальним і концептуалізувальним «фільтром», який поступово окреслює архітектоніку мовної картини світу» [4, с. 416]. Ганна Вежбицька підкреслювала, що «поруч із величезним обсягом понять, специфічних для певної культури, існують також певні фундаментальні поняття, які лексикалізуються в усіх мовах світу... Мовні й культурні системи значною мірою відрізняються одна від одної, але існують семантичні й лексичні універсалиї, котрі вказують на спільну понятійну основу, на якій ґрунтується людська мова, мислення і культура» [5, с. 321–322].

Якщо розглядати концепт свободи в рамках мовної картини світу українців, то він перебуває в його епіцентрі. Тож важливо вивчити його у взаємозв'язку із поняттями національної ідентичності, громадянських та культурних цінностей.

Тож за допомогою когнітивно-дискурсивного підходу ми розглянемо концепт як ментальний елемент, який відтворює частину реальності та допомагає у класифікації об'єктів дійсності.

**Предметом** нашої розвідки є засоби вербалізації концепту «свобода» в україномовному політичному дискурсі, виокремлених із низки промов третього Президента України – Віктора Ющенка.

**Актуальність** дослідження зумовлена пріоритетністю свободи, як «ключової категорії ціннісного виміру людського буття, найвищої та абсолютної цінності» [6, с. 39].

**Мета** цієї розвідки полягає у встановленні лексичних засобів вербалізації концепту «свобода» у дискурсі промов та політичних текстів третього Президента України Віктора Ющенка. Це передбачає формування певних **цілей**, а саме:

– дослідити головні теоретичні ознаки політичного дискурсу;

– виявити засоби вербалізації концепту.

**Виклад основного матеріалу.** Одним із ключових понять політичної лінгвістики є політичний дискурс, предметом вивчення якого є політико-мовні відносини. З огляду на методологічну різноманітність немає одностайної термінології та єдиної основи у вивченні політичного дискурсу. Адже існує безліч інтерпретацій цього поняття. У дослідницькій базі щоразу з'являються нові теоретичні підходи до вивчення цього явища. Тому необхідно окреслити деякі з них:

На думку Л. Славової, політичний дискурс «може бути визначений як сукупність усіх мовленнєвих актів, а також правил публічної політики, які оформилися згідно з існуючими традиціями та отримали перевірку досвідом» [7, с. 67].

Ф. Бацевич вважає, що політичний дискурс – це «вид дискурсу, спрямований на майбутній контекст. Моделює інтереси

суспільства, тобто він формується авторами і «споживачами», оскільки їх очікування і бажання «вмонтовані» в ньому. Часто дискурсивні вміння політика важать більше, ніж його особистісні риси [8, с. 158].

Політичний дискурс – це конкретний вияв політичної комунікації, що передбачає актуалізацію політичного тексту в комунікативному акті взаємодії політичного суб'єкта (політика, політичної сили, влади) та об'єкта (аудиторії, електорату, виборця) [9, с. 12].

Оперуючи поняттям політичного дискурсу, К. Серажим вважав, що політичний дискурс – це «мовна практика, здійснена в політичному просторі (сукупність екстралінгвальних чинників, які впливають на формування політичного дискурсу)» [10, с. 177].

Г. Вусик та О. Антонюк апелюють до думки, що «політичний дискурс є багатоплановим явищем, основними компонентами якого є текст (в усній або письмовій формі), екстралінгвальний контекст (мета, обставини, ситуація, спосіб та час реалізації), наявність адресанта і адресата, які взаємодіють. Основною ознакою політичного дискурсу є його інституційність, а важливою рисою є його опосередкованість ЗМІ та засобами масової комунікації [11, с. 217].

Варто наголосити, що політичний дискурс є міждисциплінарним поняттям, яке перебуває в епіцентрі інтересів та дискусій як політологів, так і лінгвістів. Адже зацікавлення науковців із зазначених сфер є рівнобіжними. Спроби дослідити це явище представниками обох царин зводяться у підсумках до думки, що «політологія концентрує увагу на мисленні політиків та його схильності до маніпулювання свідомістю електорату, а лінгвістика цікавиться мовною поведінкою політиків, механізмами створення політичних текстів різних альянзних стратегій» [12, с. 234–235].

Маніпулювання думками виборців здійснюється шляхом задіявання мови як механізму контролю та соціального тиску. З огляду на це, дослідники політичного дискурсу заглиблюються у вивчення мовної поведінки політиків, застосування ними різних маніпулятивних та риторичних прийомів, мовних стратегій і тактик переконання, адже «мовленнєвий вплив становить комунікативно-психологічну сутність маніпуляції, спрямований на зміни в соціально-психологічній структурі суспільства або на стимуляцію прямих соціальних дій через вплив на психіку членів певної соціальної групи або суспільства в цілому» [13, с. 516].

У системі державного управління комунікація відіграє важливу роль і у внутрішніх процесах, і у зовнішній політиці держави. Зокрема тому, що часто та інформація, яку виголошують політики у середовищі країни, стає здобутком міжнародної спільноти.

Загальновідомо, що політики залучають до написання текстів для публічних виступів спічрайтерів. До досвіду взаємодії із фахівцями з написання промов вдавався й Віктор Ющенко. Проте з огляду на високий рівень ораторської майстерності, розвинений інтелект та загальний ступінь освіченості, здебільшого в тексти, написані фахівцями, Президент втручався, оскільки, зважаючи на успішну публічну комунікацію, хотів формулювати власні думки у такому форматі, у якому вважав за потрібне, тож активно працював над власними текстами. За словами Данила Лубківського (одного зі спічрайтерів третього Президента України, керівника головної служби комуніка-

ції секретаріату Президента (2006–2010 рр.), «у виступах, які приурочені до важливих дат і подій і які несуть «нові посили» суспільству, ключову роль відіграє Ющенко. Він – автор, задає тон, формулює головні тези. Важливий внесок робить ціла команда людей – експерти Секретаріату, учені, профільні фахівці. Вони готують базовий аналіз, прогнози, дають статистику. Наше завдання – об'єднати бачення Президента й експертну оцінку» [14]. Зважаючи на власні інтелектуальні можливості та допомогу експертів, Вікторові Ющенку вдавалось доносити цінність своїх ідей до народу, чути та розуміти виборців.

Оскільки концепт «свобода» ми розглядатимемо крізь призму когнітивно-дискурсивного підходу, тож варто найперше звернутися до розуміння та тлумачення цього поняття.

У монографії «Концепти українського дискурсу» Віталій Кононенко, досліджуючи проблеми лінгво-культурного вивчення духовно-ціннісних концептів, фіксує такі тлумачення слова «свобода»: 1) одна з функцій людської психіки, яка полягає насамперед у владі над собою, керуванні своїми діями й свідомому регулюванні своєї поведінки; 2) бажання, хотіння; 3) право розпоряджатися на свій розсуд; влада; 4) відсутність обмежень; 5) свобода, незалежність; протилежне – неволя, рабство; 6) (іст.) звільнення селян від кріпацтва [15, с. 29].

Словник української мови подає такі значення: 1) відсутність політичного й економічного гноблення, утиску й обмежень у суспільно-політичному житті якого-небудь класу або всього суспільства; воля; 2) перебування не під арештом, не ув'язненим, не в неволі і т. ін.; 3) життя, існування і т. ін. без залежності від кого-небудь, можливість поводитися на свій розсуд; 4) можливість діяти без перешкод і заборон у якій-небудь галузі; 5) філософська категорія – можливість вияву суб'єктом своєї волі в умовах усвідомлення законів розвитку природи і суспільства; 6) легкість, відсутність утруднень у чому-небудь; 7) простота, невимушеність у поведінці; 8) вільний від праці час [16].

Тож у політичному дискурсі номінація концепту «свобода» реалізується за допомогою лексеми «свобода», яка виступає найменуванням цього концепту.

Опираючись на зазначені лексикографічні матеріали, можемо стверджувати, що синонімом ключової лексеми *свобода* буде *воля*, що входить до ядра цього концепту. *Демократія, суверенітет, незалежність, перемога, самостійність, вибір* є розширенням синонімічного ряду лексем, що належать до ядра концепту *свобода*.

Варто зазначити, що існують підходи, які розглядають «свободу» як окремий етнокультурологічний концепт. Окрім того, для українців характерно вкладати певні додаткові відтінки значення у це поняття, адже впродовж віків свобода була втіленням їхнього національного прагнення та заклик до рішучості.

Слід також зауважити, що в контексті соціально-політичних процесів в українському суспільстві «абсолютизація поняття свободи пов'язана з розумінням волі як компонента політичної боротьби, як вияву “національного духу”; поняття «воля» за таких умов може одержувати визначення національна» [15, с. 32]. Хоч ці слова не є тотожними, адже *свобода* визначається станом духу, а *воля* станом душі, однак концепт *свобода* об'єктивується у мові саме домінуючим синонімом *воля*: «*Ми обрали незалежність. Бо ми є нащадками поколінь, які віками*

*мріяли про Українську державу, здобували волю своїм потом і кров'ю. Українська держава відбулася, наш вибір це підтвердив. Наша перемога – це свято української державності»* [17]. Засобами вербалізації концепту *свобода* є також лексеми: **незалежність**: «*Сьогодні Україна вільна і незалежна, ми скинули з плечей тягар минулого! Більше ніхто не посміє вказувати нам, як жити і кого обирати. Я став президентом волею народу*» [17], **перемога**: «*Мужній отір розбудив наші душі. Всі ми відчули себе громадянами України. У нас прокинулися гідність, благородство і милосердя. Озброєний лише вірою і переконанням, народ здобув прекрасну мирну перемогу. Це перемога свободи над тиранією, права над беззаконням, майбутнього над минулим»* [17], **демократія**: «*Ми з вами вже зробили незворотний крок до демократії. Тільки демократія оберігає найцінніше для людини – її родину і дітей, мир і спокій, працю і достаток. Тільки в демократичній державі найвищими цінностями є людська гідність, свобода, рівність і солідарність. Тільки в демократичній Україні яскрава палітра мов, культур і поглядів стане багатством цієї країни»* [17], «*Ми – вільна і демократична країна. У минуле відійшла система політичної цензури, переслідувань. Двічі на вільних виборах до влади приходила опозиція. Це – реальні докази і dokonані факти існування демократії і свободи»* [18], **вибір**: «*Присягаю – кожен зможе вчити дитину мовою батьків. Кожен зможе молитися у своєму храмі. Усім буде гарантоване право на власну думку. Ми будемо чути один одного, бо у нас буде свобода слова і незалежна преса. Всі будуть рівними перед законом. Незалежний суд захистить права кожного. Я бачу Україну державою, керованою верховенством права»* [17], **суверенність**: «*Сьогодні ми вишануємо найбільше творіння української нації – незалежну і вільну Українську державу. Я пишаюся нацією, до якої маю честь належати. Нам вистачило сили і єдності зробити цей незворотний крок. Ми обрали державність як призначення для своєї землі і як таланти для кожного з нас»* [19], **самостійність**: «*Самостійна Україна залишалася метою життя мільйонів наших співвітчизників, розкиданих по далеких світах. Заради неї вони берегли в собі все українське. Вони несли світові правду про Україну, простягали руку допомоги, разом з нами раділи нашій перемозі»* [19].

Найуживанішими дієслова, що виражають дію щодо прагнення свободи та вербалізують її, є: **здобувати, добитися, обрати, вірити, творити**: «*Ми обрали свободу, бо не може тиранія панувати над спадкоємцями козацької республіки, де це триста років тому була написана перша в світі Конституція»* [17].

У політичному дискурсі концепт «свобода» вербалізується також за допомогою метафор, які нерідко можна зустріти у промові Віктора Ющенка. Когнітивна лінгвістика розглядає метافору як процес перенесення когнітивної моделі, яка зазвичай асоціюється з певною мовною формою, з однієї концептуальної сфери на іншу. Так, наприклад, метафора «*стати господарями на своїй землі»* [20] переносить значення слова «господар» із буквального розуміння володіння землею або матеріальними ресурсами на концептуальне розуміння: набуття контролю, впливу над життям чи обставинами. Тож ідею господарювання використано як символ контролю, свободи та відповідальності. «*Велика честь звертатися до вільних людей, які тримають в руках не лише український прапор, але й долю своєї країни»* [17] у цьому виразі переноситься значення фізичної дії «три-

мати в руках» на концептуальну сферу, що стосується впливу чи відповідальності за майбутнє країни. Це метафоричне зображення акцентує на активному контролі та важливості дій «вільних» громадян щодо національної долі та ідеї нації. «В Україні немає і не буде альтернативи українській мові як мові державній та мові офіційного спілкування. Це мова нашої свободи. Але жоден громадянин не відчує дискомфорту у праві говорити рідною мовою, жити чесно і заможного на українській землі» [20] у цій метафорі позначене не лише мовлення чи система комунікації. Це передусім образ, що уособлює саму ідею свободи чи спосіб її вираження.

**Висновок.** Отже, можна стверджувати, що концепт «свобода» вербалізується у політичному дискурсі у розгалуженому номінативному полі, де номінація концепту «свобода» охоплює ім'я, словосполучення, синоніми. У аналізованих текстах промов третього Президента України також є чимало метафоричних конструкцій на позначення вказаного концепту. Намагаючись проникнути у глибини свідомості виборця, Віктор Ющенко використовував різні ефективні комунікативні стратегії. У процесі вербалізації концепту «свобода» політик демонстрував власну візію сучасних викликів для країни, патріотизм та любові до Батьківщини.

#### Література:

1. Приходько А. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя : Прем'єр, 2008. 332 с.
2. Нагорна Л. Політична мова і мовна політика: діапазон можливостей політичної лінгвістики. Київ : Світогляд, 2005. 315 с.
3. Ликіна В. Когнітивно-риторичні моделі втілення концепту демократія у промовах президента Байдена. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. 2021. Том 32 (71). № 3. С. 169–174.
4. Скрипник Н. Зв'язок мови й мислення як основа концептуального аналізу. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 10: Проблеми граматики і лексикології української мови. 2011. Вип. 7. С. 416–418.
5. Wierzbicka A. Semantics, culture and cognition. Universal human concepts in culture/ Specific configurations. New York : Oxford university press, 1922. 487 p.
6. Каліщук Д., Славова Л. Мовна особистість лідера у дзеркалі політичної лінгвоперсонології : США – Україна. Житомир : Видавництво ЖДУ ім. Івана Франка, 2012. 360 с.
7. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: Академія, 2004. 342 с.
8. Кондратенко Н. Український політичний дискурс : текстуалізація реальності : монографія. Одеса : Чорномор'я, 2007. 156 с.
9. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність [на матеріалах сучасної газетної публіцистики] : монографія. Київ : Національний університет ім. Тараса Шевченка, 2002. 392 с.
10. Вусик Г., Антонюк О. Сучасний політичний дискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень. Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса. 2020. № 12. Т. 2. С. 213–217.
11. Бутова І. Політичний дискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень. Вісник Львівського університету. Серія: Іноземні мови. 2009. Вип. 16. С. 232–238.
12. Масель Ю. Загальна характеристика стратегій та тактик маніпулювання в англійській політичній рекламі. Наукові записки КДПУ ім. В. Винниченка. Серія: Філологічні науки (мовознавство). 2012. У 2 ч. (105). С. 514–519.
13. Про президента Ющенка і його спічрайтерів. Українська правда. 2005 URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2005/08/28/3012797/> (дата звернення: 17.09.2024).
14. Кононенко В. Концепти українського дискурсу : монографія. – Київ ; Івано-Франківськ : Плай, 2004. 248 с.
15. Тлумачний словник української мови. 2005 URL: <https://slovnyk.ua/index.php?swrd=%D1%81%D0%B2%D0%BE%D0%B1%D0%B4%D0%B0> (дата звернення 19.11.2024).
16. Промова Президента України Віктора Ющенка на Майдані. Українська правда. 2005 URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2005/01/23/3006391/> (дата звернення 19.11.2024).
17. Промова Президента України Віктора Ющенка з нагоди 18-ої річниці Незалежності України. Головна Служба інформаційної політики. 2009 URL: [https://uk.wikisource.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0\\_%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0\\_%D0%AE%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%B0\\_%D0%B7\\_%D0%B-D%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8\\_18-%D0%B8%D1%85\\_%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD\\_%D0%9D%D0%B5%D0%B7%D0%B0%D0%B-V%D0%B5%D0%B6%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96\\_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%B-D%D0%B8](https://uk.wikisource.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0_%D0%AE%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%B0_%D0%B7_%D0%B-D%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8_18-%D0%B8%D1%85_%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD_%D0%9D%D0%B5%D0%B7%D0%B0%D0%B-V%D0%B5%D0%B6%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%B-D%D0%B8) (дата звернення 19.11.2024).
18. Ющенко В. Україну буде кожен з нас: Виступ Президента України на Майдані Незалежності 24 серп. 2005 р. Урядовий кур'єр. 2005 URL: [https://uk.wikisource.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0\\_%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0\\_%D0%AE%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%B0\\_%D0%B7\\_%D0%B-D%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8\\_18-%D0%B8%D1%85\\_%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD\\_%D0%9D%D0%B5%D0%B7%D0%B0%D0%B-V%D0%B5%D0%B6%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96\\_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%B-D%D0%B8](https://uk.wikisource.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0_%D0%AE%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%B0_%D0%B7_%D0%B-D%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8_18-%D0%B8%D1%85_%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD_%D0%9D%D0%B5%D0%B7%D0%B0%D0%B-V%D0%B5%D0%B6%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%B-D%D0%B8) (дата звернення 19.11.2024).
19. Ющенко В. Промова Президента з нагоди 15-ої річниці Незалежності України 24 серпня 2006 року. Львівська газета. 2006. С. 5 URL: [https://uk.wikisource.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0\\_%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0\\_%D0%AE%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%B0\\_%D0%B7\\_%D0%B-D%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8\\_15-%D0%B8%D1%85\\_%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD\\_%D0%9D%D0%B5%D0%B7%D0%B0%D0%B-V%D0%B5%D0%B6%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96\\_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%B-D%D0%B8](https://uk.wikisource.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0_%D0%AE%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%B0_%D0%B7_%D0%B-D%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8_15-%D0%B8%D1%85_%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD_%D0%9D%D0%B5%D0%B7%D0%B0%D0%B-V%D0%B5%D0%B6%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%B-D%D0%B8) (дата звернення 19.11.2024).

#### Kovaliv S.-M. Verbalization of the concept of FREEDOM in political speeches by Viktor Yushchenko

**Summary.** Problems of verbalization peculiarities of the concept of freedom in political discourse on the material of speeches of the third President of Ukraine, Viktor Yushchenko have been analyzed in the proposed study. It is emphasized that the communication of the politician is embodied through the linguistic and stylistic properties of political rhetoric, as well as directly through the means of reflecting the mental world of an individual in language. Given that freedom in the system of values of the Ukrainians occupies the highest

level and belongs to the foundations of political discourse, it has been emphasized that this concept is fundamental. The purpose of this investigation is to establish the lexical means of verbalization of the concept of “freedom” in the discourse of speeches and political texts of the third President of Ukraine, Viktor Yushchenko. The implementation of this goal involves the formation of certain tasks: 1) to investigate the main theoretical features of political discourse; 2) to identify means of verbalization of the concept;

Relevance of the work is due to the priority of freedom as the “key category of the value dimension of human existence, the highest and absolute value”.

The research outlines the concept of political discourse as one of the key categories of political linguistics. The importance of this concept is emphasized, since the subject

of its study is political and linguistic relations. A number of theoretical approaches to the study of this phenomenon are outlined. Successful public communication of the president is emphasized. Given the excellent level of oratory skills, high intelligence and general educational level, he mostly intervened in texts written by specialists, because striving for successful public communication, he wanted to formulate his own thoughts in a format in which he considered necessary. After all, the said plays an important role in both the foreign policy and internal processes of the state. The core of the concept of “freedom” in Viktor Yushchenko’s political discourse has been clarified and the meaning of this concept has been clarified on the basis of representative words.

**Key words:** political discourse, concept, core, synonymous expansion, verbalization, freedom, public speeches.

**Ковалюк О. К.,**  
кандидат філологічних наук,  
доцент, заступник директора ННІМСО  
Національного авіаційного університету  
<https://orcid.org/0000-0002-4251-3432>

## ЛЕКСЕМИ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕМОЦІЙ ТА ЕМОЦІЙНИХ СТАНІВ В УКРАЇНСЬКИХ ГРАМОТАХ XIV–XVI СТ.

**Анотація.** Стаття присвячена дослідженню лексичного складу староукраїнських пам'яток ділової писемності. У загальному плані охарактеризовано процес розвитку ділової мови в XIV–XVI століть; проаналізовано погляди лінгвістів на мовні особливості пам'яток юридичного змісту. Конкретизовано значення терміна «грамота» в аспекті його використання щодо давніх пам'яток, приділено увагу мовно-територіальній специфіці українських грамот. Простежено основні етапи в історії вивчення українських грамот післямонгольської доби. Виявлено, що в написаних кирилицею староукраїнських грамотах XIV–XVI ст. спостерігається спорадичне використання лексем (іменників *вазнь, вєсєла, прикметників лихий, радъ, дієслів розгнѣвати, печаловати* тощо) на позначення емоцій та емоційних станів людини. Зазначено, у яких саме грамотах наявні такі лексичні одиниці. Уточнено першу фіксацію лексем у текстах XIV–XVI ст., зокрема, виявлено більш раннє вживання іменника *гнѣвъ*, ніж це зафіксовано в історичних словниках. З'ясовано склад лексем на позначення емоцій та емоційних станів людини на різних хронологічних зрізах (у грамотах XIV ст., грамотах XV ст., грамотах XVI ст.). Визначено жанрову диференціацію та функціонально-стильові особливості лексем. Реконструйовано значення, з якими лексеми були вжиті в українських грамотах зазначеного періоду. Дослідження показало, що в давніх українських грамотах лексеми *гнѣвъ, лихий* засвідчені в складі усталених словосполучень (*гнѣвъ отпустити, гнѣвъ сложити, отложити гнѣвъ, лихого мыслити*). Проведений аналіз підтвердив наукову думку про те, що дослідження лексичного складу давньої ділової писемності збагачує лінгвістичне знання новими цінними фактами історичного розвитку української мови.

**Ключові слова:** XIV–XVI ст., українські грамоти, лексема, позначення емоцій, семантична структура.

**Постановка проблеми.** Писемні пам'ятки юридичного змісту представлені грамотами, статутами, скаргами, актами, заповітами тощо й становлять значну частину наявних українських писемних джерел XIV–XVI ст. У ділових документах, як зазначив М. Л. Худаш, відбиті ті мовні процеси, які передували складанню української національної мови [1, с. 7]. Жанрова специфіка юридичних пам'яток зумовила спорадичне використання в текстах лексики, яка відбиває емоційний стан людини. У попередніх публікаціях ми частково торкнулися вживання в діловій писемності XIV–XVI ст. лексем на позначення емоцій та емоційних станів людини, але системного дослідження цього питання проведено не було. У статті **ставимо за мету** в загальному плані охарактеризувати процес розвитку ділової мови в XIV–XVI ст., виявити лексеми на позначення емоцій

та емоційних станів людини в написаних кирилицею староукраїнських грамотах XIV–XVI ст., уточнити першу фіксацію лексем у текстах зазначеного періоду, реконструювати семантичну структуру лексем, визначити їх жанрову диференціацію та функціонально-стильові особливості. **Джерелом матеріалу** послужили грамоти XIV–XVI ст., написані урядовими та приватними особами на різних територіях (у Києві, Житомирі, Волинському князівстві, Галичині, Західному Поліссі, Чернігівщині тощо).

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Особливості мови ділових документів XIV–XVI ст. є предметом розгляду в багатьох наукових розвідках. Не заглиблюючись у питання, які ґрунтовно проаналізовані в класичних працях з історії української мови, зупинимося лише на деяких моментах, важливих для розуміння самого процесу формування ділової мови післямонгольської доби. Фундаментальною працею з вивчення лексичного складу пам'яток ділової писемності XVI–XVII ст. досі залишається монографічна праця М. Л. Худаша «Лексика українських ділових документів кінця XVI – початку XVII ст.», у якій досліджено лексику на позначення предметів і явищ зовнішнього світу, понять, пов'язаних з людиною та її побутом, виробничо-професійну, суспільно-економічну, суспільно-політичну, адміністративно-юридичну, церковно-обрядову, метрологічну лексику [1]. У вивченні ділової лексики сформувалася певна спеціалізація, обмеження об'єкта дослідження окремими тематичними та лексико-семантичними групами. Зокрема, з'явилися дослідження, присвячені адміністративно-юридичній лексиці XIV–XV ст. [2], номінації посадових осіб в актах купівлі-продажу XIV–XVI ст. [3], лексиці на позначення адміністративно-територіального розподілу в пам'ятках XIV–XVII ст. [4], юридично-правовій термінології XIV–XVIII ст. [5], лексико-семантичній групі «плати – податки – повинності» в українській мові XV–XVIII ст. [6] тощо.

**Вклад основного матеріалу. 1. Грамоти XIV–XVI ст. – особливий вид писемних пам'яток.** Вважається, що грамоти XIV–XV ст. – офіційно-ділові документи, написані «мовою, близькою до живої народної» [7, с. 47]. Хоча мова офіційно-ділових паперів представляє «низький» стиль літератури Київської Русі, вона, як губка, увібрала в себе місцеві українські й засвоєні іншомовні елементи, все далі відходячи від церковнослов'янської традиції [8, с. 49]. В. М. Русанівський не заперечує того факту, що ділова мова «значно бідніша, ніж лексика літературних творів попереднього періоду, особливо високого стилю, на якому позначився візантійсько-болгарський вплив. Але в одному аспекті ця лексика все ж багатша – на власне



українські і на запозичені із західних мов слова» [8, с. 52]. Л. Л. Гумецька застерігає від помилкового ототожнення актової мови XIV–XV ст. із загальнонародною розмовною мовою того часу, оскільки «продовжуючи традиції староруських ділових зразків, вона не була вільна від елементів церковно-книжної мови, які виступали здебільшого в стандартних зворотах і формулах наших документів» [9, с. 3]. Аналізуючи мову ділової писемності зазначеного періоду, Г. П. Півторак звернув увагу на те, що такі основні риси ділових пам'яток, як шаблонність побудови, одноманітність мови й синтаксичних конструкцій, насиченість юридичними термінами, побутовою лексикою і канцелярсько-адміністративними формулами, своєрідна стандартність фразеології, спричинили хибну тенденцію – не розглядати такі тексти як документальне джерело для вивчення історії літературної мови [10, с. 161].

У джерелознавстві термін «грамота» вживається на позначення цілого комплексу коротких ділових документів XII–XVI ст.: «Грамоти – форма актових, справочинних, особових документів, особливо поширена в середні віки. За змістом грамоти були договірними, жалуваними, духовними, купчими тощо. За походженням розрізняють княжі, монастирські, приватні грамоти. <...> В книгах Литовської метрики є більше 40 назв різних документів та грамот: «привілей», «аренда» (жалувана грамота на аренду), «вольность» (звільнення від зобов'язань), «данина» (пожалування), «осаження» (грамота на заснування міста), «тестамент» (духовна грамота, заповіт), «угода», «присяга», «цедула» (указна грамота) тощо» [11, с. 84–85]; «Грамоти [від грец. γράμμα (γράμματος) – літера, лист, послання] 14–15 ст., «листи» – найдавніші староукр. короткі ділові документи, якими фіксувалися юрид. операції приватного і держ. характеру. Розрізняють Г.: купчі, продажні, дарчі, дані, вкладні, поручні; угод, привілеї тощо. Староукр. мовою написані Г. і від імені польс. королів, руських і лит. князів, молд. Господарів» [12, с. 118]; «За 14 ст. збереглися оригінали Г. кн. Льва Даниловича, вел. кн. литов. Ольгерда. Велику групу становлять Г., що іменуються «державні листи», якими великі князі литов. жалували ті чи ін. права на землеволодіння, увільнення від сплати податків, відкриття ярмарків, торгів» [13, с. 185].

Місцеві канцелярії існували в Києві, Житомирі, Волинському князівстві (пізніше намісництві), у Західному Поліссі головні урядово-адміністративні центри були на території Білорусії і Литви (Городно, Вільно, Троки) [14, с. 15]. На зміст, жанрові та, головне, мовні особливості грамот значний вплив справили екстралінгвальні обставини. Так, «розвиток писемної мови в Галицькій Русі і Західному Поділлі (від Червонограда до Бара і Хмільника) гальмувався асиміляторською політикою шляхетської Польщі. Українська ділова мова в цих землях продовжувала функціонувати переважно при укладанні приватних торговельних угод, заповітів і под.» [14, с. 10]. Складна мовна ситуація була в тих землях, де одночасно функціонувала більш, як одна мова, перетиналися, змішувалися різні говірки. Неоднозначна мовна ситуація склалася в землях, які перебували під владою литовських, польських, молдавських, угорських магнатів: «Більша частина території України, а саме: Київщина з Переяславщиною, Чернігівщина, Волинь і північно-східне Поділля – входили до складу Великого князівства Литовського, Галичина й південно-західне Поділля були захоплені Польщею, частина подільських і галицьких земель (Буковина) відійшла до Молдавського князівства, Закарпаття було

під владою угорських королів» [8, с. 48]. Зближення держав сприяло інтерференції мов, що яскраво відбилося на лексичному рівні. Наприклад, «офіційно-ділова мова Молдавії була значною мірою трансформована під впливом українських говірок і увібрала в себе значну кількість молдавських, угорських і південнослов'янських лексичних елементів. Оскільки ділова мова Молдавії і ділова мова Литовської держави базувалися на староруській основі, між ними є велика подібність. Однак між ними є і значна різниця, бо розвивалися вони під впливом різних діалектних масивів» [14, с. 10].

Початок XX ст. ознаменувався першою хвилею наукового інтересу до українських грамот. У 1928 році в Києві професор В. О. Розов видав збірку «Українські грамоти XIV в. і перша половина XV в.» [15], яка містить майже сто грамот, і кожна з них супроводжується науковим коментарем. У середині століття систематизація грамот вийшла на новий рівень, коли в 1965 році побачила світ підготовлена В. М. Русанівським збірка «Українські грамоти XV ст.» [14], до якої увійшли грамоти центральної України (п'ять грамот), Західного Полісся (23 грамоти), Галичини (три грамоти), українські грамоти з території Молдавії (суч. Молдови) (33 грамоти), закарпатська грамота. Більша частина грамот надрукована за оригіналами, менша – за копіями. У 1974 році науковою подією стала поява укладеної М. М. Пешак збірки «Грамоти XIV ст.» [16], до складу якої входить вісімдесят чотири грамоти. Цінність збірки полягає в тому, що в ній зібрані й упорядковані грамоти, які були загублені, розпорошені в різних виданнях. Зокрема, багато які з цих грамот раніше були опубліковані (повністю або у фрагментах) П. Бузуком, О. Востоковим, Я. Головацьким, М. Дурново, П. Житецьким, Д. Зубрицьким, Є. Карським, А. Кримським, Й. Левицьким, І. Линниченком, В. Мацейовським, С. Пташицьким, В. Розовим, О. Смирновим, О. Соболевським, К. Ходикевичем, І. Ходиницьким, О. Шахматовим та ін. У 1995 році у видавництві «Наукова думка» вийшла збірка «Волинські грамоти XVI ст.» (упорядники В. Б. Задорожний, А. М. Матвієнко; відп. ред. В. В. Німчук), до складу якої увійшло 128 грамот володимирських актових книг XVI ст., а саме духовні заповіти, дарчі записи, продажні записи, заставні записи, дільчі записи, вінові записи, уступні записи, мінові угоди [17].

Незважаючи на досить вичерпний склад зазначених збірок, учені зрідка знаходять нові документи. У 1997 році в «Записках Наукового товариства Шевченка» з'явилася стаття О. А. Купчинського «Забуті та невідомі староукраїнські грамоти XIV – першої половини XV ст.», у якій опубліковано чотирнадцять виявлених у документальних фондах українськомовних документів (кириличних текстів і текстів у латинській транслітерації). О. А. Купчинський підкреслив, що сьогодні такі знахідки, на жаль, є великою рідкістю: «Виявлення і оголошення невідомих писемних пам'яток, у тому числі актових та документальних, є одним із першорядних завдань істориків і мовознавців різних рангів. <...> не можемо не наголосити, що виявлення нових українських актових і документальних пам'яток за вказаний історичний період триває» [18, с. 335]. У 2000 році спеціаліст у галузі історії української та інших слов'янських мов О. М. Молдован опублікував ще п'ять новознайдених, написаних у Львові та на його околицях українських грамот кінця XIV – початку XV ст., які зберігаються в приватній колекції Томаша Неводничанського в Германії.

**2. Лексеми на позначення емоцій та емоційних станів людини.** У результаті аналізу повного корпусу написаних кирилицею староукраїнських грамот XIV–XVI ст. було виявлено іменники, прикметники, дієслова на позначення емоцій та емоційних станів людини.

**Вазнь.** В «Актовій книзі Житомирського міського уряду кінця XVI століття», у грамоті 1583 року іменник *вазнь* є компонентом словосполучення *мати вазнь* зі значенням «злитися, гніватися»: «*маючи пере(д) ты(м) на него вазнь*» [\*1583, АЖМУ, с. 52]. У текстах кінця XVI ст. трапляються поодинокі вживання лексеми *вазнь* у семантично й граматично близькому словосполученні *взяти вазнь*.

**Весєла.** Іменник *весєла* зі значенням «обряд одруження» зберігся в «Угоді Тимофія Черневського і його опікунів, за якою його масток передається новому опікунові – майбутньому тестеві Данилові Попелю, з дочкою якого він заручився» 1571 року: «и рокь *весє(л)ю* нашому» [\*1571, ВГр., с. 128]. Лексема належить до рідковживаних, спорадично трапляється в пам'ятках, починаючи із середини XVI ст. У словнику Лаврентія Зизанія реєстрове слово *бракъ* тлумачиться через синоніми *жени(т)ба, весєлє* [XVI, ЛЗ, с. 7]. Хоча лексема *весєла* безпосередньо не реалізує семантику «радість, задоволення», вона зберігає у своєму семантичному обсязі зв'язок з назвою емоції.

**Гнѣвъ. Розгнѣвати.** За матеріалами ССУМ XIV–XV, найдавніші приклади вживання лексеми *гнѣвъ* датовані XV ст. [ССУМ XIV–XV, I, с. 245]. Водночас нами виявлено вживання зазначеної лексеми в пам'ятках ділової писемності із середини XIV ст. до кінця XVI ст. У грамоті 1387 року «Король Польський дарує Троцьке князівство, м. Полоцьк та ін.» лексема *гнѣвъ* засвідчена в значенні «обурення, гнів»: «ни злобою ани которымъ *гнѣвъмъ*» [\*1387, Гр. Пещ., с. 75]. Починаючи з першої половини XV ст., у пам'ятках юридичного змісту вживаються словосполучення *гнѣвъ отпустити, гнѣвъ сложити, отложити гнѣвъ* як синонімічні відповідники для номінації зникнення нервового збудження, роздратування або його опанування. Зі значенням «припинити гніватися» словосполучення *гнѣвъ отпустити* засвідчене в пам'ятці 1434 року «Присяжна грамота князя Федька Несвидського королю Ягеллу і корони польській, яку дали в Кременці»: «а *гнѣвъ* имь имаєть *ѡпустить*» [\*1434, Роз. Гр., I, с. 130].

Рідковживане дієслово *розгнѣвати* зі значенням «викликати гнів; розсердити» виявлене в грамоті 1433 року «Договір на грамота короля Ягелла з молдавським воеводою Стефаном, яку дали в Ланциці»: «переступивши и зломивши былъ на противу намъ и на *розгнѣвалъ*» [\*1433, Гр. Роз., I, с. 121].

**Гроза.** Зі значенням «кара, покарання» іменник *гроза* виявлений у грамоті «Намісник луцький Федір Данилович присягає на вірність польському королю» близько 1386 року: «судить намъ бѣ. ѡ честный кр(с)ть. ѡ ѡсподарева казнь ѡ *гроза*» [бл. \*1386, Гр. Пещ., с. 65].

**Лихий.** Слово *лихий*, функціонування якого в XVI ст. обмежується текстами винятково ділового спрямування, засвідчене зі значенням «який виражає недобрі наміри» у пам'ятці «Грамота хана Золотої Орди Тохтамиша королю польському Ягеллу»: «коли той *лихий* Бекбула(т)» [після \*1393, Гр. Роз., I, с. 49]. За спостереженням Г. В. Межжеріної, семантичний перехід «поганий» → «який чинить зло, шкодить» → «злочинець» відображений у семантиці таких східнослов'янських лексем XI–XIII ст. з коренем *-лих-*, як *лиходѣяние* «лиходій-

ство», *лишати* «чинити зло, шкодити», *лиходѣи* «людина, яка чинить зло, шкодить; лиходій, ворог», *лихнути* «провинитися, сорішити» [19, с. 30]. До сталих належить словосполучення *лихого мыслити* (на кого) зі значенням «замишляти лихе (проти кого)»: «на мене *ли(хо)го мыслаче*» [1392–1393. – ССУМ XIV–XV, I, с. 551].

**Печаль. Печаловатися.** З аналізу текстових і словникових матеріалів випливає, що іменник *печаль* зі значенням «те, що засмучує кого-небудь, завдає комусь горя, журби» зустрічається в грамотах, починаючи з XIV ст., а саме в пам'ятках «Грамота великого князя литовського Кейстута і його брата волинського князя Любарта торунським купцям» і «Напис на дзвоні соборної Юр'ївської церкви у Львові»: «а коли которыи торговецъ поидеть торговать ис торуна черезберестне до луцьска *безпечали* будте» [після \*1341, Гр. Роз., I, с. 2; тс. \*1341, Гр. Пещ., с. 24].

Упродовж XIV–XVI ст. дієслово *печаловатися* вживається в давньому значенні «тривожитися (за кого); турбуватися, піклуватися, дбати» винятково в текстах ділового спрямування. Найдавніші вживання засвідчені в пам'ятці 1385 року «Чюрило Бродовський дарує село Бродово князю Федору Данилову»: «*печаловат(и)са* душею монєю» [\*1385, Гр. Роз., I, с. 28; те саме \*1385, Гр. Пещ., с. 64]. Показовим залишається той факт, що в аналізованій період вказана лінгвоодинаця безпосередньо не позначає емоції смутку, туги, і це підтверджують як текстові, так і словникові матеріали [ССУМ XIV–XV, II, с. 143]. Однак на сучасному етапі розвитку української літературної мови сучасне укр. *печалитися* активно функціонує зі значеннями «відчувати, переживати печаль, смуток, бути сумним; сумувати, журитися». Давні значення «тривожитися (за кого)» опинилося на периферії семантичної структури вказаного дієслова [СУМ, VI, с. 346].

**Радь.** Емоція радості тісно пов'язана з бажанням викликати або продовжити приємну подію. У пам'ятках ділової писемності XIV–XVI ст. засвідчено вісім уживань слова *радъ* зі значенням «сповнений радості, задоволення», з них у текстах XIV ст. збереглося одне вживання у «Грамоті 1341 року Литовського князя Кейстута та його брата Любарта торунським купцям»: «мы хочемъ *ради* то учинити вамъ» [\*1341, Роз. Гр., I, с. 2].

**Соромити. Зсоромити. Посрамотити.** У хронологічних межах досліджуваного періоду досить часто трапляється дієслово *соромити*. Із середини XV ст. ця лексема починає вживатися зі значенням «ганьбити, безчестити». Найдавніше вживання наявне в «Актах Житомирського гродського уряду» під 1584 роком: «некоторыми словы уще(р)бливыми почаль *соромити(т)* и всобу врядовую товариша своего – пана по(д) судка» [\*1584, АЖМУ, с. 72]. Показово, що функціональна активність дієслова *соромити* обмежується винятково текстами ділового стилю.

Засвідчене в текстах XVI ст. виключно ділового змісту дієслово *зсоромити* зі значенням «принизити, осоромити» також ужите в «Актах Житомирського гродського уряду» під 1584 роком: «словы wobразливими, *зсоромити(л)* и вбелжи(л)» [\*1584, АЖМУ, с. 71].

До лексем, зафіксованих у текстах XIV ст., належить дієслово *посрамотити*, яке є континуантом цсл., стсл. *срамъ* «сором» (укр. *сором*) [ЕСУМ, V, с. 386]. Засвідчено два вживання дієслова *посрамотити* зі значенням «збезчестити, згань-

бити», одне з яких – у грамоті «Молдавський воєвода Мірча старий дозволяє львівським купцям торгувати в межах свого воєводства»: «кто ли бы *посрамотил[ъ]* сый хрисоволу[ъ] Г[о] с[по]д[ъ]ста-ми таковыи имат[ъ] пріати великѡ злѡ и врѣгѡ wt[ъ]» [бл. \*1390, Гр. Пещ., с. 106].

**Висновки і перспективи подальших пошуків.** У написаних кирилицею староукраїнських грамотах XIV–XVI ст. виявлено дванадцять лексем на позначення емоцій та емоційних станів людини: іменники *вазнь*, *вссєла*, *гнѣвъ*, *гроза*, *печаль*, прикметники *лихий*, *радѣ*, дієслова *розгнѣвати*, *печаловатися*, *соромотити*, *зсоромотити*, *посрамотити*. Лексеми трапляються вкрай рідко, спорадично, що спричинене жанрово-стилістичними особливостями писемних пам'яток, їхньою належністю до ділового стилю. У грамотах XIV ст. наявні лексеми *гнѣвъ*, *гроза*, *лихий*, у грамотах XV ст. – лексеми *гнѣвъ*, *посрамотити*, *розгнѣвати*, *радѣ*, у грамотах XVI ст. – лексеми *вазнь*, *вссєла*, *радѣ*, *соромотити*, *зсоромотити*. За матеріалами «Словника староукраїнської мови XIV–XV ст.», найдавніші приклади вживання лексеми *гнѣвъ* датовані XV ст. Водночас нами виявлено вживання зазначеної лексеми у грамоті 1387 року. Дослідження лексичного складу ділової староукраїнської писемності в різних аспектах, з увагою до кожної лексичної одиниці відкриває нові перспективи у вивченні мовних явищ, збагачує лінгвістичне знання новими цінними фактами історичного розвитку української мови.

#### Література:

- Худаш М. Л. Лексика українських ділових документів кінця XVI – початку XVII ст.: (на матеріалах Львівського Ставропігійського братства). Київ : Вид-во Академії Наук Української РСР, 1961. 164 с.
- Гринчишин Д. Г. Із спостережень над адміністративно-юридичною лексикою в українських пам'ятках XIV–XV ст. *Дослідження і матеріали з української мови*. 1962. Т. 5. С. 31–52.
- Денисюк В. В. Назви посадових осіб у діловій документації XIV–XVI ст. *Філологічний часопис*. 2017. Вип. 1 (9). С. 23–31.
- Букарева І. Г. Назви адміністративно-територіального розподілу в пам'ятках української мови XIV–XVII ст. *Наукові записки Одеського педагогічного інституту*. 1959. Т. 23. С. 26–37.
- Горобець В. Й. Розвиток термінології права в українській літературній мові XIV–XVIII ст. *Мовознавство*. 1984. № 3. С. 57–64.
- Крехно Т. І. Історія лексико-семантичної групи «плати – податки повинності» в українській мові XV–XVIII століть (на матеріалах українських пам'яток) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова». Харків, 2005. 19 с.
- Передрієнко В. А. Проблеми вивчення живого народного мовлення за староукраїнськими пам'ятками другої половини XVI–XVIII століть. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика* : зб. наук. пр. Київ : Київський ун-т, 2001. С. 46–55.
- Русанівський В. М. Історія української літературної мови. Київ : АртЕк, 2002. 424 с.
- Гумецька Л. Л. Нарис словотворчої системи української актовій мови XIV–XV ст. Київ : АН УРСР, 1958. 298 с.
- Півторак Г. П. Звідки ми і наша мова [ред. В. Г. Складенко]. Київ : Наукова думка, 1993. 206 с.
- Павленко С. Ф. Грамоти. *Джерелознавство історії України* : довідник. Київ : [б. в.], 1998. 212 с.
- Пешак М. М. Грамоти. *Українська мова: енциклопедія*. Київ : Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2004. С. 118–119.
- Бутич І. Л. Грамоти. *Енциклопедія історії України*. Т. 2: Г-Д / редкол. : В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України ; Інститут історії України. Київ : Наукова думка, 2004. С. 185.
- Українські грамоти XV ст. / підгот. тексту, вступна стаття і коментарі В. М. Русанівського. Київ : Наукова думка, 1965. 164 с.
- Розов В. Українські грамоти. Київ : Українська Академія Наук, 1928. Т. 1 : XIV в. і перша половина XV в. 262 с.
- Грамоти XIV ст. / упоряд., вступ. ст., комент. і словн. покажч. М. М. Пешак. Київ : Наукова думка, 1974. 256 с.
- Волинські грамоти XVI ст. / упоряд. : В. Б. Задорожний, А. М. Матвієнко; відп. ред. В. В. Німчук. Київ : Наукова думка, 1995.
- Купчинський О. А. Забуті та невідомі староукраїнські грамоти XIV – першої половини XV ст. *Записки наукового товариства імені Шевченка*. Т. 233 : Праці історично-філософської секції. Львів 1997. С. 333–359.
- Межжеріна Г. В. Лексеми *лихыи*, *лихоиманьникъ*, *лихоимьць*, *лихомоудрыи*, *лишеникъ* у складі словотвірного гнізда з коренем *-лих-* (на матеріалі східнослов'янських писемних пам'яток XI–XIII ст.) *Мовознавство*. 2007. № 3. С. 28–38.

#### Список умовних позначень:

- АЖМУ** Актова книга Житомирського міського уряду кінця XVI століття (1582–1588 рр.) / підгот. до вид. М. К. Бойчук. Київ : Наукова думка, 1965. 192 с.
- ВГр.** Волинські грамоти XVI ст. / упоряд. В. Б. Задорожний, А. М. Матвієнко ; відп. ред. В. В. Німчук. Київ : Наукова думка, 1995. 246 с.
- Гр. Пещ.** Грамоти XIV ст. / упоряд., вступ. ст., комент. і словн. покажч. М. М. Пешак. Київ : Наукова думка, 1974. 256 с.
- ЕСУМ** Етимологічний словник української мови : в 7 т. / голов. ред. О. С. Мельничук. Київ : Наукова думка, 2006. Т. 5. 704 с.
- ЛЗ** Зизаній Л. Лезись. Ottawa, 1987. 23 с. (Slavistica; 87).
- Роз. Гр.** Розов В. Українські грамоти. Київ : Українська Академія Наук, 1928. Т. 1 : XIV в. і перша половина XV в. 262 с.
- ССУМ XIV–XV** Словник староукраїнської мови XIV–XV ст. : в 2 т. Київ : Наук. думка, 1977. Т. 1. 630 с.; 1978. Т. 2. 591 с.
- СУМ** Словник української мови : в 11 т. Київ : Наукова думка, 1975. Т. 6. 832 с.

#### Kovaliuk O. Lexemes to denote emotions and emotional states in Ukrainian manuscripts of XIV–XVI centuries

**Summary.** The article is devoted to the study of the lexical composition of old Ukrainian monuments of business writing. The process of business language development in XIV–XVI centuries is generally characterized; the views of linguists on the linguistic peculiarities of legal manuscripts have been analysed. The meaning of the term «gramota» (manuscript) is specified in the aspect of its use in relation to old written monuments, attention has been paid to the specific linguistic and territorial features of Ukrainian manuscripts. The main stages of the historic study of Ukrainian manuscripts of the post-Mongol era have been reviewed. It has been identified that there is a sporadic use of lexemes (nouns *вазнь*, *вссєла*; adjectives *лихий*, *радѣ*; verbs *розгнѣвати*, etc.) to denote emotions and emotional states of a person in the old Ukrainian manuscripts written in Cyrillic in XIV–XVI centuries. It is indicated in which specific manuscripts such lexical units are present. The first fixation of such lexemes in the texts of the XIV–XVI centuries has been identified, in particular, the noun *гнѣвъ* was used in the manuscripts earlier than it is indicated in historical dictionaries. The composition of lexemes to denote emotions and emotional states of a person in different chronological periods (manuscripts of the XIV century, manuscripts of the XV century, manuscripts of the XVI century) has been analysed. Genre differentiation and functional and stylistic features of lexemes have been defined. The meanings with which these lexemes were used in old Ukrainian manuscripts of the specified period have been reconstructed. The study

showed that in the old Ukrainian manuscripts the lexemes *гнѣв*, *лихыи* are identified in the fixed collocations (*гнѣвъ отпустити*, *гнѣвъ сложити*, *отложити гнѣвъ*, *лихого мыслити*). The analysis has confirmed the opinion that the study of the lexical composition of the old business

written monuments enriches linguistic knowledge with new valuable facts of the historical development of the Ukrainian language.

**Key words:** XIV–XVI centuries, old Ukrainian manuscripts, lexeme, designation of emotions, semantic structure.

*Кондратюк Л. М.,**кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри іноземних мов і перекладу  
Державного університету «Київський авіаційний інститут»**Юхновець Н. П.,**старший викладач кафедри іноземних мов і перекладу  
Державного університету «Київський авіаційний інститут»*

## ТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ НЕОЛОГІЗМІВ В ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА НІМЕЦЬКОЇ МОВ)

**Анотація.** Стаття присвячена дослідженню способів творення та особливостей функціонування неологізмів в Інтернет-дискусі англійської та німецької мов. Мета статті – визначити найпоширеніші способи творення неологізмів в Інтернет-дискусі та особливості їх функціонування в англійській та німецькій мові. Встановлено, що Інтернет-дискурс є особливим середовищем, місцем реалізації та функціонування лексичних одиниць, які не існували раніше, однак зараз дозволяють ґрунтовно вивчити комунікативний потенціал мови. Виокремлено причини, які сприяють появі нових слів в Інтернет комунікації: безперервний розвиток мовної семантики; інтелектуально-психологічні закони сприйняття мови певним народом; ситуативність мовлення; індивідуально-авторська креативність; взаємний вплив лексичних одиниць, що належать до різних стилів мовлення; активні зміни в житті соціуму. Визначено фактори, що впливають на поширення нових лексичних одиниць в мережі Інтернет, як-от: популярність певної Інтернет платформи; мемна та «вірусна» тематика; вживання конкретного неологізму знаменитістю або політичним чи культурним діячем; глобалізаційні процеси. Доведено, що сучасний англійський та німецькомовний Інтернет-дискурс в основному поповнюється неологізмами шляхом морфологічного і семантичного словотворення, а також запозиченням іншомовних лексем та калькуванням. Встановлено, що неологізми англійського Інтернет-дискурсу як правило слугують матеріалом для запозичень в інших мовах, оскільки вільно поширюються та асимілюються в різні культури, при цьому дуже часто мають ідентичне звучання, написання та переклад як у вихідній, так і в цільовій мові. Неологізми в німецькому Інтернет-дискусі дозволяють вести швидко комунікацію, оскільки нові слова відображають стрімкий розвиток мови в просторі цифрової комунікації та є показником соціальних і культурних змін. Визначено, що неологізми постійно оновлюються залежно від суспільних змін, розвитку технологій, науки, техніки, мистецтва та культури, соціальних мереж, а, відтак функціонують у всіх сферах життєдіяльності людини щодня поповнюються та збагачують лексичний склад мови.

**Ключові слова:** неологізми, дискурс, медійний простір, мова, словотворення, неологізація мови.

**Постановка проблеми.** Словниковий склад кожної мови не стоїть на місці. Щодня з'являються слова на позначення нових термінів, понять та явищ. Процеси диджиталізації прискорили лінгвістичну еволюцію збагативши словниковий склад

мов термінами, що швидко створюються, розповсюджуються та активно входять у щоденний вжиток. Глобального характеру процес неологізації мови набув в Інтернет-дискусі у зв'язку з розвитком соціальних мереж, блогів, форумів та платформ для комунікації.

Мережа Інтернет – це унікальний простір для дослідження того, як мова відображає процеси, що відбуваються в суспільстві, і як традиційна лексика здатна набувати нових форм. Збільшення кількості інформаційних потоків, перенесення різних видів діяльності в онлайн-режими передбачає переосмислення Інтернет-спілкування та розуміння його як складника функціонування медійного простору. Багатоаспектність медіапростору дозволяє розглядати його на різних рівнях та з різних ракурсів, як-от: соціологічного, психологічного, лінгвістичного тощо [1, с. 95]. Це, своєю чергою, відображає складну комплексну природу сучасного інформаційно-комунікаційного середовища [2, с. 235–243].

Динаміка процесів розвитку мови в Інтернет-дискусі на тлі глобальних світових подій спричинює появу різноманітних неологізмів у медіапросторі. Сучасні процеси глобалізації, цифровізації та інформатизації викликають потребу у нових словах. Тому наявність великої кількості неологізмів в Інтернет-дискусі свідчить про гнучкість та адаптивність сучасних мов світу [1, с. 95–96].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасному мовознавстві велика кількість наукових розвідок спрямована на вивчення процесів неологізації мови. Учені досліджують принципи класифікації неологізмів та особливості їхнього вжитку у різних мовах світу [3; 4]; вивчають способи утворення нових лексичних одиниць, а також їх функціонування у різних типах дискурсів [5; 6; 7; 8]; студіюють неологізми з погляду перекладознавства [9; 10]. Проте на сучасному етапі відсутнє цілісне дослідження способів творення та функціонування неологізмів англійської та німецької мов в Інтернет-дискусі.

**Мета статті** – визначити найпоширеніші способи творення неологізмів в Інтернет-дискусі та особливості їх функціонування в англійській та німецькій мові.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** З розвитком нових технологій з'явилося нове міжособистісне комунікативне середовище. Саме воно визначає новий сучасний тип дискурсу – Інтернет-дискурс (або Інтернет-комунікацію, відповідно до праць деяких науковців [11, с. 22]. Інтернет-дискурс є особливим середовищем, місцем реалізації та функціону-

вання лексичних одиниць, які не існували раніше, однак зараз дозволяють ґрунтовно вивчити комунікативний потенціал мови [11].

Поява нових мовних форм відбувається паралельно з розвитком технологій. Нові технології та поява Інтернету вимагають створення нових способів спілкування, що призводить до змін у тому, як люди використовують мову в її різних формах, включаючи розмовну та письмову [12, с. 43]. Адже мова, перш за все, покликана задовольнити потребу людей у спілкуванні.

Сучасний Інтернет-дискурс поповнюється новими лексичними одиницями чи не щодня. Загалом у сучасному мовознавстві неологізми визначаються як нещодавно створені слова, які є новими для більшості членів мовленнєвої спільноти й ще не увійшли до мови загального вжитку [13, с. 60].

На думку деяких дослідників, поняття «неологізм» достатньо широке і охоплює як лексичні інновації, так і запозичені слова, а також ті лексичні одиниці, що набули нових значень [14, с. 469].

Мовні особливості Інтернет-дискурсу характеризуються яскравою індивідуальністю, що виражається як у творенні неологізмів, так і їх функціонуванні та співіснуванні. У сучасному мовознавстві існує думка, що завдяки цьому лексика Інтернет-дискурсу сформувалася у своєрідну підсистему з власними мовними ознаками й специфічними соціокультурними характеристиками. Сучасна лексична система Інтернет-дискурсу жваво розвивається за допомогою лексичних засобів виразності. Учасники Інтернет-спілкування вживають переносні значення слів, користуються лексичними одиницями, співвідносними з певними лексичними групами. Усі ці явища відповідають загальним тенденціям неологізації мови й у той же час визначають винятковість Інтернет-дискурсу [14, с. 470].

Серед причин, які сприяють появі нових слів в Інтернет комунікації дослідники виокремлюють такі: безперервний розвиток мовної семантики; інтелектуально-психологічні закони сприйняття мови певним народом; ситуативність мовлення; індивідуально-авторська креативність; взаємний вплив лексичних одиниць, що належать до різних стилів мовлення; активні зміни в житті соціуму [15, с. 44].

Варто виокремити основні фактори, що впливають на поширення нових лексичних одиниць в мережі Інтернет: популярність певної Інтернет платформи (терміни часто виникають на певних платформах, наприклад Twitter, TikTok); мемна та «вірусна» тематика («вірусні» тенденції сприяють розповсюдженню неологізмів); вживання конкретного неологізму знаменитістю або політичним чи культурним діячем (популяризує неологізм серед населення); глобалізаційні процеси (мережа Інтернет уможливіє міжкультурний обмін, що, своєю чергою стирає мовні кордони та допомагає неологізму розповсюдитись по всьому світу). Відтак, виокремлення факторів, що впливають на поширення нових лексичних одиниць в Інтернеті, має вирішальне значення, оскільки вони не лише демонструють, як швидко розвивається мова в епоху цифрових технологій, але й підкреслюють роль Інтернету як глобальної єдиної сили у формуванні сучасного активного словника [16, с. 71].

Сучасний англійський та німецькомовний Інтернет-дискурс в основному поповнюється неологізмами шляхом морфологічного і семантичного словотворення, а також запозиченням іншомовних лексем та калькуванням (рис. 1).

Серед шляхів морфологічного словотворення переважають такі способи як словоскладання, основокладання, афіксація та аббревіація. Для прикладу, в англійській мові дуже популярним способом творення неологізмів Інтернет-дискурсу

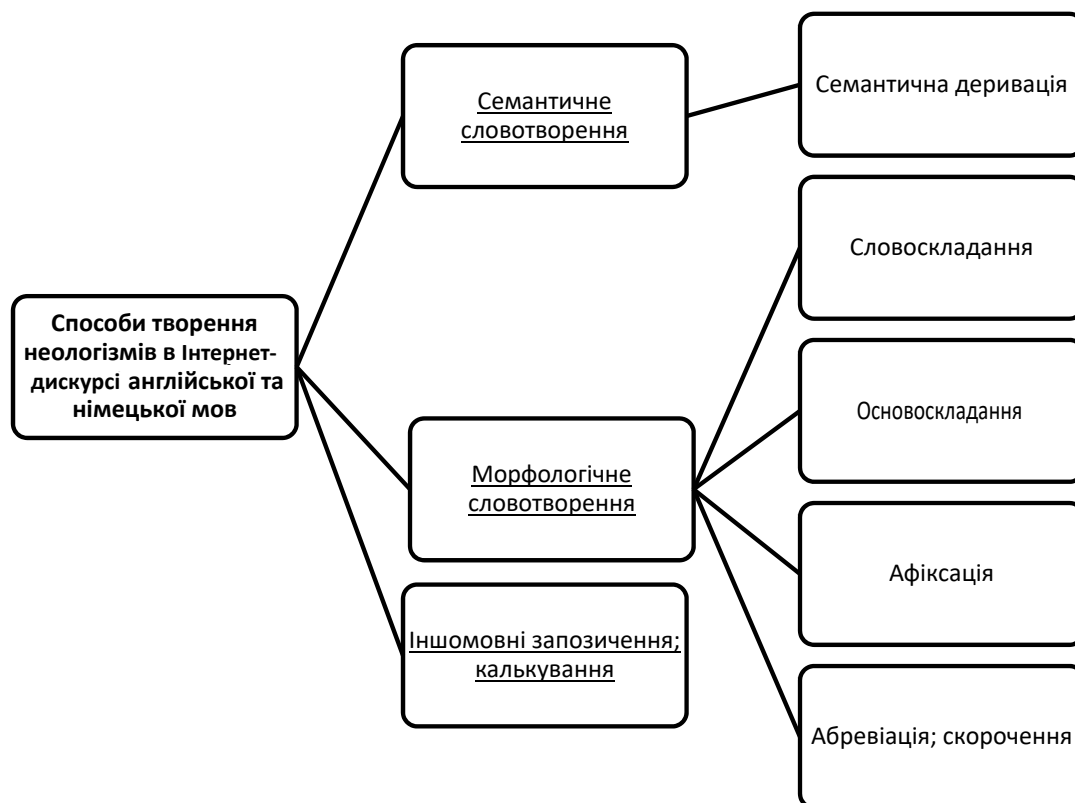


Рис. 1. Способи творення неологізмів в Інтернет-дискурсі англійської та німецької мов

є саме основокладання (поєднання основ двох або більше слів у складні композити). Щоб проілюструвати вищезазначене скористуємось словником *The Merriam-Webster Thesaurus* [17] та розглянемо такі неологізми, як-от: **malware** (“malicious” + “software”) – *software designed to interfere with a computer's normal functioning*; **netroots** (“Internet” + “grassroots”) – *the grassroots political activists who communicate via the Internet especially by blogs*;

Словоскладання послугувало для творення таких неологізмів, як-от: **webinar** (“web” + “seminar”) – *a live online educational presentation during which participating viewers can submit questions and comments*; **blogosphere** (“blog” + “sphere”) – *all of the blogs or bloggers on the Internet regarded collectively*.

Варто зазначити, що як під час основокладання, так і під час словоскладання, форма компонентів новоутворень може дещо видозмінюватись, а також між основами можуть додаватись морфеми зв'язку, як видно з прикладів вище.

Останнім часом англomовний Інтернет-дискурс активно поповнюється різноманітними аббревіатурами. І це не дивно, адже мова Інтернет-технологій завжди прагне до якомога лаконічнішого вираження значень. Серед найпопулярніших аббревіацій в англomовному мережевому просторі зустрічаються зокрема такі: **AFK** – *away from keyboard*; **ATM** – *at the moment*; **B4** – *before*; **GJ** – *good job*; **IMHO** – *in my humble opinion* тощо. Як видно з прикладів, індивідуально-авторська креативність не має меж у творенні Інтернет-неологізмів, де аббревіатури можуть утворюватись навіть за допомогою використання чисел.

Афіксація також робить свій внесок у появу нових слів в англomовному Інтернет-дискурсі. Так, в англійській мові виокремлюють цілий ряд пов'язаних з Інтернетом префіксів, як-от: *e-, i-, cyber-, info-, techno- i net-*. Вони додаються до широкого спектра наявних слів, щоб описати нові концепції, пов'язані з Інтернетом чи комп'ютерними технологіями. Прикладами новоутворень з такими префіксами можуть слугувати неологізми **cyberspace** – *the online world of computer networks and especially the Internet*; **e-commerce** – *commerce conducted via the Internet*; **technocrat** – *a scientist or technical expert and especially one with much authority*.

Яскравим прикладом семантичної деривації в англійському Інтернет-дискурсі є неологізм **google**, що походить від назви пошукової системи Google й описує дію, спрямовану на пошук інформації у зазначеній системі (*to use the Google search engine to obtain information about (someone or something) on the World Wide Web*).

Неологізми англomовного Інтернет-дискурсу як правило слугують матеріалом для запозичень в інших мовах, оскільки вільно поширюються та асимілюються в різні культури, причому дуже часто мають ідентичне звучання, написання та переклад як у вихідній, так і в цільовій мові.

Що стосується неологізмів німецького Інтернет-дискурсу, то найчастіше вони відображають розвиток цифрових технологій, соціальних мереж і нових культурних тенденцій. Їх можна класифікувати за способами творення, а також за функціями, які вони виконують у комунікації. Варто виокремити такі способи творення неологізми в німецькому Інтернет-дискурсі, як-от: запозичення, словоскладання, аббревіація, скорочення та калькування.

Досить поширеними в німецькому Інтернет-дискурсі є запозичення з англійської мови, наприклад **liken** (від англ. “like”) – *означає поставити «вподобайку»*; **swipen** (від “swipe”) – *проводити пальцем по екрану*. Словоскладання – утворення нових слів шляхом об'єднання вже наявних слів, наприклад **der Selfiestick** – *палка для селфі (“Selfie” + “Stick”)*; **die Datenschutzverletzung** – *порушення захисту даних (“Datenschutz” + “Verletzung”)*.

Абревіації та скорочення – дуже поширений спосіб словотворення неологізмів в німецькій мові, оскільки забезпечують зручність швидкого спілкування, наприклад **LOL** (від англ. “Laughing Out Loud”) – *голосно сміятися*; **FAQ** (від англ. “Frequently Asked Questions”) – *часті запитання (використовується як акронім без перекладу)*.

Семантична деривація в німецькому Інтернет-дискурсі є досить поширеною, оскільки завдяки їй відбуваються зміни або розширення значення наявних слів з метою адаптації їх до нових контекстів, наприклад: **Cringe** (від англ. “cringe”) – *сором'язлива або неприємна поведінка, яка змушує інших відчувати сором*. Семантичні деривати показують, як динамічно мова використовується в мережі Інтернет, відображають її гнучкість та адаптивність до мінливих потреб спілкування.

Калькування, своєю чергою, передбачає переклад запозичених слів за їх структурою, тобто дослівне копіювання форми слова, наприклад **das Handy** – *мобільний телефон (від англ. “handy” – зручний)* [18].

Неологізми в німецькому Інтернет-дискурсі дозволяють вести швидку комунікацію, оскільки слова на кшталт *liken, swipen* добре всім відомі та зрозумілі, вони відображають стрімкий розвиток мови в просторі цифрової комунікації. Неологізми не лише формують спосіб взаємодії людей в Інтернеті, а і є показником соціальних і культурних змін.

Варто зауважити, що неологізми постійно оновлюються залежно від суспільних змін, розвитку технологій, науки, техніки, мистецтва та культури, соціальних мереж, а, відтак функціонують у всіх сферах життєдіяльності людини щодня поповнюють та збагачують лексичний склад мови.

**Висновки.** Отже, способи творення та особливості функціонування неологізмів завжди є актуальним питанням лінгвістичних досліджень, оскільки щодня у вжитку з'являються нові слова, що збагачують мову та оновлюють її склад. Завдяки неологізмам людство має можливість номінувати нові процеси, події, винаходи та явища. Сучасний англomовний та німецькомовний Інтернет-дискурс поповнюється неологізмами шляхом морфологічного і семантичного словотворення, а також запозиченням іншомовних лексем та калькуванням. Саме тому неологізми Інтернет-дискурсу відкривають можливості для здійснення наукових досліджень завдяки динамічності мовної системи. Специфіка їх створення, розповсюдження та широке впровадження підкреслюють глибокий вплив цифрової культури на людське спілкування.

**Перспективи подальших наукових досліджень** вбачаємо в аналізі особливостей творення та функціонування неологізмів в різних типах дискурсів.

#### Література:

1. Chetverikova O. R. Neologisms of Modern Media Space. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія.* 2023. № 60. Т. 2. С. 95–98.

2. Грицай С. Визначення поняття «медіа простір» з позицій між-дисциплінарного підходу. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2012. Вип. 36. С. 235–243.
3. Ладоня К. Ю. Неологізми в українській мові: сутність, визначення, принципи класифікації та функціонування. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2018. № 36. Т. 1. С. 38–40.
4. Шутова М. О. Неологізми в сучасній англійській мові. *Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Філологія, педагогіка, психологія*. 2010. Вип. 21. С. 79–85.
5. Пашинська Л. М. Фразеологічні неологізми в сучасному українському мас-медійному дискурсі : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2011. 23 с.
6. Кондратенко Н. В. Неологізми в сучасному українському політичному дискурсі: семантико-словотвірний аспект. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*. 2014. № 37. С. 151–156.
7. Тимошук Н. М. Неологізми на позначення явищ COVID-19: морфологічний аспект. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип. 35. Т. 5. С. 168–172.
8. Колоїз Ж. В. Семантичні неологізми як результат семантичної деривації. *Актуальні проблеми філології і методики викладання мов*. 2004. С. 54–61.
9. Костенко О. Г. Сучасні англійські неологізми способи їх перекладу українською мовою. *Закарпатські філологічні студії*. 2020. Вип. 13. Т. 2. С. 97–100.
10. Куц Е. О. Англійські політичні неологізми як перекладацька проблема. *Проблеми семантики слова, речення та тексту*. 2010. Вип. 2. С. 220–228.
11. Boychuk, N., Kharkavtsiv I. Peculiar features of the English Internet discourse: pragmatic and sociolinguistic aspects. *Проблеми гуманітарних наук: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологія»*. 2019. Вип. 44. С. 19–27. DOI: 10.24919/2522-4557.2019.44.19 4810. (дата звернення: 25.10.2024).
12. Bodo A., Lee C. K. M. Changing Forms of Language and Literacy: Technobabble and Mobile Phone Communication. *Literacy and Numeracy Studies*. 2002. № 12 (1). P. 43.
13. Kerremans D., Stegmayr S., Schmid H. J. The NeoCrawler: Identifying and Retrieving Neologisms from the Internet and Monitoring Ongoing Change. *Current Methods in Historical Semantics*. 2012. Pp. 59–96.
14. Очеретян Т., Марченко В. Особливості функціонування лексичних інновацій у сучасному англомовному Інтернет-дискурсі. *Молодий вчений*. 2020. № 11 (87). С. 468–471.
15. Стишов О. А. Неосеманти в сучасному українськомовному Інтернет-дискурсі. *Studia Linguistica*. 2022. Вип. 21. С. 41–56.
16. Скибицька Н. В. Словотворення в Інтернет-дискурсі. *Science and Education a New Dimension. Philology*. 2017. V. 33. Issue 123. Pp. 71–74.
17. The Merriam-Webster Thesaurus. URL: <https://www.merriam-webster.com/thesaurus> (дата звернення: 5.11.2024).
18. Neologismenwörterbuch. *OWID*. URL: <https://www.owid.de/docs/neo/start.jsp> (дата звернення: 22.10.2024).

**Kondratiuk L., Yukhnovets N. Creation and functioning of neologisms in the Internet discourse (based on English and German)**

**Summary.** The article is devoted to the study of the methods of creation and specifics of the functioning of neologisms in the Internet discourse of English and German. The purpose of the article is to determine the most common methods of creation of neologisms in the Internet discourse and the features of their functioning in English and German. It is established that the Internet discourse is a special environment, a place of implementation and functioning of lexical units that did not exist before but now allow one to conduct a thorough study of the communicative potential of the language. The reasons that contribute to the appearance of new words in Internet communication are identified: the continuous development of linguistic semantics; intellectual and psychological laws of language perception by certain people; the situational nature of speech; individual-authorial creativity; the mutual influence of lexical units belonging to different styles of speech; and active changes in the life of society. Factors that influence the spread of new lexical units on the Internet are identified as follows: the popularity of a certain Internet platform; meme and “viral” topics; use of a specific neologism by a celebrity or a political or cultural figure; and globalization processes. It has been proven that modern English- and German-speaking Internet discourse is mainly replenished with neologisms through morphological and semantic word formation, as well as borrowing foreign lexemes and calques. It has been established that neologisms of English-speaking Internet discourse usually serve as material for borrowings in other languages since they are freely distributed and assimilated into different cultures and very often have identical sound, spelling, and translation in both the source and target languages. Neologisms in German Internet discourse allow one to make rapid communication since new words reflect the rapid development of language in the space of digital communication and are an indicator of social and cultural changes. It has been determined that neologisms are constantly updated depending on social changes, the development of technology, science, engineering, art, culture, and social networks, and therefore function in all spheres of human life, daily replenishing and enriching the lexical composition of the language.

**Key words:** neologisms, discourse, media space, language, word formation, neologization of language.



Кулібаба В. О.,  
аспірант з 2023 року навчання,  
асистент кафедри англійської філології  
Львівського національного університету імені Івана Франка

## МОДЕЛІ АНГЛІЙСЬКИХ БІБЛЕЇЗМІВ У ЛЕКСИЧНОМУ ТА СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНОМУ ВИМІРАХ

**Анотація.** У статті здійснено комплексний аналіз англійських біблеїзмів у лексичному та структурно-семантичному контекстах, зокрема їх трансформації з давньогрецької мови через переклади Біблії, з фокусом на вплив англійських версій, зокрема Біблії короля Якова. Стаття досліджує, як біблійні фрази, що походять з давньогрецької мови, адаптуються в англійському перекладі та використовуються в різних соціокультурних контекстах. Метою дослідження є виявлення лексичних, культурних і історичних змін, які виникають у процесі перекладу та адаптації біблійних виразів в англійській мові, а також аналіз етапів перекладу та їхнього впливу на мовне середовище в різні історичні періоди – від Біблії короля Якова до сучасних перекладів.

Методологія дослідження включає використання макрофілологічного підходу з застосуванням описово-аналітичних та індуктивних методів, а також структурно-семантичного аналізу для виявлення закономірностей функціонування фразеологізмів. Спеціальну увагу приділено аналізу біблійних виразів через призму лексичних та семантичних змін, що відбуваються при їх перенесенні з давньогрецької мови на англійську. Окремо розглянуто застосування ресурсів, зокрема корпус GloWbe, для вивчення варіацій використання біблеїзмів у сучасному англійському дискурсі, що дозволяє здійснити порівняльний аналіз за різними соціокультурними параметрами.

Дослідження також включає аналіз деяких біблійних виразів, таких як *In the beginning was the Word і the Word was made flesh*, в контексті їхнього використання в англійській мові через різні етапи історії та в різних варіантах англійської, таких як американська та британська англійська. Результати показують, як ці фрази змінюють свою форму та значення залежно від культурних та історичних умов. У статті підкреслено важливість перекладацької діяльності для формування мовної та культурної свідомості, а також роль біблійних виразів у розвитку англійської фразеології.

**Ключові слова:** Біблія короля Якова, міжмовні впливи, англійська мова, давньогрецька мова, лексика, фразеологічні біблеїзми.

**Мета дослідження** полягає в комплексному аналізі англійських біблеїзмів у контексті їхнього походження з давньогрецької мови, зокрема виявленні лексичних, культурних і історичних змін, які відбуваються в процесі перекладу та адаптації біблійних виразів. Метою є з'ясувати, як давньогрецькі конструкції і фразеологізми трансформуються в англійському перекладі Біблії, як вони впливають на англійське суспільство, а також визначити, як етапи перекладу, зокрема період короля Якова, XIX століття та сучасні часи, впливають на адаптацію та використання біблеїзмів в англійській мові. Такий підхід дозволить

глибше зрозуміти роль біблійних виразів у формуванні мовної та культурної свідомості англійських спільнот, а також розкрити механізми мовних змін, пов'язаних з перекладами Біблії.

**Методологічна база** дослідження охоплює роботи дослідників з різних наукових напрямів, зокрема лінгвістики тексту, фразеологічної семантики, фразеологічного моделювання, а також когнітивної лінгвістики та культурної антропології. Особливу увагу приділено вивченню мовних конструкцій через призму людського досвіду, де мова виступає не лише інструментом комунікації, а й відображенням культурних та когнітивних механізмів. У межах цього підходу аналізуються не лише семантичні зміни в структурі фразеологізмів, а й їхнє функціональне використання в різних контекстах, що дозволяє виявити взаємодію між мовними, соціальними та культурними факторами.

У дослідженні застосовано макрофілологічний підхід, який запозичено у дослідників Бехти І. та Матвієнків О. [1], бо він ґрунтується на загальнонаукових **методах**: описово-аналітичний та індуктивний методи – для виявлення закономірностей дієвості фразеологічних одиниць у художньому тексті; а також різноманітні лінгвістичні методи такі, як структурно-семантичного аналізу, компонентного аналізу, семантичної ідентифікації, а також метод суцільної вибірки - для отримання достовірних результатів дослідження.

**Результати дослідження викладені у наступних положеннях:** 1) Виявлено, що багато біблійних виразів, що походять з давньогрецької мови, зазнають значних змін під час перекладу на англійську. 2) Порівняння перекладів, зокрема між періодом короля Якова і сучасними версіями, виявило, що культурні та соціальні зміни впливають на інтерпретацію біблійних висловів. 3) Використання біблійних виразів у сучасному англійському мовленні, зокрема в Інтернеті та мас-медіа, демонструє тенденцію до зміни їх контексту та значення.

**Постановка проблеми:** Незважаючи на велику кількість праць і досліджень фразеологізмів, зокрема біблійного походження, в англійській мові, а також у порівнянні з українською, саме дослідження англійських біблеїзмів у контексті давньогрецької мови є менш вивченим. На нашу думку, ця проблема є вузькоспеціалізованою темою, яка вимагає не лише аналізу лексичних одиниць, запозичених з Біблії, а й вивчення культурних, історичних і мовних відмінностей між англійською та давньогрецькою мовами. Вивчення біблійних виразів через призму давньогрецької мови дає змогу не тільки проаналізувати їхній лексичний склад, але й виявити, як ці вирази впливали на світогляд, мораль та релігійні практики мовних спільнот, що їх використовували. Давньогрецька мова, як мова оригіналу Нового Завіту, має специфічні конструкції та фразеологічні одиниці,

які не завжди можна безпосередньо перенести в англійську або українську мови. Порівняльне вивчення цих мов дозволяє виявити не лише прямі лексичні запозичення, а й культурні переноси, що виникли внаслідок перекладу та адаптації біблійних текстів у нових мовних умовах. Такий підхід відкриває нові горизонти для розуміння механізмів мовних змін у контексті релігійних перекладів. На нашу думку, вивчення англійських біблеїзмів у контексті давньогрецької мови також потребує аналізу етапів, на яких ці вирази потрапляли в англійську мову. Наприклад, зміни в інтерпретації та адаптації біблійних виразів можуть бути різними в залежності від того, чи йдеться про період перекладу Біблії короля Якова, XIX століття чи наш час. Кожен з цих періодів надавав свої особливості у використанні біблеїзмів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематикою та порівняльним аналізом біблійних виразів і їхніх відповідників у давньогрецьких текстах займалися такі лінгвісти та культурологи як Девід Джон Деніелл (David Daniell), який досліджував історичні та культурні зв'язки між Біблією в англійському перекладі (особливо в перекладі Тиндала, зусилля якого відкрили шлях до понад трьох тисяч перекладів Біблії англійською мовою з оригінальних грецьких та єврейських текстів) і оригінальними текстами на давньогрецькій мові [2]. Його роботи зосереджені на вивченні того, як біблеїзми в англійській мові, що стали частиною релігійної та літературної традиції, мають свої корені в давньогрецьких перекладах Біблії. Даніел аналізує значний вплив таких ключових перекладів, як Біблія Ковердейла, Женева Біблія та Біблія короля Якова, а також внесок американських перекладачів, зокрема після публікації Американської Стандарної Версії в кінці XX століття; Уолтер Бауер (Walter Bauer), який працював з текстами Нового Заповіту, написаними давньогрецькою мовою, і аналізував, як ці тексти вплинули на пізніші переклади, зокрема на англійську Біблію [3]. Його дослідження включали вивчення того, як давньогрецькі слова та вирази були інтерпретовані в англійських перекладах і як вони стали частиною англійських біблеїзмів. Чарльз Август Бриггс (Charles Augustus Briggs) спеціалізувався на порівняльному аналізі біблійних текстів, включаючи дослідження взаємодії між давньогрецьким текстом та англійським перекладом Біблії [4]. Його роботи включають аналіз того, як біблійні фразеологізми, що мають корені в старогрецькому тексті, були адаптовані в англійській мові та стали невід'ємною частиною англійських фразеологічних виразів. Сучасними українськими дослідниками є Черкас Наталія, яка досліджувала ідіоматику англійської мови і проводила порівняльний аналіз фразеології в англійській мові, зокрема досліджуючи біблійні вирази у повоєнному американському романі [5], Вакарюк Руслан у своєму дисертаційному дослідженні структурував біблійні фразеологізми у сучасній англійській мові, проаналізував семантичний та когнітивні аспекти [6]. Не можемо не згадати Девіда Кристала (David Crystal) [7], провідного лінгвіста, фразеологічні дослідження якого часто наголошують важливість фразеології в різних аспектах мовного розвитку, від культурних до когнітивних. Його роботи мають значний вплив на розуміння того, як фразеологізми формують мовний ландшафт і відображають соціокультурні процеси.

**Виклад матеріалу.** Визначення самого терміну *біблеїзм* знаходимо у дослідниці Оксани Дзери [8; 139] у двох контекстах – літературознавчому і лінгвістичному. Нас цікавить саме

лінгвістичний контекст, у якому *біблеїзм* у широкому сенсі розглядається як слово чи словосполучення, що має біблійне походження або асоціюється з Біблією. Це підтверджує термін *Biblicism* у англійській мові: “adherence to the letter of the Bible” [9]. Тобто дотримання чи й слідування буквальному тексту, або й слова в Біблії. Ми погоджуємося з твердженням Оксани Дзери, що важливим критерієм розмежування прецедентних одиниць (біблеїзмів) і не прецедентних одиниць, які беруть свій початок з Біблії, є визначення вторинних контекстів, у яких біблійні висловлювання можуть бути використані [8; 140]. Саме такий поділ ми бачимо у Девіда Кристала, який проаналізував вживання сталих біблійних висловлювань в різних контекстах. Згідно з думкою дослідника, введення біблійного висловлювання до мовної системи підтверджується такими ознаками: 1) вживання цього висловлювання тими, хто є номінальними християнами, не сповідує християнства або не має релігійних переконань; 2) застосування цього висловлювання поза релігійним контекстом, що нерідко призводить до його зміни або модифікації з метою досягнення певного (іноді каламбурного) ефекту [7; 131].

Цього разу здійснено спробу розглянути англійські біблеїзми через призму класифікації їх Девідом Кристалом і простежити вживання їх у корпусі, використовуючи ресурс GloWbe. Корпус складається з 1,9 мільярда слів, зібраних з 1,8 мільйона веб-сторінок, що належать до 340 000 вебсайтів з 20 англійських країн. Можливість простежити метадані (країна, жанр, URL, назва, кількість слів тощо) для всіх 1,8 мільйона веб-сторінок є неабиякою допомогою у спробі детально аналізувати контекстуальні варіації біблеїзмів та їхнє вживання в різних соціокультурних і мовних середовищах, що дозволяє розширити розуміння їх функціонування у сучасному англійському дискурсі. Також надаються приклади використання GloWbe для порівняння діалектних відмінностей. За Девідом Кристалом ми виокремлюємо 178 біблійних висловлювань у Новому Завіті, які погруповані за темою [7].

Корпус англійської мови GloWbe [10] дає нам змогу проаналізувати вживання біблійних висловів у різних контекстах і у різний час. Як приклад, на рисунку 1, біблеїзм *In the beginning was the Word* (Євангеліє від Івана, 1-й розділ) показує, як біблійний вислів використовується в різних ситуаціях і в різні етапи історії. Найбільше ми спостерігаємо в онлайн ресурсах – 124 млн разів, але й першу колонку *Blog* ми можемо віднести до них, бо ця категорія є онлайн щоденниками, тому загальна кількість – 252,9 млн. При цьому пік використання припадає на період між 1995 і 1999 роками. З 2000 по 2019 роки спостерігається зниження частоти використання цього виразу.

На рисунку 2 зображено стовпчикову діаграму, яка показує частоту вживання вислову в різних варіаціях англійської мови. Перші шість відносяться до варіацій англійської мови внутрішнього кола (США, Канади, Великобританії, Ірландії, Австралії та Нової Зеландії), а інші країни, такі як Індія, Пакистан, Нігерія, Кенія, Сінгапур та деякі інші, представляють варіацію англійської мови зовнішнього кола. Як ми бачимо з таблиці, на першому місці за найбільшою кількістю вживань цього біблеїзму із певною трансформацією в США, а на другому місці – Великобританія.

Для детальнішого аналізу вживання цього фразеологічного біблеїзму в контексті, ми можемо вибрати варіацію англійської мови. Це дозволить нам переглянути перелік джерел, які були

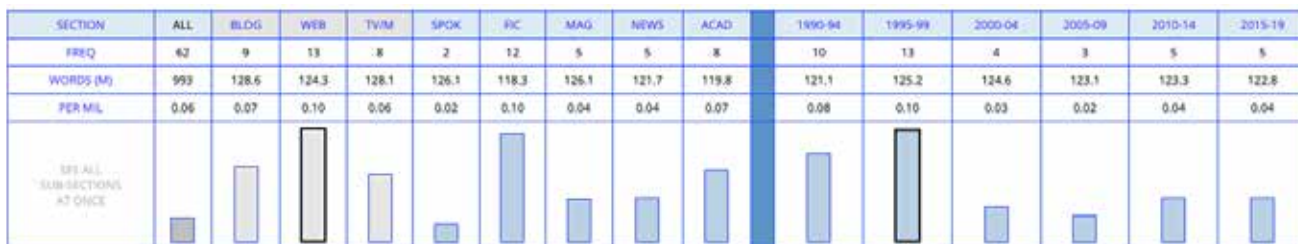


Рис. 1. Приклад вживання біблеїзму у різних контекстах

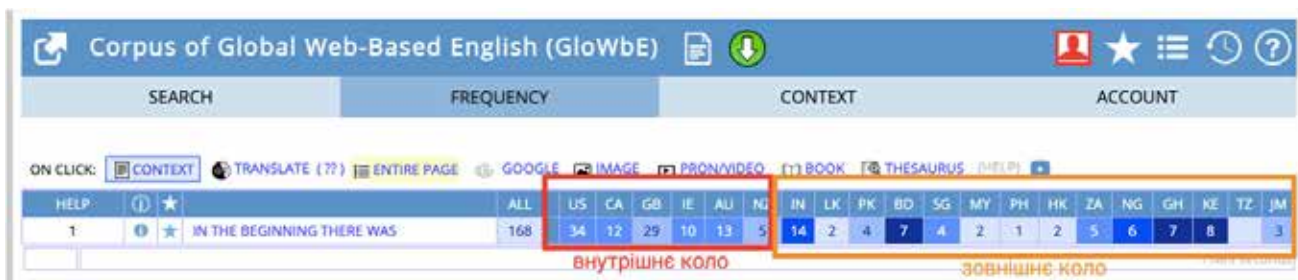


Рис. 2. Варіативність англійської мови

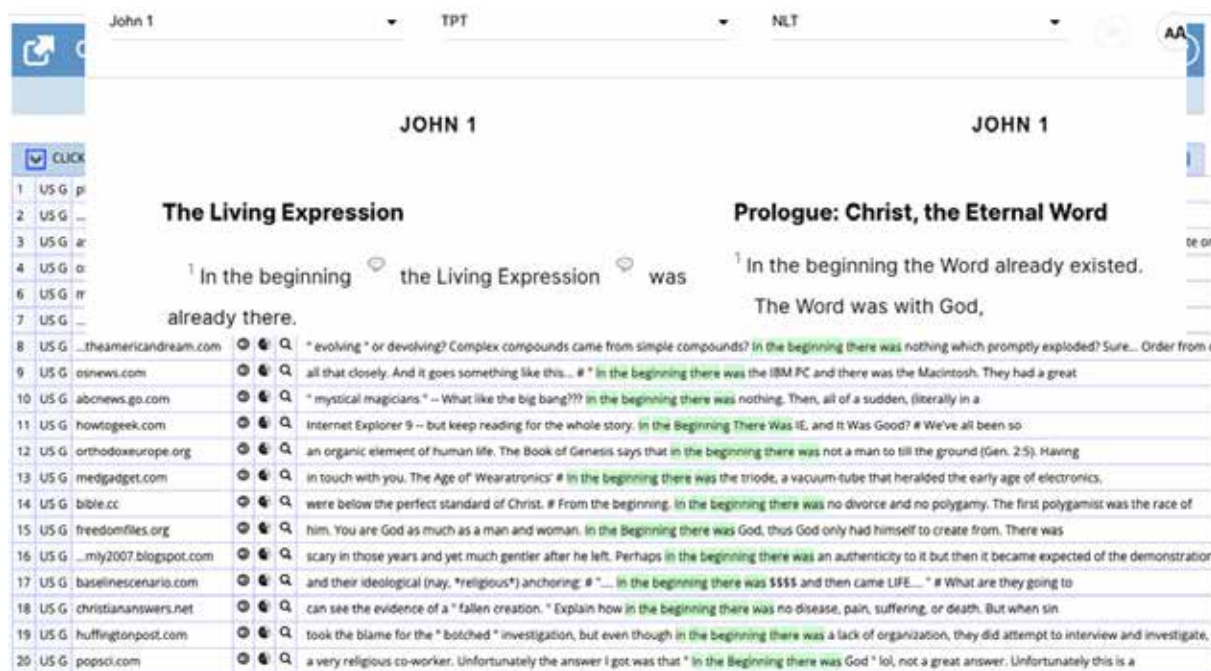


Рис. 3. Приклад вживання біблеїзму у варіації англійської мови US

включені до кількісного показника категорії вживання, зокрема у новинах, релігійних текстах, рекламі та інших матеріалах у варіації US.

Якщо подивитися цей вислів у давньогрецькому оригіналі, то можемо зауважити, що ні порядок слів, ні граматична конструкція не були змінені (рис. 4). Біблія короля Якова точно передає зміст оригіналу, але не всі сучасні переклади на англійську мову точно відтворюють давньогрецький текст. Для прикладу порівнюємо два переклади New Living Translation і The Passion Translation з онлайн ресурсу [11]. Бачимо, що давньогрецьке *logos* у першому перекладі TPT (The Passion Translation) перекладене як *Liv-*

*ing Expression*, тобто живе висловлювання або живе вираження, що додає певну конотацію, там, де на нашу думку, це зайве. У перекладі NLT (New Living Translation) додано слово *already*, тобто вже, чого немає в давньогрецькому оригіналі (рис. 5).

Розглянемо ще приклад біблійного фразеологізму *the Word was made flesh* (Свангеліє від ап. Івана 1:14). На рис. 6 показано частоту вживання - 88 разів, що вдвічі менше, за вживання попереднього біблійного вислову. Це, ймовірно, зумовлено тим, що вираз *the Word was made flesh* знаходимо у релігійному контексті корпусу і, з певною трансформацією, у блогах (рис. 7 і 8).

### Textus Receptus (Stephanus 1550)

G1722 G746 G2258 G3588 G3056 G2532  
 in beginning was the Word and  
 εν αρχη ην ο λογος και

Рис. 4. Перший вислів у давньогрецькому оригіналі

John 1 TPT NLT AA

JOHN 1 JOHN 1

**The Living Expression** **Prologue: Christ, the Eternal Word**

<sup>1</sup> In the beginning the Living Expression was already there. <sup>1</sup> In the beginning the Word already existed. The Word was with God,

Рис. 5. Приклад перекладу давньогрецького тексту у сучасних англomовних перекладах

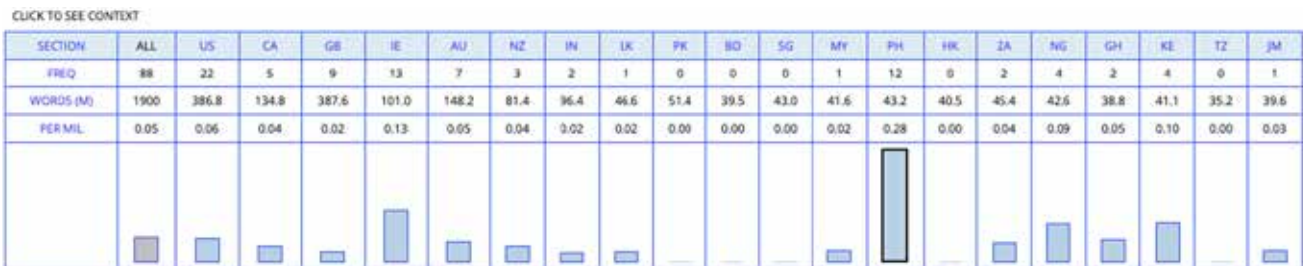


Рис. 6. Частота вживання виразу згідно з варіативністю англійської мови по країнах

63	PH B	jobert.blogspot.com	#Between "In the beginning..." and "the word was made flesh..." were 14 verses. It wasn't just one
64	PH B	jobert.blogspot.com	#. In the beginning was the Word. And the Word was made digital. From the printing press to the telegraph, from telegraph
86	US B	pjmedia.com	#its herd, running wild and causing devastation. The word was made popular by the colonial tales of Rudyard Kipling. # " Although
87	ZA G	theotokos.co.za	#creation of the world. It is true that the Word was made flesh in " the fullness of time " (Gal 4:4)
88	ZA B	scross.co.za	#are denied a crucial component of the Mass. The Word was made flesh, and we eat His Body that we might become His

Рис. 7. Приклади трансформації виразу у різних контекстах

Ще одним прикладом того, як Біблія короля Якова передає давньогрецький оригінал, змінюючи порядок слів у реченні для узгодження в англійській мові, бо в оригіналі цей фразеологізм виглядає так, як ми бачимо на рис. 8.

Особливу увагу заслуговує дієслово *ἐγένετο*, яке є медіально-пасивною формою від дієслова *γίνομαι*. Це дієслово має різні варіації у сучасних перекладах, що буде предметом наступного дослідження. Однак варто глянути у переклади TPT і NLT, і ми знову помічаємо вживання *Living Expression* у TPT (рис. 9). В корпусі варіації англійської мови GB немає жодного релігійного контексту, у якому вживалося б це словосполучення (рис. 10.)

У інших варіаціях англійської мови контекстуально відсутнє застосування цього словосполучення як таке, що має біблійне походження. У перспективі можна було б дослідити,

який аналог давньогрецького оригіналу використано у перекладі короля Якова та наскільки він відповідає первісному значенню. Схожим питанням займався Михайло Білінський, досліджуючи синоніміку англійських дієслів та їх семантичні відстані [12].

**Висновки.** Дослідження дало змогу з'ясувати, що біблійні вирази, які походять з давньогрецької мови, зазнають значних змін при перекладі на англійську. Це стосується не тільки лексичних варіацій, але й зміни в їх семантичному навантаженні через адаптацію до нових культурних і мовних умов. Порівняння різних перекладів Біблії, зокрема версії короля Якова, перекладів XIX століття та сучасних версій, виявило, що кожен етап має свої особливості у трактуванні біблійних виразів. Зміни в культурному контексті англomовних спільнот, соціальні трансформації та еволюція мовних норм значно

## Textus Receptus (Stephanus 1550)

G2532 G3588 G3056 G4561 G1096 G2532  
 And the Word flesh was made and  
 και ο λογος σαρξ εγενετο και

Рис. 8. Приклад другого висліву у давньогрецькому оригіналі

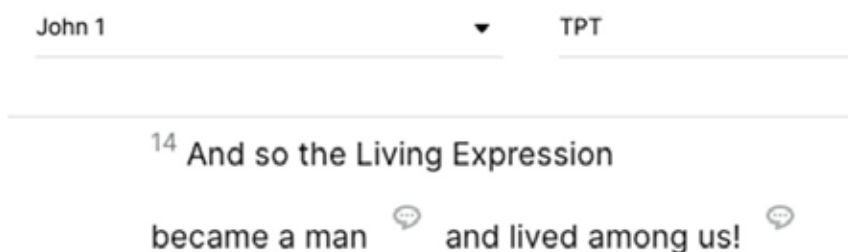


Рис. 9. Приклад перекладу другого висліву у сучасних англійських перекладах

3	GB G	guardian.co.uk	#surface of his wife's portrait to bring her living expression - "mockery for the most part with a background of pathos"
4	GB G	leargas.blogspot.com	#of total reality. This reality should be found in a living expression in of active participation of all Irish people everywhere. A wonderful and exciting
5	GB G	guardian.co.uk	#be done: Swafa seemed to be the living expression of what Haarde was describing. She rejoiced in the civilised generosity of the
6	GB G	...millbanksystems.com	#just as it is, for it is the living expression of our national life, and life involves continual growth and continual change.

Рис. 10. Приклад контексту, де вживається вислів living expression

впливають на адаптацію біблійних вислівів у сучасному англійському дискурсі. Використання біблійних виразів у сучасному англійському мовленні, зокрема в Інтернеті та масових медіа, демонструє тенденцію до зміщення їх контексту. Біблійні вислови, такі як «*In the beginning was the Word*» або «*the Word was made flesh*», часто використовуються в неконвенціональних контекстах, що веде до їх семантичних змін, зокрема додавання нових конотацій або модифікацій для досягнення певного ефекту.

**Література:**

- Бехта І. А., Матвієнків О. С. Фразеологічний модус англійського художнього дискурсу : монографія / Іван Антонович Бехта, Ольга Степанівна Матвієнків. Львів - Рівне : Волин.обереги, 2022. 304 с.
- Daniell D. The Bible in English : Its history and influence. London: Yale University Press, 2003. 899 p.
- Walter B. Orthodoxy and Heresy in Earliest Christianity. 2nd ed. Mifflintown : Sigler Press, 1996. 326 p.
- A Hebrew and English lexicon of the Old Testament : with an appendix containing the biblical Aramaic / Briggs C. A. et al. Oxford [England] : Clarendon Press, 1906. 1127 p.
- Черкас Н. В. Мовно-стилістичні засоби відображення біблійних мотивів у повієнному американському романі : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Львів, 2004. 227 арк.
- Вакарюк Р. В. Біблійні фразеологізми в сучасній англійській мові: структурний, семантичний та когнітивний аспекти. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Чернівці – Львів, 2021. 253 с.
- Crystal D. Begat. The King James Bible and the English Language. New York: Oxford University Press, 2010. 327 p.
- Дзера О. Біблійна інтертекстуальність і переклад : англо-український контекст : монографія / Оксана Дзера. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2017. 490 с.
- Онлайн словник Merriam-Webster. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/biblicism> (дата звернення 20.11.2024)
- Онлайн ресурс GloWbe. URL: <https://www.english-corpora.org/glowbe/?c=glowbe&q=123279195> (дата звернення 25.11.2024)
- Версії Біблії онлайн : веб-сайт. URL: <https://www.bible.com/bible/1849/JHN.1.TPT?parallel=116> (дата звернення 24.11.2024)
- Білінський М. Е. Синоніміка англійського дієслова: Словник семантичних відстаней. – Львів: ЛДУ ім. Івана Франка, 1999. – XXXVI+382 с.
- Остапенко, С., Нестеренко, Д. Особливості функціонування біблійних вислівів в англійській та українській мовах. *Актуальні питання іноземної філології*. 2023. № 19. С. 45–51. doi: <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2023-19-8>
- Глуховцева К. Д. Складні питання сучасної української літературної мови. Вступ... Лексикологія. Фразеологія. Лексикографія : навчальний посібник. Вид. друге, доп. і переробл. Стрибильськ : Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», 2021. 265 с.
- Зацний Ю. А., Янков А. В. Лексичні та фразеологічні інновації англійської мови : Англійсько-український словник. Кременець : ВЦ КОГПА ім. Тараса Шевченка, 2021. 288 с.

**Kulibaba V. The Models of English Biblical Idioms in Lexical and Structural-Semantic Dimensions**

**Summary.** The article presents a comprehensive analysis of English biblical expressions in lexical and structural-semantic contexts, focusing on their transformation from Ancient Greek through Bible translations, with a particular emphasis on the influence of English versions, notably the King James Bible. The study investigates how biblical phrases originating from Ancient Greek are adapted in English translations and used in various socio-cultural contexts. The aim of the research is to identify the lexical, cultural, and historical changes that arise during the translation and adaptation of biblical expressions into English, as well as to analyze the stages of translation and their impact on the linguistic environment throughout

different historical periods – from the King James Bible to modern translations.

The research methodology employs a macrophilological approach, applying descriptive-analytical and inductive methods, as well as structural-semantic analysis to uncover patterns in the functioning of phraseological units. Special attention is given to the analysis of biblical expressions through the lens of lexical and semantic shifts that occur during their transfer from Ancient Greek to English. The study also explores the use of resources such as the GloWbe corpus to examine variations in the use of biblical expressions in contemporary English discourse, enabling a comparative analysis across different socio-cultural parameters.

The study further includes the analysis of specific biblical expressions, such as “*In the beginning was the Word*” and “*the Word was made flesh*”, in the context of their usage in English across different historical stages and English variants, including American and British English. The results demonstrate how these phrases change in form and meaning depending on cultural and historical conditions. The article highlights the importance of translation activities in shaping linguistic and cultural consciousness, as well as the role of biblical expressions in the development of English phraseology.

**Key words:** King James Bible, interlingual influences, English language, Ancient Greek, lexicology, biblical phraseology.

*Купчишина Ю. А.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри германської філології та перекладознавства  
Хмельницького національного університету*

## ЛІНГВОКОГНІТИВНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ХУДОЖНЬОГО ДИСКУРСУ

**Анотація.** У статті розглядаються основи лінгвокогнітивного підходу до аналізу художнього дискурсу, який об'єднує мовознавчі та когнітивні теорії для вивчення мови як відображення свідомості та мислення індивіда. Автор досліджує лінгвокогнітивне моделювання мовних процесів, що здійснюються під час сприйняття та інтерпретації художніх творів. Особлива увага приділяється вивченню рольових моделей, концептуальних метафор та схем, які формують структуру художнього тексту. Зазначається, що через лінгвокогнітивний підхід можна глибше зрозуміти, як художні тексти відображають культурні й соціальні феномени, а також як мовні засоби взаємодіють із когнітивними процесами, що забезпечують створення та сприйняття художньої реальності. Автор розкриває природу лінгвокогнітивних інструментів формування художніх образів; реконструює концептуальні схеми, що лежать в основі стилістичних засобів створення художніх образів та сприяють розкриттю нових і прихованих смислів у художній прозі. У статті розкрито поняття лінгвокогнітивних операцій та процедур – категорій, які допомагають описати механізми взаємодії між мовою та когнітивними процесами. Вони пояснюють, як у свідомості людини відбуваються процеси осмислення, переробки та модифікації інформації через мову, а також як мовні засоби відображають ці когнітивні зміни. Автором визначено такі лінгвокогнітивні операції, як: розширення, спеціалізація, модифікація та лінгвокогнітивні процедури трансформації, узагальнення та конкретизації, а також прийоми звуження, покращання, погіршення та поєднання. Особливу увагу приділено лінгвокогнітивній операції модифікації, спрямованій на трансформацію конвенційної концептуальної метафори, що породжує нові та оригінальні смисли. Ці механізми є важливими інструментами для створення та розуміння художнього дискурсу, оскільки вони дають змогу керувати значеннями, змінюючи фокус і глибину сприйняття того чи іншого елемента тексту. Стаття має на меті розширити межі традиційного аналізу художнього дискурсу та відобразити значення когнітивних моделей у формуванні авторської картини світу. Перспективним видається застосування запропонованої у статті методики дослідження стилістичних засобів і лінгвокогнітивних механізмів створення художніх образів для аналізу творів різних жанрів.

**Ключові слова:** концепт, концептуальна метафора, концептосфера, дискурс, когнітивні механізми, авторська картина світу.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями.** Вербалізація концептів, лінгвокогнітивне моделювання концептуальних метафор як засобів реалізації метафоричного

сприйняття непередметних сутностей полягає в освоєнні когнітивно-семантичного простору художніх образів. Інструментарієм на шляху до їхньої інтерпретації постають лінгвокогнітивні процедури, операції та механізми. Так, Л. І. Белехова наголошує, що лінгвокогнітивна процедура – це низка прийомів, що супроводжують лінгвокогнітивні операції на різних етапах створення художньої дійсності. Лінгвокогнітивна операція включає сукупність дій, спрямованих на створення художньої дійсності, а лінгвокогнітивні механізми є більш загальними теоретико-методологічними основами розуміння текстового світу [1].

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

На сьогодні у наукових розвідках існує багато інтерпретацій концептів. Дослідники розглядають концепт як: частину ментального лексикону, інші – відносять його до когнітивної системи світосприйняття, а треті – до сфери соціокультурної дійсності. Зокрема, І. Штерн визначає концепт, як дуальну ментальну сутність, яка має дві сторони, ментальну та мовну. Ментальна сторона – це об'єкт досконалої природи, певний образ, зумовлений культурою. Ця ментальна сутність також є прототипом групи похідних понять. Мовна сторона, у свою чергу, є засобом і формою об'єктивації концепту, оскільки дійсність відображається у свідомості індивіда за допомогою мови [2; 3].

О. Селіванова наголошує, що «концепт є інформаційною структурою свідомості, різносубстратною, певним чином організованою одиницею пам'яті, яка містить сукупність вербальних і невербальних знань про об'єкт пізнання, які отримуються за допомогою взаємодії п'яти психічних функцій свідомості з позасвідомим» [4]. Ж. Краснобаєва-Чорна вважає, що «концепт є багатовимірним утворенням, яке має багато ознак, таких як зв'язок із мовою, пам'ять, психіка, мислення, певний рівень абстрагування, етнокультурне забарвлення, момент переживання, специфікація, автореферентність, узагальнення, безтілесність, відкритість, вічність, динамічність, гнучкість, множинність складників, потенційна суб'єктивність, тривалість і складність формування, стереотипність і константність, кодованість у чуттєво-образних уявленнях, відображення ментальної дійсності, виконання пізнавальної функції, функції збереження знань про світ, структурування знання, орієнтування у світі» [5, с. 41].

Ми стверджуємо, що концепт є складною ментальною одиницею, яка відображає знання людини про речі, явища та процеси, що відбуваються в реальному світі. Концепти формуються на основі особистого досвіду людини, її культурного контексту та соціальної групи, до якої вона належить. У статті ми керуємося думкою О. Селіванової

і вважаємо, що концепт є інформаційною структурою свідомості, яка містить сукупність вербальних і невербальних знань про об'єкт пізнання.

Поняття концептуальної метафори безпосередньо пов'язане з визначенням концепту та теорією концептуального аналізу. Концептуальна метафора являє собою форму концептуалізації, що співвідноситься не з окремими об'єктами, а зі складними мисленнєвими просторами та породжує нові мовні об'єкти шляхом взаємодії різних концептуальних сфер. Згідно із результатами багатьох досліджень, концептуальна метафора – це форма концептуалізації, яка співвідноситься не з окремими об'єктами, а зі складними мисленнєвими просторами (ділянками чуттєвого або соціального досвіду), котрі, своєю чергою, співвідносяться через метафору з простішими чи конкретнішими просторами, що не піддаються спостереженню, через перенесення характеру концептуалізації простору, що піддається спостереженню (source domain), на простір, що не піддається безпосередньому спостереженню (target domain).

**Мега статті** полягає у виявленні лінгвокогнітивних інструментів формування художніх образів; реконструюванні концептуальних схем, що лежать в основі стилістичних засобів створення художніх образів та сприяють розкриттю нових і прихованих смислів у художній прозі.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Основним інструментарієм на шляху до інтерпретації та моделювання концептуальних метафор сьогодні залишаються лінгвокогнітивні операції процедури та механізми. Дослідженню лінгвокогнітивних операцій присвячені праці таких сучасних вчених як Л. І. Белехова, О. П. Воробйова, В. Г. Ніконова [6], З. Кьовечеш.

З. Кьовечеш виділяє чотири основні когнітивні механізми поетичного переосмислення базових концептуальних метафор, а саме: 1) *розширення* (extension), що передбачає появу в концептосфері джерела образу додаткової концептуальної складової чи складових; 2) *нарощування* (elaboration), основу якого складає зміна ракурсу концептуалізації; 3) *поєднання* (combination), яке базується на одночасній активації, накладанні декількох базових концептуальних метафор; 4) *перегляд* (questioning), мета якого поставити під сумнів прийнятність або доречність метафор, збережених у повсякденній свідомості.

У перших трьох випадках художнього переосмислення метафор, при їх розширенні, нарощуванні чи поєднанні, концептуальний аспект очуднення не виходить за межі стертих метафор, на відміну від тих контекстів, де базові концептуальні метафори зазнають докорінного перегляду [7, с. 20]. Аналізуючи концептуальні метафори, Л.І. Белехова виділяє лінгвокогнітивні операції *розширення*, *спеціалізації*, *модифікації* та лінгвокогнітивні процедури *трансформації*, *узагальнення* та *конкретизації*. Для конструювання переосмислених (оказіональних) метафор також залучають прийоми *звуження*, *покращення*, *погіршення* та *поєднання*. Згідно із результатами дослідження Л. І. Белехової, лінгвокогнітивна процедура – це низка прийомів, що супроводжують лінгвокогнітивні операції на різних етапах створення художньої дійсності. Лінгвокогнітивна операція включає сукупність дій, спрямованих на створення художньої дійсності, а лінгвокогнітивні механізми є більш загальними теоретико-методологічними основами розуміння текстового світу.

О. П. Воробйова виділяє лінгвокогнітивні операції розширення, спеціалізації, модифікації та процедури трансформації, узагальнення та конкретизації, які частково реалізуються у деяких прийомах концептуального аналізу, які «дозволяють наочно зобразити приховані текстові смисли» [8, с. 18]. Зокрема:

Операція **розширення** (extension) – поява у концептосфері джерела додаткового складника. Розглянемо наведений приклад, де концепт ЖИТТЯ асоціюється з очима: «*Life's what you see in people's eyes; life's what they learn, and, having learnt it, never, though they seek to hide it, cease to be aware of – what? That life's like that, it seems.*»

Таким чином, конвенційна концептуальна схема ЖИТТЯ – ЦЕ ОБ'ЄКТ (LIFE IS AN OBJECT) зазнає прийому розширення ЖИТТЯ – ЦЕ ОЧІ ЛЮДИНИ (LIFE IS HUMAN EYES).

Розглянемо ще один приклад, де, за допомогою операції **розширення** реконструюється концептуальна схема СМЕРТЬ Є СТАН (DEATH IS A STATE) в концептуальну модель СМЕРТЬ – ЦЕ СТОСУНКИ З ІНШИМИ (DEATH IS RELATIONSHIPS), яка зазнає перегляду, тобто обрах смерті сприймається як нова сходинка для подальшого життя: «*Death was defiance, death was an attempt to communicate; there was an embrace on death.*»

Операцією **нарощування** (elaboration) називають зміну ракурсу концептуалізації. У наведеному прикладі: «*But after life. The slow pulling down of thick green stalks so that the cup of the flower, as irt turns over, deluges one purple and red light.*». У контексті головним концептом є ЖИТТЯ, в той час як в розглянутому прикладі автор зміщує ракурс, порівнюючи життя після смерті із квіткою, що закриває свій бутон.

**Посднання** (combination) – одночасна активація, накладання, аж до злиття декількох базових концептуальних метафор: «*Readily our thoughts swarm upon a new object lifting it a little way, as ants carry a blade of straws so feverishly, and then leave it*» [8; 9].

Ми спостерігаємо, що використання одночасно декількох концептуальних моделей привертає увагу читача та виконує експресивну функцію, якої б не спостерігалось у разі використання в уривку одного концепту. У разі застосування лінгвокогнітивних операцій розширення, нарощування чи поєднання концептуальний аспект художніх образів не виходить за межі стертих метафор, на відміну від тих контекстів, де базові концептуальні метафори зазнають докорінного перегляду.

**Перегляд** (questioning) – відхилення від базової концептуальної метафори, постановка під сумнів прийнятності метафор, укоріненних у повсякденній свідомості, яка веде до появи додаткових концептуальних схем, які розкривають образ.

Реконструюємо на наступному прикладі метафоричну схему ЖИТТЯ – ЦЕ ЯВИЩЕ (LIFE IS PHENOMENON): «*Life was her disaster – her disgrace. It was her punishment to see sink and disappear here a man, there a woman, in this profound darkness, and she forced to stand here in her evening dress.*»

Шляхом залучення прийому **перегляду** наведена метафорична схема зазнає змін – ЖИТТЯ – ЦЕ КАТАСТРОФА (LIFE IS A DISASTER); ЖИТТЯ Є ПОКАРАННЯ (LIFE IS A PUNISHMENT); ЖИТТЯ Є ТЕМРЯВА (LIFE IS DARKNESS) і веде до появи додаткових концептуальних схем, які розкривають образ.

Для конструювання переосмислених (оказіональних) метафор також залучають прийоми *звуження*, *покращення*, *погіршення* та *посднання*.



**Модифікація** являє собою переосмислення, тобто процес реконструкції концепту у додаткову концептуальну схему під час якого руйнується архетипна концептуальна схема і створюється нова концептуальна модель.

До прикладу, зооморфна метафора, в основі якої лежить конвенційна метафорична схема СМЕРТЬ – ЦЕ ЖИВА ІСТОТА (DEATH IS A LIVING THING) зазнає модифікації і реконструюється у додаткову концептуальну схему СМЕРТЬ – ЦЕ БІЛИЙ ЛЕБІДЬ (DEATH IS A WHITE SWAN). Таке дивне сприйняття смерті справляє перлокутивний ефект на читача, змінюючи архетипні уявлення про це усталене поняття. Таким чином, змінюється звичне уявлення про «чорну» смерть на «білого» лебедя.

**Звуження** – це конкретизація значення концепту в мові перекладу. Звуження як лінгвокогнітивний прийом призводить до смислового розвитку концепту, який осмислюється через конвенційну метафоричну схему. До прикладу, концептуальна модель ЛЮДИНА – ЦЕ ТВАРИНА (HUMAN IS AN ANIMAL), в результаті дитячого сприйняття головного героя зазнає звуження ЖІНКА – ЦЕ МИШКА (WOMAN IS A MOUSE). Таким чином, поява у концептосфері ЖІНКА додаткової концептуальної складової конкретизує учуднений образ «жінка» за допомогою ознак тварини-мишки [10, с. 97–99].

Провівши лексико-семантичний та стилістичний аналіз текстових фрагментів у трилогії Сюзанни Колінз «The Hunger Games» («Голодні Ігри», розглянемо приклад, де реконструюємо концептуальну метафору (DEATH IS REBELLION/ СМЕРТЬ – ЦЕ ПОВСТАННЯ):

*«The bird, the pin, the song, the berries, the watch, the cracker, the dress that burst into flames. I am the mockingjay. The one that survived despite the Capitol's plans. The symbol of the rebellion».*

*«Птаха, талісман, пісня, ягоди, годинник, крекер, сукня, що спалахує вогнем. Я – сойка-переспівниця. Я та, хто вижив, хоч Капітолій мав на мене інші плани. Я – символ повстання».*

Шляхом залучення прийому **перегляду** наведена метафорична схема зазнає змін – СМЕРТЬ – ЦЕ ПОВСТАННЯ; СМЕРТЬ – ГРА ПРОТИ ПРАВИЛ (*The one that survived despite the Capitol's plans*). Крім того, шляхом контекстуального та семантичного аналізу було залучено лінгвокогнітивну операцію **нарощування**, оскільки у контексті головною концептуальною схемою є СМЕРТЬ – це повстання, в той час як в розглянутому прикладі автор зміщує ракурс, порівнюючи смерть із птахом, якого влада десятки років намагались винищити та Кітнісс, яка поставала знову і знову, не зважаючи на спроби вищих органів знищити її. Розглянутий приклад перекладений аналогічним мовним виразом, оскільки концептуальна модель вихідного тексту збережена.

Домінатна концептуальна метафора на якій, власне, базується ідея трилогії це DEATH IS A GAME/СМЕРТЬ – ЦЕ ГРА:

*«A warning bell goes off in my head. Don't be so stupid. Peeta is planning how to kill you, I remind myself. He is luring you in to make you easy prey. The more likable he is, the more deadly he is».*

*«Але в думках крутилося застереження. «Не будь дурненькою. Піта планує, як тебе вбити, – нагадала я собі. – Він просто відвертає твою увагу, щоб ти стала легкою здобиччю. Що він люб'язніший, то небезпечніший для тебе».*

В аналізованому уривку смерть представлено як гру, у якій життя всі методи хорощі (*The more likable he is, the more deadly*

*he is*), оскільки виживання одного означатиме смерть іншого (*He is luring you in to make you easy prey*).

У фрагменті залучено лінгвокогнітивний прийом **звуження**, оскільки у цільовому варіанті не збережено концептуальну схему *warning bell goes off in my head*. Таким чином, перша частина досліджуваного фрагменту перекладена зі **змінною концептуальною моделі в мові перекладу**. Крім того, було застосовано операцію **спеціалізації**, оскільки спостерігається поява джерела додаткового складника. Таким чином, концептуальна метафора СМЕРТЬ – ЦЕ ГРА реконструюється у додаткову концептуальну схему – СМЕРТЬ – ЦЕ ПРИМХА та СМЕРТЬ – ЦЕ ГРА БЕЗ ПРАВИЛ. Такий тип висунення підсилює авторський задум зобразити смерть з боку чиєїсь примхи та забави. Розглянута концептуальна схема передана за допомогою збереження концептуальної моделі та аналогічним мовним виразом.

Коли мова йде про тоталітарне суспільство та відсутність контролю людей над власним життям, йдеться про концепт POVERTY/БІДНІСТЬ, який вербалізується у наступних концептуальних моделях:

Наступний приклад, де об'єктом концептуалізації є БІДНІСТЬ і похідна концептуальна метафора БІДНІСТЬ – ЦЕ БЕЗВИХІДЬ, а також СМЕРТЬ – ЦЕ БЕЗВИХІДЬ, які пересікаються і формують центр лінгвокогнітивної операції **поєднання**. Крім того, у фрагменті залучені прийоми **нарощування**, оскільки спочатку бідність постає як безвихідне становище, та зміщується у концептуальну схему БІДНІСТЬ – ЦЕ виживання та розширення, де ВИЖИВАННЯ одного означатиме СМЕРТЬ ІНШОГО.

*«Gale and I were thrown together by a mutual need to survive. Peeta and I know the other's survival means our own death».*

*«Ми з Гейлом об'єдналися за мовчазної згоди, щоб мати змогу вижити. З Пітою зовсім не так: ми обоє знаємо, що виживання одного означатиме смерть другого».*

Переклад виконаний із збереженням концептуальної моделі, але іншим лінгвістичним виразом.

**Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків у даному науковому напрямку.** Таким чином, лінгвокогнітивне моделювання розкриває механізми, через які мовні елементи відображають складні когнітивні структури автора та читача, що в свою чергу сприяє більш глибокому розумінню художнього тексту. Застосування когнітивних теорій до аналізу художнього дискурсу дозволяє не лише виокремити основні концептуальні схеми та метафоричні структури, які лежать в основі авторської картини світу, а й також дослідити, як мовні одиниці відображають складні інтелектуальні й емоційні процеси. Лінгвокогнітивне моделювання художнього дискурсу сприяє розширенню наукових підходів до аналізу тексту та поглибленню розуміння природи людської мови та свідомості.

Перспективним видається застосування запропонованої у статті методики дослідження стилістичних засобів і лінгвокогнітивних механізмів створення художніх образів для аналізу творів різних жанрів.

#### Література:

1. Белехова Л. І. Словесний поетичний образ в історико-типологічній перспективі: лінгвокогнітивний аспект (на матеріалі американської поезії): Монографія. Херсон: Айлайт, 2002. 368 с.

2. Белехова Л. І. Сучасний підхід до інтерпретації художнього тексту. Науковий вісник ХДУ: зб. наукових праць. Херсон: Видавництво ХДУ, 2006. 228–292.
3. Штерн І. Б. Вибрані топіки та лексикон сучасної лінгвістики: енцикл. словник для фахівців з теор. гум. дисциплін та гуманітарної інформатики. Київ: «АртЕк», 1998. 336 с., с. 192.
4. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2011. С. 120–298.
5. Краснобаєва-Чорна Ж. Концептуальний аналіз як метод концептивістики (на матеріалі концепту життя в українській фраземіці). Українська мова. К. : Інститут української мови НАН України, 2009. № 1. С. 41–51.
6. Ніконова В. Г. Концептуальний простір трагічного в п'єсах Шекспіра: поетико-когнітивний аналіз: автореферат. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Сер. Філологія.* 2008. Вип. 14. С. 11–122.
7. Kövecses Z. *Metaphor: A Practical introduction in cognitive linguistics.* Oxford and New York: Oxford University Press, 2002. 375 p.
8. Воробйова О. П. Когнітивна поетика: здобутки і перспективи. *Вісник Харківського національного університету ім. Каразіна. Сер. Філологія.* 2004. Вип. 635. С. 18–22.
9. Воробйова О. П. Концептологія в Україні: здобутки, проблеми, прорахунки. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Сер. Філологія.* 2011. Вип. 14. С. 53–54.
10. Купчишина Ю. А. Лінгвокогнітивна операція модифікації у формуванні учуднених образів. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Сер. Філологія.* 2015. Вип. 4. С. 97–101.

**Kupchyshyna Yu. Linguocognitive modelling of the artistic discourse**

**Summary.** The article explores the foundations of the linguistic-cognitive approach to the analysis of artistic discourse, which combines linguistic and cognitive theories to

study language as a reflection of an individual's consciousness and thinking. The author investigates linguistic-cognitive modeling of the language processes that occur during the perception and interpretation of literary works. Special attention is given to the study of role models, conceptual metaphors, and schemas that shape the structure of the artistic text. It is noted that the linguistic-cognitive approach allows for a deeper understanding of how artistic texts reflect cultural and social phenomena, as well as how linguistic means interact with cognitive processes that facilitate the creation and perception of artistic reality. The article introduces the concepts of linguistic-cognitive operations and procedures – categories that help describe the mechanisms of interaction between language and cognitive processes. These operations explain how processes of meaning-making, information processing, and modification occur in human consciousness through language, as well as how linguistic tools reflect these cognitive changes. Particular focus is placed on the linguistic-cognitive operation of modification, aimed at transforming conventional conceptual metaphors to generate new and original meanings. These mechanisms are essential tools for the creation and understanding of artistic discourse, as they allow for the manipulation of meanings by changing the focus and depth of perception of particular elements of the text. The article aims to expand the boundaries of traditional artistic discourse analysis and demonstrate the significance of cognitive models in the formation of the author's view. The application of the methodology proposed in the article for the study of stylistic means and linguistic-cognitive mechanisms of creating artistic images for the analysis of works of various genres has been seen promising.

**Key words:** concept, conceptual metaphor, conceptsphere, discourse, cognitive mechanisms, author's view.

*Муляр І. В.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри перекладу та лінгвістичної підготовки іноземців  
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара*

## СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ АНГЛІЙСЬКИХ МЕБЛЕВИХ НАЗВ

**Анотація.** У статті досліджено транслітерацію як спосіб перекладу сучасних англійських назв меблів житлового приміщення українською мовою. Визначено семантичні та граматичні особливості перекладених лексем.

Метою роботи є дослідження одного зі способів перекладу (транслітерації) сучасних англійських назв меблів українською мовою. Завдання роботи передбачає добір лексичного матеріалу з сучасних англійських журналів фахового спрямування, визначення семантики меблевих назв та переклад їх українською мовою способом транслітерації.

Методи дослідження. Для визначення та класифікації лексичних трансформацій, а також для окреслення особливостей їх перекладу під час аналізу застосовано описовий метод; метод суцільної вибірки; трансформаційний аналіз; порівняльний аналіз.

Наукова новизна праці полягає в тому, що в ній уперше здійснено лінгвістичний аналіз перекладених українською мовою англійських назв меблів для відпочинку. До аналізу залучено фактичний матеріал, який ще не був предметом дослідження.

Особливість перекладу термінів, що позначають назви меблів для відпочинку, полягає зокрема в тому, що ці терміни подекуди містять не лише функційний аспект меблевих виробів, а й деталі дизайну, ознаки стилю та інші концепції. Проаналізований матеріал дає підстави стверджувати, що такий прийом, як транслітерація має свої особливості, визначає специфіку передавання інформації, дає змогу докладно передати сутність та функції меблів, зокрема їх дизайн та призначення, є ефективним для відтворення естетичних та функційних особливостей, які є важливими в галузі дизайну інтер'єрів. Крім того, він дає чітке уявлення про характеристики меблів, але водночас може бути надто громіздким, особливо для складних термінів. Вибір методу перекладу залежить від завдань, контексту та цільової аудиторії, проте комплексне використання різних методів та прийомів може краще передати всі аспекти значення оригінального терміна, його контекст та стиль. Перспективою подальшого наукового пошуку можна вважати вивчення особливостей інших методів та прийомів перекладу меблевих назв, зокрема калькування.

**Ключові слова:** інтер'єр приміщення, дизайн меблів, меблева лексика, назви меблів, методи перекладу, транслітерація.

**Постановка проблеми.** Останнім часом вітчизняні науковці значну увагу приділяли перекладу термінів та лексичних перекладацьких трансформацій О.С. Богайчук [1], О.Б. Боднар [2], Бузько С.А. [3], О.М. Герасімова [4], Т.В. Журавель та Н.І. Хайдарі [5], Р.П. Зорівчак [6], В. І. Карабан [7], І.М. Клименко та І.С. Зоренко [8], Д.В. Фурт [9] та ін., однак дослідження

перекладу сучасних назв меблів для відпочинку з англійської мови українською ще вимагають додаткового розгляду. Зокрема потребують докладного аналізу методи та прийоми перекладу, серед яких помітне місце посідає транслітерація. Розгляд цього методу визначає **актуальність** нашої роботи, присвяченої застосуванню транслітерації під час перекладу англійських меблевих назв українською мовою.

Меблеву лексику досліджено в працях українських мовознавців, зокрема суттєве поповнення переліку одиниць меблевої номінації на сучасному рівні відбито у працях І. В. Муляр [10, с. 205–209], [11, с. 124–132] тощо; мовознавці К.В. Палій, С. А. Астахова та Л. А. Ключко розглянули особливості морфологічної будови найменувань предметів інтер'єру в англійській мові [12, с. 63–66]. Для лінгвістичного вивчення особливостей будови та функційного призначення меблів можуть слугувати праці, присвячені для фахівців з дизайну, конструювання меблів та обладнання інтер'єру: Т.С. Незвещук-Когут [13, с. 340], О.П. Олійник, Гнатюк Л.Р. та В. Г. Чернявського [14], [15]. Праці зарубіжних дослідників: Samantha Daly [16], Kendra Jackson [17], Camille Okhio та Kelsey Mulvey [18] – відбивають стан англійських меблевих назв на сучасному рівні.

Фактичний матеріал дослідження дібрано з електронних ресурсів, присвячених рекламуванню сучасних англійських назв меблів житлового приміщення, зокрема до аналізу було залучено журнали інтер'єрної моди, дизайну та стилю предметів меблювання (Azure. Modern Furniture Collections. URL: <https://www.azuremagazine.com/article/modern-outdoor-furniture-collections/>, Elle Decore. Modern Living Room Ideas That Are So 2023. URL: <https://www.elledecor.com/design-decorate/roomideas/g3490/best-living-room-ideas/>, Collins Online Dictionary. URL: <http://collinsdictionary.com/>, Dwell. URL: <https://www.dwell.com/article/midcentury-modern-dining-chairs-16ee613c>, Dwell. Dwell Staff. It's Furniture Design's Big Week. Here's What We Saw During Salone del Mobile. URL: <https://www.dwell.com/article/salone-delmobile-2023-design-highlights-f2e63f6c> тощо).

**Метою роботи** є дослідження одного зі способів перекладу (транслітерації) сучасних англійських назв меблів українською мовою. У завдання роботи входить: добір лексичного матеріалу з сучасних англійських журналів фахового спрямування, визначення семантики меблевих назв та переклад їх українською мовою способом транслітерації. Об'єктом дослідження є українські лексичні відповідники до англійських меблевих назв. Предмет дослідження – застосування методу транслітерації для перекладу англійських меблевих назв в українській мові.

**Виклад основного матеріалу.** Переклад – складний процес, який передбачає порівняння двох мовних систем на всіх рівнях. Лінгвістичний аспект перекладу є невід'ємним для пов-

ноцінного відтворення змісту оригінального тексту. Перекладачеві потрібно передати не лише конкретні значення, а також інформацію, що належить до культури, традицій, смаків нації та виходить за межі суто лінгвістичної системи і є позамовною.

Під час перекладу виникають складнощі, що перешкоджають адекватному дослівному перекладу. У разі відсутності словникових відповідників виникає проблема передавання семантичних, стилістичних та прагматичних характеристик перекладу, тому перекладачі використовують прийоми, що допомагають досягти граматично та лексично правильного перекладу, тобто перекладацькі трансформації.

У галузі сучасного перекладознавства існує багато класифікацій перекладацьких трансформацій, проте всі вони можуть бути узагальнені у три основні категорії: лексичні – зміни, які вносяться в лексичний склад тексту під час перекладу; граматичні – перетворення, які відбуваються на рівні граматичної структури вихідного тексту з метою досягнення адекватності та еквівалентності перекладу; лексико-граматичні трансформації, які вимагають внесення додаткових слів або, навпаки, вилучення яких-небудь елементів.

Серед основних лексичних трансформацій виокремлюють транскодування (транскрибування, транслітерування, адаптивне транскодування, змішане транскодування), калькування, а також підбір контекстуального аналога чи контекстуальну заміну [5, с. 149].

Українські мовознавці І.М. Клименко та І.С. Зоренко визначають лексичні трансформації, або перетворення, як «специфічні зміни лексичних елементів мови оригіналу з метою забезпечення адекватності перекладу». Ці трансформації застосовують, коли «словникові відповідники в мові перекладу або відсутні, або неадекватно відображають семантичні, стилістичні та прагматичні характеристики перекладу» [8, с. 84].

Переклад спеціальної лексики, до якої належать меблеві назви, є складним процесом і вимагає не лише знання мови, але й розуміння менталітету, культури країни, значного досвіду в перекладі. Граматичні особливості перекладу маркованої лексики визначаються потребою досягнення адекватності та максимальної достовірності між мовами, що зазнають впливу мовних та граматичних відмінностей. Дослідження цих особливостей не лише розкриває складність граматичного перекладу, але й надає засад для розвитку ефективних перекладацьких стратегій в контексті маркованої лексики.

Під час перекладу назв меблів для відпочинку на основі обраних джерел можуть застосовуватися такі прийоми, як описовий переклад, калькування та транслітерація, вони мають свої особливості та визначають специфіку передавання інформації.

Описовий переклад дає змогу докладно передати сутність меблів, зокрема їх дизайн та призначення. Цей метод є важливим для передавання естетичних та функційних аспектів, які є вагомими в галузі дизайну інтер'єрів. Крім того, описовий метод є поширенішим, адже він дає чітке уявлення про характеристики меблів, але водночас може бути занадто об'ємним, особливо для складних назв, ускладнюючи їхнє сприйняття.

Калькування передає значення слова через буквальний переклад відповідного іншомовного елемента, що дає змогу зберегти його стилістичну нейтральність. Цей метод перекладу використовують, коли існує точний еквівалент у мові перекладу, але слід зауважити, що не для всіх англійських тер-

мінів існують точні еквіваленти в українській мові. Подекуди в цьому випадку виникає ризик втрати колориту та культурних відтінків оригіналу.

Транслітерація, відбиваючи графічну форму слова за допомогою алфавіту іншої мови, дає змогу відтворити звучання та вимову оригіналу назв меблів, що є важливим для створення певного стилю чи атмосфери. Це особливо доречно для дизайнерів інтер'єру, які прагнуть створити конкретний стиль, зберігаючи звучання та естетику оригінального терміна.

Процес транслітерації передбачає, як зазначено, відтворення літерного складу слова, зберігаючи його форму, за допомогою літер мови перекладу. Наприклад, транслітерація слова *sofa* українською мовою як *софа* [20, с. 1359] є виправданою, оскільки вона відтворює звучання та графічну форму оригінального слова. У цьому випадку враховано відповідність між літерами. Такий підхід дає змогу зрозуміти та репродукувати слова іншої мови з максимальною точністю на основі лінгвістичних і фонетичних відповідників.

Дослідниця О.М. Герасімова визначає транслітерацію методом перекладу лексичних одиниць, який використовують для відображення графічної форми слова-оригіналу з використанням алфавіту мови перекладу [4, с. 82].

На думку С.А. Бузько, транслітерація – це формальний метод відтворення вихідної лексичної одиниці за допомогою алфавіту мови перекладу [3, с. 114]. Цей процес здійснюють шляхом використання літер для імітації форми оригінального слова. Наприклад, транслітерація назви *futon* як *футон* (переклад наші) є виправданою з кількох причин. По-перше, збереження звучання: транслітерація *футон* дає змогу зберегти звучання оригінального терміна, що робить його впізнаваним для фахівців у галузі дизайну інтер'єрів, меблів, декору або просто споживачів домашніх меблів для відпочинку. По-друге, універсальність: транслітерацію *футон* використовують у багатьох мовах світу, що робить цей термін універсальним. По-третє, поширеність: *футон* є поширеним терміном, який використовують у дизайні інтер'єрів, каталогах меблів та інших джерелах. По-п'яте, переклад звучить естетичніше.

Альтернативні варіанти перекладу: 1. *Розкладний диван-матрац*. Цей варіант перекладу описує функцію предмета, адже *футон* є повноцінним спальним матрацем, який використовують у малогабаритних приміщеннях як основне чи додаткове/гостьове спальне місце, навіть коли відсутнє ліжко, або як верхній шар для дивана чи іншого матраца, що робить його універсальним та зручним варіантом для відпочинку і сну. Але варто зауважити, що такий варіант перекладу є громіздким та менш впізнаваним; 2. *Японський матрац*. Цей переклад описує лише походження предмета, а не його функції розкладання та властивості зекономити простір у кімнаті. На наше переконання, транслітерація *futon* як *футон* є найкращим варіантом перекладу цієї назви українською мовою: він є зрозумілим, впізнаваним та універсальним.

О.В. Бугайчук зауважує, що транслітерацію широко використовують у перекладі назв установ, посад та інших власних назв [19, с. 31]. Наприклад, найуспішніший і найбільш продаваний стілець XIX століття – *Thonet № 14*, який фіксує Samantha Daly в статті «16 midcentury dining chairs (and their contemporary counterparts) we're currently coveting» журналу «Dwell». За даними меблевого сайту «STScorporation», цей культовий віденський стілець винайшов Міхаель Тонет – австрійський

і німецький майстер-меблевик у 1859 році. Пропонуємо переклад цього терміна як «*стілець № 14 «Тонет»*» (переклад наші). Транслітерували прізвище дизайнера «Thonet» українською та взяли його в лапки, зберігши історичну назву стільця, яка пов'язана з його дизайнером, та номер моделі стільця №14 для його швидкої ідентифікації. Транслітерація «Thonet №14», на нашу думку, є найкращим варіантом перекладу цієї назви передусім тому, що в українській мові немає еквівалентного терміна, який би точно описував цю модель віденського стільця, що має впізнаваний дизайн та елегантний вигляд завдяки ідеальній вигнутій формі, витонченості ліній спинки й ніжок. Отже, варіант перекладу «*стілець № 14 «Тонет»*» є вдалим саме завдяки збереженню історичної назви.

Під час дослідження встановлено, що в разі використання транслітерації вихідне слово в перекладеному тексті представлено у формі, адаптованій до характеристик мови перекладу. Така форма частково відповідає правилам читання мови оригіналу, а частково трансформується у звуки мови перекладу, що подібні до звуків мови оригіналу. Наприклад, вихідна назва *rouf* трансформується у назву *пуф*, яка зафіксована у «Великому тлумачному словнику української мови» В.Т. Бусела [20, с. 1191]. Такий підхід частково враховує правила читання мови оригіналу та одночасно відтворює звуки української мови, які, безсумнівно, зрозуміліші для читача в українськомовному контексті.

Метод транслітерації дає змогу зберегти графічну форму слів та надати їм вимовного аспекту [21, с. 211], сприяючи легшому розумінню читачем та відтворенню оригіналу в мові перекладу. Наприклад, *media console* перекладено за допомогою транслітерації як *медіаконсоль* (переклад наші). Варто зазначити, що *медіаконсоль* – це предмет меблів, призначений для зберігання телевізійного набору та інших медіа-пристроїв, таких як ігрові приставки та звукові системи. Звісно, цей термін можна перекласти як *відкрита телевізійна шафа* (переклад наші), *мультимедійна тумба* (переклад наші) чи *тумба під медіа-пристрої* (переклад наші) – такі варіанти перекладу описують функцію предмета, але є стилістично перевантаженими. Тому, на нашу думку, транслітерація *media console* як *медіаконсоль* є кращим варіантом перекладу українською – він зрозумілий, впізнаваний, універсальний та зберігає звучання оригінального терміна.

Зважаючи на викладене, причини використання транслітерації такі: 1. *Відсутність еквівалентних термінів*. Наприклад: *recliner*. Транслітерація: *реклайнер* (переклад наші). В українській мові немає фіксованої еквівалентної назви, яка б точно описувала цей вид меблів, адже ця назва може означати як *крісло*, так і будь-який інший предмет меблів (*диван* тощо), який має механізм *реклайнер* для регулювання положення спинки, підлокітників та висувної підставки для ніг. Крім того, можна перекласти цей термін описовим прийомом як *розкладний диван* (переклад наші) або *крісло з відкидною спинкою та висувною підставкою для ніг* (переклад наші) – ці пояснення є зрозумілішими та функційнішими, але менш лаконічними, можна відтворити його як *реклайнер* за допомогою транслітерації. До того ж, цей термін використовують у дизайні інтер'єрів, він зберігає оригінальне звучання, є точним та впізнаваним. Отже, на нашу думку, у цьому випадку доречно застосувати саме транслітерацію. 2. *Збереження звучання*. Транслітерація дає змогу зберегти звучання оригінальної назви, що може бути важливим

для дизайнерів інтер'єрів, які мають намір створити певний стиль або атмосферу. Транслітерацію назви *banquett* (*банкетка*) [20, с. 60] використовують для того, щоб зберегти фонетичні особливості оригінального терміна, водночас забезпечуючи його зрозумілість і звучання для аудиторії, адже транслітерація дає змогу зберегти вимову слова *banquette*. Для дизайнерів, які орієнтовані на створення конкретного естетичного враження, такий переклад дає змогу зберегти витонченість та звучання оригіналу, підкреслюючи його стилістичний характер у новому мовному контексті. 3. *Впізнаваність*. Деякі терміни, що позначають меблі для відпочинку, стали настільки відомими, що їх транслітерація є зрозумілішою для цільової аудиторії, ніж еквівалентний переклад, наприклад, *chaise lounge*. Вналежності назву *шезлонг*, яка зафіксована у «Великому тлумачному словнику української мови» В.Т. Бусела як «*легке розсувне крісло, у якому можна напівлежати*» [20, с. 1617] до категорії кімнатних меблів для відпочинку, тому що ним можна користуватися не лише на пляжі або на палубі судна, а й у відкритих вітальнях або терасах у країнах з теплим кліматом. Це вид меблів, які надають комфорту і зручності та можуть стати в нагоді в різноманітних локаціях, де люди проводять час для відпочинку та розваг. Термін *chaise lounge* альтернативно можна перекласти як *кушетка* [20, с. 600]. Не зважаючи на те, що транслітерація *шезлонг* [20, с. 1617] звучить незвично для української мови, проте є зрозумілою для української аудиторії, адже цю назву використовують уже давно в багатьох мовах світу. На нашу думку, в цьому випадку опис *лежак* (переклад наші) теж є зрозумілим та лаконічним, але водночас втрачає свою вишуканість і оригінальність. Варіант перекладу *диван для відпочинку* (переклад наші) описує функцію, але загалом не може бути використаний для назви *шезлонг*.

Цікавим прикладом наз меблів для відпочинку може бути *sectional sofa*. За допомогою транслітерації пропонуємо перекласти цей термін як *секційна софа* (переклад наші). На нашу думку, він передає основну функцію меблів, які складаються з роздільних секцій або модулів та мають можливість варіювання конфігурації та розташування їх у приміщенні. Транслітерація в цьому випадку дає змогу зберегти фонетичну подібність до оригінальної назви *sectional sofa*, забезпечує зручну вимову та розуміння для користувачів.

Під час дослідження встановлено такі переваги транслітерації: це досить простий метод перекладу, який не потребує глибоких знань мови; дає змогу зберегти звучання оригінальної назви. Водночас можна назвати такі недоліки: транслітерація може бути незрозумілою для людей, які не знайомі з англійською мовою або з оригінальним терміном; цей метод не завжди передає значення оригінального слова; транслітерація подекуди може звучати незвично для української мови.

**Висновки і перспективи подальших пошуків.** Отже, транслітерація є доцільним методом перекладу термінів, що позначають назви меблів. Однак треба пам'ятати про переваги та недоліки цього перекладацького прийому, щоб використовувати його правильно. Важливо обирати метод перекладу, який буде зрозумілим для цільової аудиторії та дасть змогу передати всі аспекти значення оригінальної назви, її контекст та стиль. Водночас, транслітерація не завжди є найкращим варіантом перекладу. У деяких випадках доречніше використовувати опис, калькування або заміну. Важливо пам'ятати, що українська мова постійно розвивається, і з часом можуть постати нові

еквіваленти для англійських термінів. Перспективою подальшого наукового пошуку вбачаємо вивчення особливостей інших методів та прийомів перекладу меблевих назв, зокрема калькування.

#### Література:

1. Богайчук О. С. Лексичні трансформації в перекладі. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія Філологія*. 2021. № 49, Т. 2. С. 143–146.
2. Боднар О. Б. Особливості перекладу термінологічної лексики. *Філологічні студії*. 2012. № 8. С. 15–23.
3. Бузько С. А. Поняття стилістичної маркованості мовних одиниць (загальнотеоретичний аспект). *Філологічні студії*. 2018. Вип. 17. С. 110–124.
4. Герасімова О.М. Особливості перекладу термінів (на прикладі прикордонного дискурсу). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія філологія*. 2016. Вип. 22. С. 180–182.
5. Журавель Т.В., Хайдарі Н.І. Поняття перекладацьких трансформацій та проблема їх класифікації. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія філологія*. 2015. № 19. Т.2. С. 148–150.
6. Зорівчак Р.П. Реалія і переклад. Львів, 1989. 215 с.
7. Карабан В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. Вінниця, 2004. 576 с.
8. Клименко І.М., Зоренко І.С. Лексичні трансформації при передачі англійської політичної термінології українською мовою. *Філологічні студії*. 2012. № 8. С. 84–90.
9. Фурт Д.В. Способи перекладу термінів українською мовою з англійської. *Філологічні студії*. 2018. № 17. С. 272–281.
10. Муляр І. В. Лексико-тематичні парадигми найменувань меблів житлового приміщення в українській мові. *Вісник Дніпропетровського університету*: наук. журнал. Сер. *Мовознавство* / відп. ред. Т. С. Пристайко. Дніпропетровськ: Вид-во ДНУ, 2008. Вип. 14. № 11; Т. 16. С. 205–209.
11. Муляр І. В. Назви меблевих аксесуарів у сучасній українській мові. *U-45 Ukrainian sense / Український смисл: науковий збірник / ред. проф. І.С. Попова, Дніпро: Ліра, 2021. Вип. 2. С. 124–132.*
12. Палій К.В., Астахова С.А., Ключко Л.А. Особливості морфологічної будови найменувань предметів інтер'єру в англійській та німецькій мовах. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія Філологія*. 2021. № 51. Т. 3. С. 63–66.
13. Незвещук-Когут Т.С. Дизайн: навч. посібн. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. 340 с.
14. Олійник О.П. Гнатюк Л.Р., Чернявський В.Г. Конструювання меблів та обладнання інтер'єру: підручн. Київ: НАУ, 2014. 349 с.
15. Гнатюк Л.Р., Олійник О.П., Чернявський В.Г. Основи дизайну інтер'єру: навч. посібн. Київ, 2011. 228 с.
16. Samantha Daly. Dwell. 16 Midcentury Dining Chairs (and Their Contemporary Counterparts) We're Currently Coveting. URL: <https://www.dwell.com/article/midcentury-modern-dining-chairs-16ee613c> (дата звернення: 30.10.2024).
17. Kendra Jackson. Azure. 6 Modern Furniture Collections. URL: <https://www.azuremagazine.com/article/modern-outdoor-furniture-collections/> (дата звернення: 30.09.2024).
18. Camille Okhio, Kelsey Mulvey. Elle Decore. 80 Modern Living Room Ideas That Are So 2023. URL: <https://www.elledecor.com/design-decorate/roomideas/g3490/best-living-room-ideas/> (дата звернення: 30.09.2024)
19. Бугайчук О.В. Лексикологія англійської та української мов. Київ, 2004. 56 с.
20. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2001. 1440 с.
21. Чердніченко О.І. Теорія і практика перекладу. Київ, 2005. 370 с.

#### Muliar I. Methods of Translating English Furniture Terms into Ukrainian

**Summary.** The article investigates transliteration as a method of translating modern English names of furniture for residential spaces into Ukrainian. It identifies the semantic and grammatical features of the translated lexical units.

The aim of the study is to analyze one of the translation methods – transliteration of modern English furniture terms into Ukrainian. The tasks of the study include selecting lexical material from contemporary English-language professional journals, determining the semantics of these terms, and translating them into Ukrainian.

**Research Methods.** The analysis applies a descriptive method (for identifying and classifying lexical transformations, as well as outlining the features of their translation), a method of complete sampling, transformational analysis, and comparative analysis.

**Scientific novelty.** The novelty of the study lies in the fact that it is the first linguistic analysis of English furniture terms related to relaxation, translated into Ukrainian. The analysis is based on actual material that has not been previously subject to research.

The specificity of translating terms denoting furniture for relaxation lies in the fact that these terms often include not only the functional aspect of the furniture items but also details of design, style features, and other concepts. The analyzed material suggests that transliteration has its own peculiarities, defines the specifics of conveying information, allows for a detailed transmission of the essence and functions of furniture, including its design and purpose, and proves effective in reproducing the aesthetic and functional features, which are important in the field of interior design. Additionally, it provides a clear understanding of the characteristics of furniture, but it can sometimes be cumbersome, especially for complex terms. The choice of translation method depends on the tasks, context, and target audience. However, a comprehensive use of different methods and techniques may better convey all aspects of the original term's meaning, its context, and style. A prospective direction for further scientific inquiry could be the study of the peculiarities of other methods and techniques of translating furniture terms, including calque translation.

**Key words:** interior design, furniture design, furniture vocabulary, furniture terms, translation methods, transliteration.

*Ohienko M. D.,**Senior Lecturer at the Department of English in Marine Engineering  
Kherson State Maritime Academy*

## SEMANTIC PROCESSES OCCURRING IN ENGLISH MARITIME TERMINOLOGY

**Summary.** The study is devoted to English maritime terminology which is relevant due to several factors. Firstly, the importance of shipping and maritime trade is great. Secondly, the increasing role of science and technology in the development of mankind resulted from the growing role of terminology in modern language. Even though English maritime terminology is the object of study in the works of many domestic linguists, several issues remain relevant and require further research. The presented work aims to study the semantic processes associated with polysemy, homonymy, synonymy, and antonymy. To achieve the set goals several tasks were completed: the concepts of “term” and “commonly used words” were differentiated; the polysemic features of English maritime terminology were analyzed and a systematization of words related to maritime topics was carried out taking into account their belonging to homonyms, synonyms, and antonyms.

Semantic analysis allows us to understand the features of the formation and development of terminological units, and to find out the origin and connections between them. The semantic method of term formation is that a commonly used lexical unit receives the status of a term due to certain semantic changes in the use of this unit in the language.

The object of study is English maritime terminological units, expressions, and figures of speech related to shipbuilding and navigation. The subject of the study is the semantic characteristics of English maritime terminology, which allows us to understand its structure and facilitates its study by specialists in the relevant field. Research methods: distribution analysis method – to identify the structural and functional features of maritime terminology units; method of comparative – to establish the semantic features of English maritime terms.

**Key words:** terminological units, Maritime English, polysemy, homonymy, synonymy, antonymy.

**Problem statement.** One of the distinctive features of terminological units is their expression of specific concepts. A term is determined by the differential feature of the concept it defines. The requirement of unambiguity imposed on a term is in some cases violated, and several scientific concepts are expressed by one term. This creates the possibility of forming various semantic processes in the terminological system, including maritime terminology, based on polysemy, homonymy, synonymy and antonymy, when new meanings are created.

In general, we can say that the various semantic processes inherent in language are reflected in terminology.

Polysemy, homonymy, synonymy and antonymy are phenomena associated with semantic processes occurring in language. Comparison of the boundaries of semantic meanings between polysemy, homonymy, synonymy and antonymy based on maritime

terminology and the identification of common and different features determines the relevance of this study.

To determine semantic processes in language, the distributive method was used. This method is based on checking the use of maritime terms in the same area. Along with this, a comparative method was also used. The comparative method is a general scientific method for comparing facts and phenomena. Only with the help of a comparison based on the thinking process, the semantic processes related to maritime terminology are generalized, and certain similar patterns are revealed.

**Recent publications overview.** Lexico-semantic processes in the language system, including terminology, occur as an expression of general laws and principles of vocabulary development. The degree of development of this process in two languages of different systems is not the same. Research in this area of navigational vocabulary in the Ukrainian language has not been carried out sufficiently, while it is quite satisfying in the English language. Therefore, English-language terms are taken as the basis for this work. Other current issues related to maritime terminology are addressed within this topic by a number of authors, including Stasiuk T. V., Khrolenko O. A., Sherstiuk O. I., Kryzhanovska Ye. H. [1, 2, 3, 4]. As can be seen, they generally relate to maritime topics, including issues of the development of this terminology in different languages. This direction of development of linguistics is of particular interest in the context of constantly developing bilingualism and multilingualism as well as growing integration in the world community.

**The purpose of this article** is to identify semantic processes in maritime terminology associated with polysemy, homonymy, synonymy and antonymy.

**Main research material presentation.** Interest in special vocabulary, including terminology, in modern linguistics is due to both the increasing role of science and technology in the development of mankind, and the growing role of terminology in modern languages. The growth in the number of terms from various sciences outpaces the growth in the number of commonly used words. In addition, a significant part of general linguistic processes and phenomena in terminology are easier to study, since they are more clear in nature, due to the accuracy of the terms themselves and their intersystem connections.

Maritime terminology is an independent industry terminology system, which has expanded significantly due to the rapid development of maritime trade. The maritime terminology system in English began a long time ago and was modified under the influence of foreign languages, including French, Dutch, Greek, Latin, Spanish, and Scandinavian. Issues of maritime terminology began to be dealt with since the time of the first sea voyages, because there was a need to designate every object, process and phenomenon

associated with maritime affairs. Long-term processes that took place in the lexical composition of the language, the historical development of countries, state status – all this influenced maritime terminology.

One of the reasons for scientific disputes arising in connection with terminology is the question of the admission into this area of semantic processes characteristic of a common literary language, namely, homonymy, synonymy and antonymy.

The requirements for a term, in contrast to a word, remain hanging in the air, i.e. a number of regularities are not observed. On the one hand, the intrinsic nature of the term, i.e., the unambiguous relationship in the term between the signifier and the signified deprives it of the possibility of using it in a polysemantic and synonymous series, on the other hand, the terminology formed on the basis of natural language tests in itself all semantic processes to which the vocabulary of a common literary language is subjected. Indeed, in the terminology of any field semantic processes characteristic of the general literary language are observed to one degree or another [5, p. 3575].

This is how Bocanegra-Valle A. expresses her attitude to this issue: “The terms differ from commonly used words in terms of the accuracy of the semasiological boundary, specificity, monosemanticity in the field of a certain specialty, intellectuality, and also due to the lack of an emotional and figurative spectrum. The possession of polysemy and homonymy by some terms is primarily associated with an increase and expansion of the scope of functional use of terms. In general, “terms used in a certain field must: a) be monosemantic, b) distinguish the object of the system, c) accurately express the concept, d) be brief, e) be stylistically neutral, devoid of emotionality and expressiveness” [5, p. 3576].

The reflection of this idea, as well as in other industry terminologies, is also visible in shipping. Thus, the network of functioning working areas of some maritime terms increases, while the monosemantic quality of these terms is lost: they cannot distinguish between objects of the system, are not an accurate manifestation of conceptual meaning, there is no trace of brevity left, signs of emotionality, expressiveness and intensity are included.

Certain semantic processes occur, one of which is polysemy, in maritime terms, as well as in terms of other industries. Typically, polysemy is understood as the expression by one term of several meanings, various phenomena, social relations, objects and their characteristics.

In dictionaries of maritime terms, given their polysemy, meanings associated with navigation, shipping, etc. should be reflected.

On what basis of lexico-grammatical types of terms and words is typology carried out in maritime terminology? First of all, these are abstract verbal nouns, in which the semantics of process and movement, expressed by the verbs that form them, are manifested. The first and main meaning of these nouns is the concept of process. These lexical and terminological units, transforming into nouns, acquiring a new qualitative state, develop their inherent semantics. In this case, the movement is objectified. Let's look at some examples: *hogging* (curving up in the center of a ship), *increase* (a rise in the size, amount, or degree of something), *declination* (the angular distance of a point north or south of the celestial equator), *decantation* (a process for the separation of mixtures of immiscible liquids or of a liquid and a solid mixture such as a suspension), *cutting-off* (separation),

*completion* (the action or process of completing or finishing something), etc.

In these examples, the movements expressed by the verbs *hog*, *increase*, *decline*, *deviate*, *decant*, *cut-off*, *complete* are objectified. These are forms of verbal nouns. This means that verbs, becoming objectified, turn into verbal nouns, in which, as a result of the phenomenon of polysemy, semantic possibilities change, expand and acquire a terminological character.

One of the semantic phenomena occurring in maritime terminology is the process of homonymy. There are a number of words in the English language that, although they have the same structure morphologically, are classified differently. Even if their formal features are preserved, in relation to the expression of meanings they belong to different parts of speech. In this case, the two word-terms perform different functions.

Let us compare:

1. *Ship* as a noun (a large boat for transporting people or goods by sea); *ship* as a verb (transport (goods or people) on a ship).

2. *Draft* as a noun (a determined depth of the vessel below the waterline, measured vertically to its hull's lowest or other reference point); *draft* as a verb (prepare a preliminary version of a document).

3. *Dock* as a noun (an enclosed area of water in a port for the loading, unloading, and repair of ships); *dock* as a verb (come into a dock and tie up at a wharf).

4. *Wreck* as a noun (the destruction of a ship at sea); *wreck* as a verb (destroy or severely damage).

Thus, the same maritime term is used in different meanings, and homonymy appears. For example: *lift* – reduction in draft, lifting force, power; *lift* – (ropes holding the ends of sailing yards) [6, p. 218].

There are words expressing five meanings in dictionaries. For example: *line* – dash, border; *line* – build, finish building; *line* – cable, rope; *line* – pipeline, highway [6, pp. 220–221]; *line* – bushing, gasket, coating [6, pp. 221–222].

Note that in English, homonym words express different meanings. For example: *landing* – covered (entirely), coverage volume; *landing* – berth.

In English, depending on the place of use, homonymous words and terms act as different parts of speech (adjectives or nouns).

In English, the term “*loom*” is used both as an adjective and as a noun. For example: *loom* as an adjective – unclear, incomprehensible; *loom* as a noun – handle (oar with handle), gloss.

Sometimes two forms act as a noun, only with different meanings. For example: *lug* – ear, earphone, connecting square; *lug* – an asymmetrical four-cornered sail.

In maritime vocabulary, different meanings appear in words with the same form belonging to different specialties. For example:

1. *Current* – flow (of gas, liquid, etc.); *current* – a flow of charged particles, such as electrons or ions, moving through an electrical conductor or space.

2. *Bearing* – a part of a machine that allows one part to rotate or move in contact with another part with as little friction as possible; *bearing* – taking compass direction, azimuth.

3. *Receiver* – consignee; *receiver* – radio, telephone handset.

4. *Ring* – rivet; *ring* – an act of ringing a bell, or the resonant sound caused by this.

5. *Run* – movement; *run* – flow.



6. *Sail* – a piece of material extended on a mast to catch the wind and propel a boat or ship or other vessel; *sail* – navigation.

7. *Stay* – prop; *stay* – stop.

8. *Tube* – pipe; *tube* – a device that controls electric current flow in a high vacuum between electrodes to which an electric potential difference has been applied.

In a terminological system, the existence of synonymy is usually the result of a different approach to the same object, different perception of the same phenomena [7, p. 27].

Considering the large number of synonymous words in the field of navigation, the most common of them are included in dictionaries. For example, *press button* – *push button* (switch); *spent steam* – *waste steam* (the gas that is produced when the engine of a vehicle is running); *maritime* – *nautical* (related to the sea).

The phenomenon of antonymy creates polar meanings. These poles are realized through words in maritime terminology. The opposing processes between scientific concepts and professional activities are reflected in antonymous pairs. In maritime terminology, antonym words perform this function. For example, *tailwind* – *headwind*.

Antonymy does not appear against the backdrop of all the numerous and varied maritime terminology but within microsystems. For example, the names of parts of the vessel (*bow* – *stern*; *starboard side* – *left side*), actions and processes (*storm* – *calm*; *moor* – *set sail*; *moor* – *unmoor*), in navigation and measuring terminology (*north* – *south*; *ost* – *west*; *slow speed* – *full speed*), in the characteristics of the vessel (*stable* – *unstable*), etc.

Let's look at more examples:

1. *small sail yacht(boat)* – *large sail yacht (boat)*.

2. *strong rolling* – *weak rolling*;

3. *large tonnage tanker* – *small tonnage tanker*.

4. *small cargo vessel* – *large cargo vessel*.

5. *short wave (at sea)* – *wide wave (at sea)*.

6. *look out ahead (on ship)* – *look out back (on ship)*.

7. *low pressure (at pump)* – *high pressure (at pump)*.

8. *inland or half inland sea (reserved or half reserved sea)*.

When we say “*closed sea*” we mean a sea that washes the shores of several states and which, due to its geographical location, cannot be used for transit passage to another sea. Passage from the open sea to the closed sea is carried out by narrow sea lanes leading to states located around the closed sea.

**Conclusion.** The main provisions of this work are summarized as follows:

1. First of all, the study of semantic processes in maritime terminology determines the boundaries of homonymy- polysemy.

2. The same terminological unit is used in different terminology of a single language creating a connection between the layers of the language.

3. Polysemy in maritime terminology is based on the breadth of the concept. As the semantic load of these terms increases, their expressive capabilities also increase.

4. Homonymy in maritime terminology appears on the basis of the internal laws of the language.

5. Synonymy in maritime terminology is based on the factor of semantic commonality. Complete replaceability is seen as a feature inherent in these terms.

6. Concepts expressed as a result of the phenomenon of antonymy in maritime terminology appear in connection with the work activities of people working at sea and the world around them.

#### Bibliography:

1. Стасюк Т. В. Основні метапоняття соціокогнітивного термінознавства: терміноконцепт. *Kluczowe aspekty naukowej działalności: Materiały IX Międzynarodowej naukowopraktycznej konferencji. Przemysł*, 2013. С. 33–35.
2. Хроленко О. А. Особливості застосування когнітивно-комунікативного підходу до навчання майбутніх судноводіїв англомовної професійної лексики. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського*. 2022. № 1 (138). С. 87–93.
3. Шерстюк О. І. Походження морських термінів в англійській мові. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2020, № 46, т. 2. С. 193–197.
4. Kryzhanovska Ye. H. The peculiarities of the translation English maritime terms into Ukrainian language. *Молодий вчений*. 2018. № 2 (54). С. 201–204.
5. Bocanegra-Valle A. The encyclopedia of applied linguistics. New Jersey: Blackwell, 2013. 3583 p.
6. Cutler D., Cutler T. Dictionary of Naval Terms. Annapolis : Naval Institute Press, 2005. 272 p.
7. Palmer J. Jane's Dictionary of Naval Terms. London : Macdonald and Jane's, 1975. 342 p.

#### Огієнко М. Семантичні процеси, що відбуваються в англійській морській термінології

**Анотація.** Це дослідження присвячене англійській морській термінології та є актуальним через декілька факторів. По-перше, велике значення судноплавства та морської торгівлі у нашому житті. По-друге, зростаюча роль науки і техніки у розвитку людства, що, в свою чергу, є наслідком зростаючої ролі термінології у сучасній мові. Незважаючи на те, що англійська морська термінологія є об'єктом вивчення у працях багатьох вітчизняних лінгвістів, низка питань залишаються актуальними та потребують подальшого дослідження. Мета представленої роботи – дослідження семантичних процесів, пов'язаних із полісемією, омонімією, синонімією та антонімією. Для досягнення поставленої мети було вирішено ряд завдань: розмежовані поняття «термін» та «загальновживані слова»; проаналізовано багатозначні особливості англійської морської термінології та проведено систематизацію слів, що належать до морської тематики, з урахуванням їх приналежності до омонімів, синонімів та антонімів.

Семантичний аналіз дозволяє зрозуміти особливості формування та розвитку термінологічних одиниць, з'ясувати походження та зв'язки між ними. Семантичний спосіб терміноутворення полягає в тому, що загальноновживана лексична одиниця набуває статусу терміна внаслідок певних семантичних змін у вживанні цієї одиниці в мові.

Об'єктом дослідження є англійські морські термінологічні одиниці, висловлювання та мовні звороти, пов'язані з кораблебудуванням і мореплаванням. Предметом дослідження є семантичні характеристики англійської морської термінології, що дозволяють зрозуміти її структуру та полегшують її вивчення фахівцями відповідної галузі. Методи дослідження: метод розподілу використовувався для того, щоб виявити структурні та функціональні особливості одиниць морської термінології; метод порівняльного аналізу використовувався, щоб встановити семантичні особливості англійських морських термінів.

**Ключові слова:** термінологічні одиниці, морська англійська мова, полісемія, омонімія, синонімія, антонімія.

*Поличева Ю. В.,  
доктор філософії, доцент  
Національного технічного університету України  
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

*Мельник О. О.,  
студент  
Національного технічного університету України  
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

## МОВНІ ЗАСОБИ МАНІПУЛЯЦІЇ ЕМОЦІЯМИ В АНГЛОМОВНИХ МЕДІА ТЕКСТАХ

**Анотація.** У статті аналізуються лінгвістичні техніки, що використовуються в англomовних медіа для маніпуляції емоціями аудиторії. Автори наголошують на тому, що мова в сучасному медіадискурсі виконує не лише функцію передачі інформації, але й стає інструментом формування громадської думки та емоційного впливу. Використання емоційно забарвлених термінів, фреймінгу, метафор, евфемізмів, епітетів і гіперболи дозволяє медіа створювати сильні емоційні реакції, впливаючи на сприйняття політичних, соціальних і культурних тем. Наприклад, фрази «illegal immigrants» та «undocumented migrants» викликають різні емоційні реакції, формуючи різні уявлення про одну і ту ж проблему. У статті досліджуються конкретні приклади маніпулятивного використання мови в політичних і соціальних медіа, зокрема в контексті висвітлення конфліктів, виборчих кампаній і міжнародних криз. Особлива увага приділяється аналізу того, як медіа формують образи через метафори («війна з тероризмом»), евфемізми («колатеральні втрати» замість «цивільних жертв»), гіперболу («найгірша криза в історії») та епітети («корумпований політик» чи «героїчний лідер»). Ці мовні прийоми не лише впливають на емоції аудиторії, але й маскують або перебільшують реальність, сприяючи поширенню упереджень або спрощених уявлень про складні проблеми. Окрім аналізу впливу маніпулятивної мови на англomовну аудиторію, стаття розглядає виклики перекладу таких текстів іншими мовами. Нюанси емоційно забарвлених термінів, метафор та евфемізмів часто втрачаються під час перекладу, що ускладнює збереження їхнього маніпулятивного ефекту у міжкультурній комунікації. Це підкреслює необхідність чутливості та усвідомленості при роботі з текстами, що мають емоційний вплив. Загалом, стаття акцентує увагу на ролі мови у створенні наративів, що впливають на сприйняття аудиторією глобальних проблем, політичних лідерів та соціальних явищ. Використання таких риторичних прийомів дозволяє формувати публічну думку, викликати емоції, контролювати реакції суспільства та формувати його ставлення до політичних і соціальних тем. У контексті сучасного світу зростаючої дезінформації, автори наголошують на важливості критичної медіаграмотності для протидії емоційному маніпулюванню в медіа.

**Ключові слова:** маніпуляція емоціями, медіадискурс, політичний дискурс, лінгвістичні техніки, метафори, евфемізми, епітети.

**Постановка проблеми.** Використання мови як інструменту емоційної маніпуляції стало помітним аспектом сучасного медіадискурсу. Мова служить не лише засобом комунікації, а й механізмом формування громадської думки та керування емоційними реакціями. Лінгвістична маніпуляція відрізняється від прямого переконання; вона діє тонко, часто несвідомо, впливаючи на читачів через емоційно заряджені терміни, фреймінг і конотації, які обминають раціональний аналіз. Наприклад, вибіркоче використання емоційно насичених слів, метафор і риторичних засобів може формувати громадянське ставлення до конкретних груп, політиків чи глобальних проблем. Емоційна маніпуляція через мову є особливо поширеною в політичних і соціальних медіа. У новинних репортажах емоційно забарвлена термінологія або вибіркоче обрамлення (framing) впливає на те, як аудиторія сприймає події та людей. Розгляньмо терміни, як-от «illegal immigrants» (незаконні іммігранти) або «undocumented migrants» (мігранти без документів) – кожна з фраз створює різний образ, зокрема, перший акцентує увагу на порушенні закону, що часто супроводжується негативним емоційним забарвленням [1]. Другий термін більш нейтральний і використовується для зображення мігрантів у гуманізованому світлі.

Дослідження Pew Research Center показують, що термін «illegal immigrant» залишався популярним серед ЗМІ у різні роки, але поступово почали ширше застосовуватися терміни «undocumented» та «unauthorized», особливо у ліберальних медіа, які віддають перевагу більш інклюзивній мові [1].

Також можна сказати, що фреймінг значно впливає на громадську думку, і багато медіа, свідомо чи несвідомо, вибудовують мову так, щоб викликати конкретні емоційні реакції та сприйняття соціальної реальності [1, 2].

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питаннями маніпулятивного впливу активно займалися як українські, так і іноземні дослідники. Серед українських науковців слід відзначити О. С. Гуменюк, яка досліджує мовні засоби впливу в сучасному медіапросторі, О. В. Місніченко, що аналізує лінгвістичні техніки маніпуляції в рекламі та медіадискурсі, Г. М. Подшивайлова, яка розглядає комунікативні стратегії в соціальних і політичних текстах та та Л. С. Павлюк, яка вивчає риторичні засоби маніпуляції у формуванні суспільної думки.

**Актуальність нашої роботи** полягає в тому, що мовні засоби маніпуляції емоціями в англomовних медіа текстах

є потужним інструментом впливу на суспільну думку, формування наративів і керування реакціями аудиторії. Незважаючи на значну кількість досліджень, питання емоційного впливу через мову залишається актуальним через стрімкий розвиток медійного середовища та зростання дезінформації. Аналіз маніпулятивних технік, таких як фреймінг, метафори, гіпербола та евфемізми, дозволяє виявити механізми формування упереджень, впливу на політичні процеси та культурні уявлення.

**Метою цієї статті** є аналіз основних лінгвістичних технік, що використовуються в англійських медіа для емоційної маніпуляції. За допомогою аналізу таких поширених лінгвістичних засобів, як метафора, евфемізм, епітет і гіпербола. Ця стаття демонструє, як медіа-мова може впливати на емоції та громадську думку, навмисно чи ненавмисно. Додатково, стаття розглядає виклики перекладу цих емоційних нюансів іншими мовами, зокрема в контекстах, де культурні конотації відрізняються.

**Виклад основного матеріалу.** У медіадискурсі використання мови часто є не лише методом подачі фактів. Медіа часто беруть участь у формуванні наративів, фреймінгу проблем та керуванні громадськими емоціями через тонкі мовні вибори. Ці лінгвістичні техніки спрямовані на виклик певних емоційних реакцій, що впливають на погляди аудиторії щодо політичних, соціальних і культурних тем. Від заголовків до вибору описових термінів, слова в медіа можуть викликати сильні емоційні реакції, часто впливаючи на аудиторію без її свідомого усвідомлення.

Один з основних методів лінгвістичної маніпуляції в медіадискурсі – це використання епітетів, емоційно забарвлених прикметників або описових фраз, що викликають певне ставлення до особи, події чи ідеї. Наприклад, під час політичних виборів кандидата можуть називати “heroic leader” (героїчний лідер) або, навпаки, “corrupt politician” (корумпований політик) [3, с. 15; 14]. Переклад таких висловів часто потребує трансформації. Наприклад, епітет “heroic leader” у перекладі може бути адаптований як “героїчний очільник” або “видатний лідер” залежно від контексту, аби зберегти емоційне забарвлення та асоціативне навантаження. Таким ж чином “corrupt politician” може перекладатися як “корумпований політик” або “чиновник, замішаний у корупції”, якщо необхідно передати конкретний підтекст чи уникнути прямого осуду. Такі трансформації можуть включати додавання пояснень, конкретизацію або навіть заміну термінів для адаптації до цільової аудиторії. Ці епітети викликають миттєві емоційні реакції, як позитивні, так і негативні, впливаючи на те, як аудиторія сприймає об’єкт. Подібно, евфемізми використовуються для пом’якшення емоційного впливу певних слів або ідей. Фраза “military intervention” (військова інтервенція) звучить набагато менш агресивно та конфронтаційно, ніж “military invasion” (військова інвазія), хоча обидві фрази описують одну й ту ж дію. При перекладі цієї фрази може використовуватися зміщення стилістичного регістру. Наприклад, “military intervention” можна перекласти як “військове втручання”, що звучить нейтральніше, або ж як “збройна інтервенція”, якщо потрібно підкреслити негативний аспект. Евфемізми часто служать для зменшення серйозності події, як, наприклад, коли “collateral damage” (побічні втрати) використовуються замість “civilian casualties” (цивільні жертви). Ця маніпуляція гарантує, що аудиторія менш схильна сприймати дію негативно, підсвідомо формуючи її як більш прийнятну або навіть виправдану [3, с. 42; 13].

Інший поширений риторичний прийом – це гіпербола, коли ситуація або подія перебільшується для викликання сильнішої емоційної реакції. Щоб ілюструвати вплив цих маніпулятивних лінгвістичних стратегій, важливо розглянути конкретні приклади з відомих медіаджерел. Відомим прикладом є висвітлення громадянської війни в Сирії в “The New York Times”. У одному з репортажів часто використовувався термін “war on terror” (війна з тероризмом) для опису військових дій на Близькому Сході. Ця фраза, насичена моральними та емоційними конотаціями, створює бінарну опозицію між «добром» (тими, хто протистоїть тероризму) і «зломом» (терористами) [4]. При перекладі цього терміна на українську мову зазвичай використовується фраза «війна з тероризмом». Однак вона може втратити деякі емоційні конотації через відмінності у сприйнятті слова «тероризм» у різних культурах. Щоб підсилити емоційний вплив, перекладач може використати трансформацію конкретизації, наприклад, «боротьба з терористичною загрозою», або ж залишити нейтральний варіант для збереження балансу. Фреймуючи конфлікт таким чином, медіа формує громадське сприйняття, звертаючи увагу на спрощену картину складної геополітичної ситуації.

У сучасних медіа використання мови – це не просто передача інформації. Скоріше, це потужний інструмент для формування громадського сприйняття, контролювання наративів і викликання емоційних реакцій. Медіа дуже добре усвідомлюють, що спосіб, яким вони подають новини, слова, які вони вибирають, і зображення, які вони поєднують з заголовками, мають глибокий вплив на те, як реагує публіка. Мова, яка використовується, може викликати емоції, такі як страх, гнів, співчуття або надія, що, у свою чергу, може вплинути на громадську думку та змінити політичні, соціальні та культурні обговорення. Однією з основних цілей маніпулятивної мови є формування громадського сприйняття шляхом викликання емоційних реакцій, які перебивають логічне мислення.

Емоційна мова створена для того, щоб викликати сильні реакції у аудиторії, як позитивні, так і негативні, стосовно особи, події чи ідеї. Наприклад, використання епітетів – слів чи фраз із сильними емоційними конотаціями – може створити позитивний чи негативний образ індивіда або групи. Термін “radical” [5] (радикальний) може бути використаний для опису особи з суперечливими поглядами, але також може використовуватися для делегітимізації або демонізації, асоціюючи таку особу з екстремізмом чи насильством [6]. При перекладі терміну “radical” важливо враховувати контекст: у залежності від політичної ситуації, перекладач може використовувати такі варіанти, як «радикальний», «екстремістський», або «виключний» для підсилення негативного відтінку. Це дає змогу відобразити емоційну забарвленість терміна в потрібній мові. Подібно, ярлик “hero” (герой) часто використовується для прославлення вчинків людини, особливо в політичному дискурсі, надаючи їй відчуття шляхетності та праведності [6]. Однак у контекстах, де цей ярлик використовується для прославлення сумнівних чи суперечливих осіб, можна застосувати перекладацьку трансформацію, наприклад, замість «героя» використати «самозваного героя» або «псевдогероя», щоб підкреслити маніпулятивний характер використання цього терміна. Яскравим прикладом цього є використання термінів “terrorist” [7] (терорист) і “freedom fighter” [7] (борець за свободу). Ці контрастні ярлики застосовуються залежно від політичних поглядів. Коли

обговорюється група, що бореться проти окупаційної влади, одне медіа може назвати їх *“terrorists”* (терористами), створюючи негативну конотацію насильства та хаосу [8]. Водночас інше медіа може назвати ту ж саму групу *“freedom fighters”* (борцями за свободу), викликаючи співчуття до їхньої боротьби і зображаючи їх як мучеників [8]. Перекладач має бути обережним при виборі еквівалентів цих термінів, оскільки вони несуть значний емоційний вантаж. Варіанти «терорист» і «борець за свободу» можуть бути не просто прямим перекладом, а трансформовані в залежності від позиції джерела — «екстреміст» чи «повстанець» для збереження нейтральності. Це розрізнення в маркуванні змінює емоційну реакцію аудиторії, однієї групи очорнюють, а іншу підносять до статусу героїв. Цей прийом фреймінгу ефективний, оскільки він апелює до вже існуючих упереджень та емоцій читача, спрямовуючи їх на одну зі сторін конфлікту.

Евфемізми є ще одним важливим риторичним засобом, що використовується для маніпулювання емоціями в медіа-дискурсі. Вони полягають у заміні жорстких або неприємних термінів на м'якші, більш прийнятні альтернативи, тим самим змінюючи сприйняття аудиторією основної події або питання. Евфемізми служать способом пом'якшити вплив складних або суперечливих тем, роблячи їх менш загрозливими або морально сумнівними. Наприклад, фраза *“collateral damage”* («побічні втрати») часто використовується у військовому дискурсі для позначення *“civilian casualties”* («цивільних жертв»). Використання цього евфемізму зменшує емоційний вплив фрази, пом'якшуючи серйозність дій або подій, особливо в медіа, які описують військові операції [8]. У процесі перекладу *“collateral damage”* на українську мову можна обрати кілька варіантів. Найпоширенішим є «побічні втрати», що відповідає оригінальному евфемістичному характеру фрази. Проте, залежно від контексту, перекладач може використовувати трансформацію конкретизації, наприклад, «випадкові втрати серед цивільного населення», якщо необхідно підкреслити негативні наслідки. Цей термін пом'якшує реальність втрати невинних життів під час конфлікту, полегшуючи сприйняття насильства як неприємної, але необхідної наслідки війни.

У політичному дискурсі евфемізми часто використовуються для виправдання суперечливих рішень. Наприклад, вторгнення в Ірак у 2003 році було охарактеризовано деякими політичними діячами в США та Великобританії як *“a mission of liberation”* («місія звільнення»), що замасковує насильницьку природу цієї дії. Використання такої мови допомагає керувати емоційною реакцією громадськості, знижуючи сприйняту серйозність дії та подаючи її як морально виправдану справу [9, 4].

Гіпербола, або навмисне використання перебільшення, є риторичною стратегією, що часто застосовується в медіа для провокування сильних емоційних реакцій. Перебільшуючи серйозність або важливість події, гіпербола посилює її емоційний вплив на аудиторію. Ця техніка особливо поширена в медіа криз чи катастроф. Фрази на зразок *“the worst flood in history”* («найгірша повінь в історії») або *“the most devastating economic disaster”* («найзнищувальніша економічна катастрофа») покликані викликати посилене відчуття страху або терміновості у аудиторії. Ці фрази роблять подію більш катастрофічною, ніж вона є насправді, розбурхуючи паніку, тривогу або відчуття колективної втрати [11, 8]. Наприклад, після природних катастроф, таких як урагани чи землетруси,

медіа часто використовують гіперболу для передачі масштабу руйнувань. Заголовки, такі як *“Unprecedented devastation after Hurricane Katrina”* («Безпрецедентні руйнування після урагану Катрина») або *“the worst refugee crisis in history”* («Найгірша біженська криза в історії»), сприяють перебільшенню масштабу катастрофи, викликаючи сильніші емоційні реакції читачів [12, 4].

Використання епітетів у політичному дискурсі є ще одним очевидним прикладом емоційної маніпуляції. У США, наприклад, політичних опонентів часто називають принизливими термінами для викликання негативних емоцій. Наприклад, термін «ліберальна еліта» використовують консервативні медіа, щоб зобразити політичних опонентів як відірваних від реальності, елітарних і відчужених від проблем звичайних людей. Прикладом цього є стаття *Fox News* під заголовком *“Liberal Elite’s Attack on Democracy”* («Атака ліберальної еліти на демократію»), яка неодноразово використовує термін *“elite”* («еліта»), щоб натякати, що ліберальна політика не відповідає інтересам пересічних американців [13]. З іншого боку, терміни, такі як *“radical left”* («радикальна ліва») або *“socialist”* («соціаліст»), використовуються для того, щоб викликати страх і підозру серед більш консервативних виборців. Наприклад, стаття *The Guardian* обговорює, як термін *“radical left”* часто використовується політичними консерваторами для того, щоб відкинути прогресивні рухи як небезпечні та екстремальні [5].

Гіпербола часто використовується для перебільшення значення конкретної події, посилюючи її емоційну вагу. Розглянемо часте використання терміну *“crisis”* («криза») в медіа щодо міграції чи економічних спадань [7]. Це гіперболічне подання мало на меті викликати емоційну реакцію терміновості та співчуття до тих, хто тікає від конфлікту, одночасно підкреслюючи серйозність ситуації. Порівнюючи кризу біженців з найбільш руйнівними конфліктами сучасної історії, стаття використовувала гіперболу для підвищення ставок і створення більш емоційного нарративу навколо цієї проблеми. З іншого боку, метафори використовуються для спрощення складних питань і роблять їх більш доступними для аудиторії. У багатьох випадках метафори особливо ефективні в викликанні конкретних емоційних реакцій. Термін *“War on Terror”* («Війна з терором»), популяризований після терактів 11 вересня, є яскравим прикладом того, як метафора може подати глобальний конфлікт в різких категоріях. Саме ця метафора, яку широко використовували такі видання, як *The New York Times*, мала далекосяжні наслідки, впливаючи на те, як суспільство сприймає глобальний тероризм, національну безпеку та військові інтервенції. Оформлення конфлікту як війни, а не політичної чи ідеологічної боротьби, створює відчуття екзистенційної загрози та виправдовує використання екстремальних заходів у боротьбі з тероризмом [13].

Емоційна сила мови. ЗМІ відіграють критичну роль у формуванні політичних нарративів та публічних емоцій, вибираючи конкретні слова, фрази та метафори. Емоційна сила мови формується не тільки змістом повідомлення, але й тим, як ЗМІ подають це повідомлення своїй аудиторії. Приклад цього можна знайти в висвітленні сирійської громадянської війни, де різні медіа використовували різні емоційні рамки для формування публічних сприйнятів. Деякі медіа, такі як *The New York Times*, подавали конфлікт як *“humanitarian*

crisis” («гуманітарна криза»), підкреслюючи страждання цивільних і необхідність міжнародного втручання [4].

**Висновки.** Мова є потужним інструментом емоційного впливу та маніпулювання, особливо в медіа та політичному дискурсі. Стратегічне використання метафор, евфемізмів і емоційно забарвленої мови дозволяє тим, хто знаходиться при владі, формувати публічні уявлення, викликати конкретні емоційні реакції та впливати на громадську думку на користь певних агенд.

Чи то через подачу війн, конфліктів чи політик у емоційно привабливому вигляді, чи то через применшення негативних наслідків певних дій, мовне маніпулювання відіграє важливу роль у тому, як ми сприймаємо навколишній світ. Приклади, згадані в цій статті, демонструють, що термін є не лише нейтральними описами, а й інструментами, які спрямовані на виклик певних емоційних реакцій в аудиторії.

Ці випадки часто маскують або спотворюють основні реалії ситуацій, які вони описують, формуючи спосіб, у який люди взаємодіють із складними проблемами. Таким чином, мова не просто відображає реальність, а й конструює її в умах слухачів чи читачів. Більше того, емоційне маніпулювання, яке здійснюється через таку мову, не обмежується лише політичними лідерами чи медіа. Воно поширюється і на повсякденне спілкування. Соціальні медіа, реклама та навіть особисті бесіди можуть бути впливовими за допомогою тих самих мовних стратегій, що підкреслює важливість критичної медіаграмотності та усвідомленості в дедалі більш з'єднаному світі. Аудиторія повинна вміти розпізнавати, коли мова використовується для маніпулювання емоціями та, відповідно, думками.

Виклики перекладу цих маніпулятивних мовних засобів між мовами ускладнюють процес емоційного впливу. Як було зазначено, нюанси метафор і евфемізмів часто втрачають свою емоційну силу при перекладі з однієї мови на іншу, що ускладнює збереження того самого рівня емоційного впливу в перекладі. Це підкреслює необхідність чутливості та усвідомленості в міжкультурній комунікації, особливо коли йдеться про політичний дискурс і медіарепортажі.

На завершення, емоційне маніпулювання через мову є важливою складовою сучасної політичної та медійної стратегії. Чи то навмисно, чи то ненавмисно, те, як ми використовуємо мову, формує не лише наше розуміння світу, але й наші емоційні реакції на нього. Критичне ставлення до мови в медіа та політиці дозволяє нам краще розуміти основні емоційні та ідеологічні сили, які впливають на наші рішення та вчинки як у особистому, так і в колективному контексті.

#### Література:

1. Pew Research Center. On Immigration Debate, Americans Prefer 'Undocumented' to 'Illegal'. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2015/06/04/broad-public-support-for-legal-status-for-undocumented-immigrants/>
2. Think Immigration. The Subtle Power of Language in U.S. Appellate Courts. URL: <https://www.aila.org/library/think-immigration-from-alien-to-noncitizen-the-subtle-power-of-language-in-u-s-appellate-courts>
3. Entman, R. M. Framing Bias: Media in the Distribution of Power. *Journal of Communication* 57(1). 2007. Pp. 163–173.
4. New York Times. Framing the War on Terror: The Language of Conflict. URL: <https://www.nytimes.com/2021/09/10/world/europe/war-on-terror-bush-biden-qaeda.html>

5. Guardian. Radical far-left or common sense: A look at Kamala Harris's policies. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/article/2024/aug/29/radical-far-left-kamala-harris-policies-are-just-common-sense-to-most-americans>
6. Medium. 10 Ways the Media Manipulates You Using Emotion. URL: <https://medium.com/@raquelfreelancer777/10-mass-manipulation-techniques-explored-by-noam-chomsky-4dd5cf497c89>
7. New York Times. What Trump says: An analysis of political rhetoric. URL: <https://www.nytimes.com/interactive/2024/10/25/opinion/what-trump-says.html>
8. Washington Post. How media language can shape our understanding of conflict. URL: <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2015/02/25/the-abuses-of-social-media-for-understanding-international-conflict/>
9. Guardian. Iraq war 20 years on: Aftermath and middle-east challenges. URL: <https://www.theguardian.com/world/2023/mar/17/iraq-war-invasion-2003-aftermath-middle-east-islamic-state>
10. Orwell, G. Politics and the English Language. *Horizon*. 13 (76). Pp. 252–265.
11. Guardian. The Politics of Fear: How Language is Used to Manipulate the Public. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2016/jul/31/how-did-the-language-of-politics-get-so-toxic>
12. Guardian. Mass murder in Gaza: The world is watching. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/dec/09/mass-murder-gaza-world-watching>
13. Fox News. Three huge ways liberal news media lost the presidential election – and deserved it. URL: <https://www.foxnews.com/opinion/three-huge-ways-liberal-news-media-lost-presidential-election-deserved>
14. Lakoff, G. Don't Think of an Elephant: Know Your Values and Frame the Debate. Chelsea Green Publishing Company, 2004. 124 p.

#### Polycheva Yu., Melnyk O. Linguistic means of emotional manipulation in English-language mediatexts

**Summary.** The article analyzes linguistic techniques used in English-language media to manipulate the emotions of audiences. Language in modern media discourse serves not only as a means of communication but also as a tool for shaping public opinion and emotional influence. The use of emotionally charged terms, framing, metaphors, euphemisms, epithets, and hyperbole allows media to evoke strong emotional reactions, affecting the perception of political, social, and cultural issues. The article explores specific examples of manipulative language in political and social media, particularly in the context of reporting on conflicts, election campaigns, and international crises. In addition to analyzing the impact of manipulative language on English-speaking audiences, the article examines the challenges of translating such texts into other languages. The nuances of emotionally charged terms, metaphors, and euphemisms are often lost in translation, complicating the preservation of their manipulative effect in intercultural communication. This highlights the need for sensitivity and awareness when working with texts that have an emotional impact. The ethical implications of using language as a tool in media discourse is explored in the article. The thin line between persuasive communication and deliberate manipulation raises concerns about the responsibilities of journalists and content creators in shaping public opinion. The article explores how emotionally charged language can reinforce stereotypes, deepen societal divisions, and perpetuate biases. Moreover, it draws attention to the role of media literacy in helping audiences critically analyze information and recognize manipulation. Critical thinking skills are important to navigate the complexity

of modern media landscapes and resist emotional manipulation. Overall, the article emphasizes the role of language in creating narratives that influence how audiences perceive global issues, political leaders, and social phenomena. The use of such rhetorical techniques enables the formation of public opinion,

emotional responses, and societal attitudes toward political and social topics.

**Key words:** emotional manipulation, media discourse, political discourse, linguistic techniques, metaphors, euphemisms, epithets.

*Прохоров М. Г.,*

*кандидат політичних наук,*

*асистент кафедри лінгвістики та перекладу*

*Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

*Чепишко Р. М.,*

*доктор філософії*

*асистент кафедри лінгвістики та перекладу*

*Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

## ЖАНРОВА ГІБРИДИЗАЦІЯ ДИСКУРСУ АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ ПОЛІТИЧНИХ СПОТІВ

**Анотація.** Статтю присвячено вивченню специфіки жанрової гібридизації дискурсу англійськомовних політичних спотів. У статті надається визначення понять «політичний спот», «гібридний жанр», також здійснюється детальний аналіз моделей і засобів жанрової гібридизації визначеного типу дискурсу.

Політичні споти є відеороликами, утвореними для надання реклами про кандидатів, які висуваються на певну політичну посаду. Дискурс англійськомовних політичних спотів є гібридним за жанровими характеристиками. Гібридний жанр формується шляхом поєднання та змішення рис і засобів різних жанрів. Жанрова гібридизація здійснюється із залученням різних семіотичних систем і одиниць різних мовних рівнів.

Дискурс англійськомовного політичного споту об'єднує характеристики та засоби політичного, рекламного, розмовного та інших жанрів та типів дискурсу. Моделями жанрової гібридизації визначеного дискурсу є жанрове вкраплення та жанрове змішення. Вказані моделі можуть поєднуватися або використовуватися окремо. Вибір та поєднання моделей гібридизації залежить від намірів продуцентів дискурсу.

Жанрове вкраплення характеризується рівнозначними відносинами між засобами його актуалізації, що дозволяє диференціювати їх. Жанрове змішення сприяє взаємопроникненню засобів творення різних жанрів та неможливості їх розрізнення. Залученими можуть бути при цьому не тільки мовні одиниці різних рівнів, структурні та композиційні особливості дискурсу того чи іншого жанру, але й невербальні засоби. Модель жанрового змішення є більш поширеною у творенні дискурсу англійськомовних політичних спотів, ніж модель жанрового вкраплення.

Ідентифікуванню жанрів сприяють не тільки вербальні, але й невербальні засоби, що вживаються в дискурсі політичних спотів англійської мови. Внаслідок жанрової гібридизації вказаний дискурс може характеризуватися ознаками дискурсів розмовного, рекламного, політичного, кінематографічного та інших жанрів. Гібридизація різних жанрів у дискурсі англійськомовних політичних спотів сприяє ефективності передачі інформації та здійсненню прагматичного впливу на адресата.

**Ключові слова:** англійська мова, вербальні та невербальні засоби, дискурс, жанрова гібридизація, модель, політичний спот.

**Постановка проблеми.** Політична комунікація відіграє ключову роль у функціонуванні сучасних суспільств і державних систем, забезпечуючи обмін інформацією не тільки між політиками, але й доносячи її до представників широкого загалу – пересічних громадян, що, в свою чергу, сприяє формуванню суспільної думки про ті чи інші соціополітичні, економічні та інші події, електоральні процеси тощо.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Попри наявність на сьогоднішній день великої кількості лінгвістичних праць, присвячених вивченню політичної комунікації [1–4], що пояснюється не тільки її важливістю, але й багатоаспектною та варіативною актуалізацією, ще й дотепер не вивченим є дискурс політичних спотів.

**Мета статті** полягає у визначенні особливостей жанрової гібридизації дискурсу англійськомовних політичних спотів, а **завдання**, зумовлені метою статті, полягають у визначенні поняття «політичний спот» та наданні його загальної характеристики, поясненні понять «гібридизація», «гібридний жанр». Також у статті аналізуються моделі та засоби жанрової гібридизації дискурсу англійськомовного політичного споту.

**Виклад основного матеріалу.** Дискурс політичного споту відносять до одного із видів політичної комунікації [5; 6; 7], метою створення якого є представлення того чи іншого політичного кандидата, рекламування його дій, програми, образу життя, світоглядних позицій задля агітації та підтримки його у політичних перегонках. Політичні споти створюються також і для дискредитації опонентів певних політичних кандидатів, результатом чого є зазвичай отримання підтримки більшості електорату останніми. Дискурс політичних спотів актуалізований відеороликами, які передаються не тільки по телебаченню, але й через мережу Інтернет.

Зауважимо, що термін «гібридизація» надійшов в науку про мову з біології, де він використовувався для позначення процесу «схрещування генетично гетерогенних організмів» [8, с. 12]. Продуктом гібридизації в біології є, відповідно, організм, отриманий в результаті схрещування генетично різних батьківських форм [8, с. 13]. У 80-ті рр XX століття термін «гібридизація» отримав більш широке значення. Під ним почали розуміти «змішення будь-яких сутностей» [9, с. 10]. У цьому значенні вказаний термін надійшов до різних наук, у тому числі й лінгвістики.

У науці про мову його розглядають як змішення, поєднання різних мов, мовних форм, одиниць, текстових моделей і т.і. На цьому зокрема наголошує К. Санчес-Штокхаммер, відзначаючи, що гібридизація може стосуватися різних мовних рівнів: жанрового, текстового, рівня речення, слова, морфеми, фонему [10, с. 135–152]. Гібридизація, відповідно, виявляє якість гетерогенності мов, їх одиниць, мовних моделей тощо. Гібридизація в мові носить продуктивний характер. Її результатом є поява мовних новоутворень, що володіють власними якостями, необхідними для розбудови текстів, здійснення комунікації, розвитку мов загалом.

Феномен гібридизації стосується і поняття «жанр», що характеризується як «відносно стала та загальновизначена вербалізована форма комунікативної дії або взаємодії, що відзначається характерними для неї стилістичними, структурними, композиційними та мовними особливостями, обумовленими метою та умовами спілкування» [11, с. 32]. Вважається також, що мовленнєвим жанрам потенційно притаманна гібридність, що, на думку В. К. Бхат'я, обумовлено динамічністю спілкування та потребами комунікантів загалом [12, с. 4].

Під гібридним жанром розуміють зокрема «сполучення рис двох або більше жанрів в одному» [12, с. 3], інакше кажучи, жанр, що виявляє якості жанрової гібридності. Під гібридним жанром у статті ми розуміємо жанр, створений у результаті процесу гібридизації, причому подібна гібридизація здійснюється із залученням різних семіотичних систем (вербальної та невербальних) та різних мовних рівнів (від фонемного до дискурсивного).

Дискурс англійськомовного політичного споту, що є одним із видів політичної реклами, являє собою гібридне явище, яке об'єднує властивості та елементи не тільки політичного, рекламного, але й інших жанрів та типів дискурсу. Це власне і виявляє специфіку жанрової гібридизації політичного споту. Вона відбувається у дискурсі англійськомовних політичних спотів за такими двома моделями:

- жанрове вкраплення (genre embedding);
- жанрове змішення (genre mixing) [12, с. 7].

Визначені моделі розрізняються характером відносин між жанровими елементами, що беруть участь у гібридизації. При жанровому вкрапленні відносини між жанрами можна схарактеризувати як референційні. У цьому випадку елементи різних жанрів вкраплюються у дискурс, залишаючись при цьому незалежними одне від одного. Їх жанрова приналежність безпомилково ідентифікується реципієнтом. Модель жанрового змішення передбачає, що між жанрами встановлюються імітативні відносини: один жанр маскується під інший таким чином, що межі між ними важко розрізнити [12, с. 7–8].

При цьому жанрове змішення є більш поширеним у дискурсі англійськомовних політичних спотів. При жанровому змішенні політичний спот як жанр реклами або антиреклами політичних суб'єктів змішується з іншими жанрами, «мімікрує» під них. Так, в останні десятиліття в американському Інтернет-просторі з'явилася тенденція оформлювати політичні споти у вигляді кінотрейлера – невеликого відеоролика, що анонсує фільм.

В якості прикладу розглянемо політичний спот під назвою «Iowa Caucuses Movie Trailer» (2007 р.) [13], опублікований напередодні висування представника демократичної партії США Джона Едвардса на пост кандидата в президенти країни.

Ролик оформлений у вигляді трейлера до фільму про супергероїв. Їз жанру кінотрейлера запозичуються як композиційні, так і мовні та позамовні елементи.

До композиційних маркерів жанрової гібридизації належить зелена заставка із характерним для трейлерів мовленнєвим кліше, що попереджують про вікові обмеження:

«*THE FOLLOWING PREVIEW HAS BEEN RATED CG FOR CAUCUS GOING AUDIENCES*» [13].

Зауважимо, що абревіатура CG (від *Caucus Going*) містить мовну гру, оскільки вона побудована за аналогією з рейтингом Американської кіноасоціації PG (*Parental Guidance Suggested*). Вербальними маркерами жанрової гібридизації у дискурсі політичного споту є мовленнєві кліше та формальна лексика. Так, наприклад, для презентації сюжету використовуються наступні клішовані слова та словосполучення:

«*In a world where corn grows tall and hope grows taller, where people have a special power to decide the fate of a nation, in our most desperate hour, one man can clean up George Bush's mess...*» [13].

Наступне речення розпочинається з кліше, що зазвичай вживається для позначення дати виходу фільму (*On...*), де визначену дату замінює дата виборів. Вживання формальної лексики (*redeemed*), що входить до складу кліше, є також характерною рисою кінотрейлерів:

«*On January 3-rd, a candidate will rise, a party will unite, and a nation will be redeemed*» [13].

Ефект мімікрії підсилюється за рахунок вживання лексики, характерної для кінотрейлерів, для представлення політичного кандидата та членів його сім'ї:

«*Starring John Edwards, Elizabeth Edwards, Cate Edwards and introducing Jack and Emma Claire. <...> John Edwards for President. With your help. Coming January 3-rd*» [13].

До невербальних маркерів кінотрейлера відносимо голос за кадром та музику. Голос за кадром тембром і манерою нагадує творчість культових американських акторів озвучування Хела Дугласа та Дона Лафонтейна. Музичне супроводження є типовим для кінотрейлера: спочатку звучить заспокійлива музика, яка стає потім динамічною та життєстверджувальною. У відеоролику споту на чорному фоні з'являються також підсвічені надписи білого кольору з ключовими словами та фразами, що також характерно для кінотрейлерів.

В політичній рекламі з метою інтимізації спілкування з адресатом та встановлення довіри до адресанта нерідко використовуються елементи розмовно-побутової комунікації та жанру розмовного мовлення. Як правило, для введення елементів побутової розмови в дискурсі політичного споту вживається модель «жанрового змішення». Акцент в основному робиться на діалозі між героями ролика (вигаданими персонажами), що обговорюють політичного кандидата та/або його програму. Ідентифікування жанру політичного споту стає можливим після закінчення розмови героїв та із появою самого політичного кандидата.

Приклад змішення побутової розмови знаходимо у дискурсі політичного споту «Not Very Iowa» американської організації «Americans for Prosperity», спрямованого на дискредитацію представниці Республіканської партії Джоні Ернст, яка балотувалась на пост кандидата в сенатори штату Айова у 2014 році:

(1) *[SOMEWHERE IN IOWA]*

(2) – *Dude, they left the gate open. Let's go for a walk.*



(3) – *No way. Last time we did that we almost got sued.*

(4) – *What are you talking about?*

(5) – *Well, remember when we were chilling down by Bruce Braley's vacation home?*

(6) – *Yeah, down by the lake. The guy who ran for Senator.*

(7) – *Yeah, he threatened he'll sue over that.*

(8) – *Because we walked on his property?*

(9) – *Uh-huh. He wants to be an Iowa Senator, and he threatens to sue over us – over chickens.*

(10) – *It's not very neighbourly.*

(11) – *You know, it's not very Iowa.*

(12) [*DEFEAT BRUCE BRALEY*] *Bruce Braley.*

(13) [*NOT VERY IOWA*] *He's not very Iowa. <...>*

(14) – *You know, we need tort reform, not a guy who makes a federal case out of chickens* [14].

Зауважимо, що розмова у відеоролику політичного споту відбувається між двома курками в курятнику. Для розуміння предмету їх розмови адресату необхідні володіти фоновими знаннями. У політичному споті висміюється наступна подія. У 2011 році в штаті Айова отримав великий резонанс казусний випадок з Брюсом Брейлі, який також був кандидатом у сенатори Айови. Чоловік поскаржився на свою сусідку в асоціацію домовласників через те, що курки забрели на територію його замиського будинку. При цьому Брюс Брейлі почав погрожувати тим, що подасть до суду на жінку. Мешканці Айови засудили кандидата за таку поведінку. Відповідно, розмова курок імплікує конфлікт, що стався у Айові.

Дискурс споту містить вербальні та невербальні маркери жанру побутової розмови. До вербальних маркерів визначеного дискурсу належать:

– фразові єдності «питання-відповідь» (*What are you talking about? – Well, remember ...; Because we walked on his property? – Uh-huh...*);

– розмовна лексика (*dude, chilling, guy*);

– розмовні кліше (*you know*);

– вигуки (*yeah, uh-huh*);

– еліптичні речення (*Yeah, down by the lake. The guy who ran for Senator*).

До невербальних маркерів жанру побутової розмови належать зображення двох курок, які спілкуються в курятнику. Вибір персонажів дискурсу політичного споту та спосіб подання інформації в ньому, сприяє його гумористичному характеру та дискредитації політикині.

Зазначимо, що вибір тієї чи іншої моделі жанрової гібридизації визначається прагматичною метою дискурсу кожного конкретного політичного споту та його адресантів. Якщо перед ними стоїть завдання проілюструватися те чи інше ствердження, то використовується модель «жанрове вкраплення». Якщо адресант бажає встановити контакт з адресатом, скоротити дистанцію між ним та собою, здійснити ефективний імпліцитний вплив, то гібридизація найчастіше відбувається за моделлю жанрового змішення або жанрової мімікрії.

Актуалізації жанрової гібридизації сприяють не тільки вербальні, але й невербальні засоби. Розглянемо ті з них, що застосовуються в полімодальному дискурсі політичного споту «Crooked Hillary» (2016 р.), скерованого на дискредитацію кандидата в президенти США від Демократичної партії Гіллари Клінтон [15]. Визначений спот було створено на під-

тримку іншого кандидата на пост президента країни, яким був Дональда Трамп у виначений період.

Політичний спот містить фрагменти двох виступів Гіллари Клінтон. Перший із них є фрагментом відеоконференції із Міжнародної південноамериканської спілки робітників («The Laborers' International Union of North America») в Лас-Вегасі 21 вересня 2016 року, на якому після перерахування своїх заслуг, Гіллари Клінтон ставить наступне риторичне питання:

«...*why aren't I fifty points ahead, you might ask?*» [15].

Другий є фрагментом виступу на фандрайзинговому заході в Нью-Йорку 9 вересня 2016 року, на якому політикиня негативно відізналася про американців, що підтримують Трампа:

«... *you could put half of Trump's supports into what I call the basket of deplorables*» [15].

Вищевказані уривки обіграються в ролику задля дискредитації Гіллари Клінтон. Так, її риторичне питання вживається як ініціююча репліка діалогу з актором озвучування, який називає причини, чому Гіллари не може перемагти Дональда Трампа у президентських перегонях. До маркерів жанрової гібридності належать, в першу чергу, такі вербальні засоби, як риторичне питання та особовий займенник *you*, характерний для мовлення політика (*why aren't I fifty points ahead, you might ask...; you could put half of Trump's supports...*).

Вказане свідчить також про жанрове вкраплення політичної промови (політичного виступу) у дискурс політичного споту, що здійснюється з метою встановлення контакту з адресатом та формування негативних уявлень про Гіллари Клінтон. Ідентифікації жанру сприяє відеопоказ подій, що відбувалися під час промови. Здійсненню імпліцитного впливу на адресата політичного споту сприяє також показовість окремих людей, які реагували негативно на слова політикині. Зауважимо, що гібридизація різних жанрів у дискурсі англійськомовних політичних спотів дозволяє підвищити ефективність сприйняття інформації в них, допомагаючи при цьому здійсненню необхідного прагматичного впливу на масового адресата.

**Висновки та перспективи дослідження.** Таким чином, політичний спот являє собою вид політичної реклами або антиреклами кандидатів, які обираються на певну політичну посаду. Характерним для дискурсу англійськомовних політичних спотів є феномен жанрової гібридизації, що виявляє специфіку поєднання декількох жанрів, властивості та засоби не тільки політичного, рекламного, але й інших жанрів дискурсу. Жанрова гібридизація відбувається у визначеному дискурсі за моделями жанрового змішення та жанрового вкраплення. Подібні моделі іноді можуть поєднуватися. Одиницями актуалізації жанрової гібридизації виступають при цьому не тільки вербальні, але й невербальні засоби, що сприяє досягненню комунікативного задуму адресата та здійснення прагматичного впливу на адресата. **Перспективи подальших досліджень** будуть спрямовані на вивчення лінгвостилістичних особливостей дискурсу англійськомовних політичних спотів.

#### Література:

1. Воляннюк І. О. Політичний дискурс в умовах російсько-української війни: лінгвістичний аспект. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Т. 1. № 23. С. 47–51.
2. Кузнецова Г. В. Адресованість та адресат (на матеріалі політичного дискурсу). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2021. № 48. С. 105–108.

3. Куш Е. О. Ідеологічна зумовленість семантико-граматичної варіативності упередженого дискурсу американських і британських політиків. *Наукові записки Національного університету Острозька академія. Серія : Філологічна*. 2017. № 64 (1). С. 220–224.
4. Zhykharieva O., Kushch E., Stavtseva V. Suggestive Potential of Franklin D. Roosevelt's Presidential Speech 'Annual Address to the US Congress'. *Amazonia Investiga*. 2021. Vol. 10. № 37. P. 116–124.
5. Прохоров М. Г. Діалогічний характер англійськомовних політичних спотів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2024. Вип. 67. Т. 1. С. 96–99.
6. Cap P. & Okulska U. Analyzing Genres in Political Communication: An Introduction / Analyzing Genres in Political Communication: Theory and practice // eds. P. Cap & U. Okulska. Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins Publishing Company. P. 1–26.
7. Diamond E. & Bates S. The Spot: The Rise of Political Advertising on Television. 3rd ed. Cambridge, MA : MIT Press, 1992. 418 p.
8. Бажора Ю. І. Біологія : навчальний посібник. Одеса : Прес-кур'єр, 2012. 272 с.
9. Ярошенко Т. М. Етика сучасності: феномен гібридизації. *Український соціум*. 2017. № 1. С. 8–19.
10. Sanchez-Stockhammer Ch. Hybridization in Language. Conceptualizing / Cultural Hybridization: A Transdisciplinary Approach // ed. by Ph. W. Sanchez-Stockhammer. Berlin : Verlag, 2012. С. 133–157.
11. Swales J. M. Research Genres: Explorations and Applications. Cambridge : CUP, 2004. 314 p.
12. Bhatia V.K. Genre-mixing in Professional Communication: The Case of 'Private Intentions' V. 'Socially Recognized Purposes' / Explorations in English for Professional Communication // ed. by P. Bruthiaux. Hong Kong : City University of Hong Kong, 1995. P. 1–19.
13. Iowa Caucuses Movie Trailer. 2007. URL : <http://www.youtube.com/watch?v=Fz0opfKcc5s> (дата звернення 22.10.2024).
14. Not Very Iowa. 2014. URL : <http://www.youtube.com/watch?v=go-lMaYN8gg> (дата звернення 23.10.2024).
15. Crooked Hillary. 2016. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=Fm-lzOh-1KJA> (дата звернення 23.10.2024).

**Prohorov M., Chepyshko R. Genre hybridization of the discourse of English political spots**

**Summary.** The article is devoted to the study of the specificity of genre hybridization of English political spots

and their discourse. The notions of a political spot and hybrid genre are defined, models and means of actualization of genre hybridization of the abovementioned type of discourse are analyzed in details in the article.

Political spots are video clips created to advertise a candidate for a specific political position. The discourse of English political spots is hybrid by its genre characteristics. Hybrid genre is formed through combination or mixture of peculiarities and means of different genres. Genre hybridization is carried out with the help of different semiotic systems and units of different language levels.

The discourse of English political spots combines characteristics and means of political, advertising, colloquial and other genres and types of discourse. Models of genre hybridization of the stated discourse are genre embedding and genre mixing. Mentioned models can be combined and used separately. Choice and combination of the models of hybridization depends on intentions of the producers of the discourse.

Genre embedding is characterized by equal relations of means of its actualization This helps to differentiate them. Genre mixing contributes to the mutual penetration of genre-forming means. That's why it is impossible differentiate them according to their genre characteristics. Not only language units of different levels, structural and compositional features of the discourse of a particular genre, but also non-verbal means may be involved in the process of genre mixing. The model of genre mixing production of the discourse of English political spots is more typical than the model of genre embedding.

The identification of genres is facilitated not only by verbal, but also by non-verbal means used in the analyzed type of discourse. As a result of genre hybridization it may possess features of colloquial, advertising, political, cinematographic and other genres of discourse. The hybridization of different genres in the discourse of political spots of the English language contributes to the efficiency of information transmission and its pragmatic influence on the addressee.

**Key words:** the English language, verbal and non-verbal means, discourse, genre hybridization, model, political spot.

*Рижкова В. В.,**кандидат філологічних наук, доцент,  
професор кафедри прикладної лінгвістики  
гуманітарно-правового факультету  
Національного аерокосмічного університету імені М. С. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»**Шейн І. О.,**здобувач II курсу магістратури  
гуманітарно-правового факультету  
Національного аерокосмічного університету імені М. С. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»*

## ЛЕКСИЧНІ КОНОТАЦІЇ НАЗВ ПРИРОДНИХ ЯВИЩ У МОВНИХ КУЛЬТУРАХ СВІТУ

**Анотація.** Статтю присвячено зіставному аналізу лексичних конотацій назв природних явищ у мовних культурах України, Німеччини та англійських країн (США, Велика Британія).

Особливу увагу приділено поняттю лексичної конотації як багатогранному мовознавчому явищу, що відтворює культурно-символічні та емоційні аспекти мовної свідомості. Схарактеризовано підходи українських та закордонних учених до тлумачення поняття «конотація».

У контексті зіставного аналізу лексичних конотацій ґрунтовно розглянуто лексичні одиниці, що є назвами природних явищ, а саме конотеми «небо», «вода», «вогонь», «дош», «вітер», «хмари». У ролі ілюстративного матеріалу використано лексичний масив фразеологічних зворотів, сталих висловів та асоціацій в українській, німецькій та англійській мовах.

Для досліджених конотем виявлено спільні та відмінні конотаційні значення, які відтворюють особливості того, як саме представники різних культур сприймають природні явища. Схарактеризовано, яким чином цей процес закріплюється в живій мові. Наголошено на особливій ролі культурного й соціального контекстів під час зіставного аналізу лексичних конотацій.

Описано спосіб добирання ілюстративного матеріалу, що в результаті досить об'єктивно відтворюватиме сутність досліджуваного предмета. Зроблено акцент на способі представлення результатів дослідження, які можна використати у практичних цілях, зокрема освітньому процесі.

Для подальших досліджень запропоновано спосіб систематизації набутих результатів у форматі, придатному для використання у навчальному процесі під час вивчення низки дотичних гуманітарно-мовознавчих дисциплін.

Описано досвід укладання довідника лексичних конотацій, структуру цього довідника й особливості оформлення. Обґрунтовано доцільність використання таблиць та позначення матеріалу за допомогою кольорів для якіснішого візуального сприйняття інформації.

Схарактеризовано перспективи подальших досліджень у сфері зіставного аналізу лексичних конотацій мовних культур світу в контексті викладання наукових дисциплін.

**Ключові слова:** конотація, аналіз, природне явище, контекст, довідник, викладання, освітній процес.

**Постановка проблеми.** Будь-яка жива мова зазнає суттєвого впливу особливостей світогляду суспільства. Значною мірою цей процес відтворюють лексичні конотації, дослідження яких становить суттєвий науковий інтерес. Попри наявність ґрунтовних теоретичних досліджень явища лексичних конотацій, аспект зіставного аналізу та систематизації даних все ще недостатньо опрацьований. Зі свого боку, якісно структурована інформація щодо лексичних конотацій у різних культурах може слугувати значним внеском у низку гуманітарно-лінгвістичних наук.

**Аналіз досліджень.** Конотація як науковий термін має тривалу історію становлення та розвитку. Від початку це явище розглядають як філософське, згодом – семіотичне поняття. Вже за часів граматики Пор-Рояль конотація стає мовознавчим терміном [1, с. 191]. Дж. Міл був одним із перших учених, хто комплексно розглядав конотації у логіко-філософському аспекті. К. Бюлер та Р. Барт зробили суттєвий внесок у дослідження теоретичного аспекту явища лексичних конотацій.

Л. Блумфілд сформулював тлумачення конотації в сучасному розумінні. Зі свого боку, вітчизняні вчені, як-от Л. Мацько, Т. Шульга, Т. Сіроштан, М. Кочерган, І. Мариненко, Ю. Шовкопляс, С. Єрмоленко та інші, досліджували вузькоспеціалізовані аспекти конотацій на зразок: історія становлення терміна, особливості визначення, гумористична конотація тощо.

**Мета статті.** Мета статті полягає в тому, щоб виконати зіставний аналіз лексичних конотацій назв природних явищ на матеріалі мовних культур України, Німеччини та англійських країн. Під час дослідження роль ілюстративного матеріалу відіграє масив фразеологічних та сталих зворотів.

Окрім цього, стаття скерована на те, щоб запропонувати спосіб опрацювання значного масиву лексичного матеріалу в контексті дослідження лексичних конотацій та його подальшої систематизації.

**Виклад основного матеріалу.** У контексті зіставного аналізу лексичних конотацій важливо приділити увагу безпосередньо визначенню терміна *конотація*, зважаючи на його комплексність та багатогранність.

Сучасний англійський фахівець Г. Гартман тлумачить термін конотація як «аспект значення слова або фрази, що пов'язано»

ний із суб'єктивним емоційним підтекстом, який він викликає» [2, с. 28].

Зі свого боку, С. Булон розглядає конотацію у контексті навчального процесу і визначає цей термін як асоціації зі словом, що відомі носію мови, але водночас невідомі людині, яка тільки вивчає мову, оскільки «ці асоціації тісно пов'язані з культурою, і їх неможливо передати за допомогою стандартної словникової статті» [3, с. 27].

Досить вичерпним можна вважати визначення американського мовознавця Л. Блумфілда. На його думку, конотація є додатковим відтінком значення, що обумовлений певними соціальними, локальними, технічними та культурними особливостями мовців [4, с. 152].

Не менш вдалим є термін, що запропонувала українська вчена І. Мариненко. На її думку, конотація – це додаткові смислові та стилістичні відтінки, які нашаровуються на основне значення слова у процесі його функціонування в мові та надають йому емоційного, експресивного забарвлення [5, с. 7].

Природно, що конотації утворюються внаслідок сприймання та образного уявлення. Зі свого боку, це уявлення постає внаслідок конкретно-чуттєвого сприйняття мовців, унаслідок якого виникають предметні значення загального і конкретного. Саме таким чином конотація закріплюється у живій мові.

Оскільки конотації – це значною мірою емоційні, культурні та символічні значення, назви явищ природи є однією з тих категорій лексики, де додатковий зміст проявляється найгостріше.

Природні явища відігравали вкрай важливу роль у різних царинах людського життя на всіх етапах його розвитку. Природа й погодні умови стали вирішальним чинником для успішної господарської діяльності людини, вплинули на її культуру та релігійні практики.

Таким чином, лексичні одиниці на позначення природних явищ – важлива категорія слів, що мають чимало додаткових конотаційних нюансів залежно від культурного контексту. Аналіз цих нюансів дає можливість зрозуміти, яким чином представники різних культур взаємодіяли з природою, трактували природні процеси, і яким чином ці судження відтворилися у мові.

Належним чином варто розглянути такі назви природних явищ, як небо, вода, вогонь, дощ, вітер та хмари.

Для культур України, Німеччини та англомовних держав небо є важливим і багатограним символом, що уособлює матеріальні та духовні аспекти. Історичний чинник розвитку зазначених країн свідчить про тривалий період динамічного розвитку релігійних уявлень щодо світу і перехід від язичництва до християнства. В обох випадках небо відіграло суттєву роль як символ зв'язку між земним і загробним життям.

Унаслідок впливу релігійних переконань у всіх розглянутих культурах є чітка тенденція сприймати небо як конотацію духовності та смерті. Про це виразно свідчать звороти щодо асоціювання неба з місцем, де перебувають душі померлих. Це супроводжують такі приклади: *душа відлетіла в небо*, *поти ти в небо*, *gone to the big something in the sky*, *in den Himmel kommen*.

В українській і німецькій мовах наявні конотації неба як місця потойбічного життя, а в англійській це фразеологічний евфемізм на позначення смерті. Можна зробити висновок, що конотема *небо* відіграє роль певного метафізичного простору, куди потрапляють душі людей.

Інший важливий аспект конотеми *небо* пов'язаний з позитивними конотаціями, що виражають щастя, радість і надію. Український фразеологізм *сьоме небо* свідчить про сприйняття цього явища як найвищого ступеня радості. Схожий образ є в німецькому вислові *hängt der Himmel voller Geigen*, що означає стан ейфорії. В англійській мові аналогічну ідею можна знайти у вислові *the sky is the limit*, що означає необмежені можливості.

Окрім позитивних конотацій, небо також має і негативні додаткові значення, відтворюючи труднощі та розчарування. В українській культурі вислів *небо коптати* вживають для опису людини, що живе бездіяльно та марнує час. Подібним за змістом є англійські вислови *castles in the sky* та *pie in the sky*, що означають марні надії та нереальні очікування. У німецькій мові вислів *aus allen Himmeln fallen* означає стан раптового розчарування та втрати надій.

Таким чином, в культурах України, Німеччини та англомовних держав загальна картина конотацій неба є подібною, що свідчить про високий рівень їхньої універсальності.

Втім, менш універсальними є конотації води – багатозначного символу, який відіграє важливу роль у культурах багатьох народів. Поширена конотація цього явища в Україні – асоціація зі змінами та плінністю, що найвлучніше відтворено у висловах *плисти за течією, як водою змилло, поти у воду* тощо.

Вода має глибокий зв'язок з емоційним і психічним станом людини. Її часто використовують для опису внутрішніх переживань та взаємостосунків.

Український фразеологізм *як у воді намочений* означає пригнічений стан. Німецький вислів *nah am Wasser gebaut haben*, зі свого боку, підкреслює схильність до емоційного розпаду. Англійський зворот *to be in hot water* акцентує на негативних емоціях: гніві та агресії.

Ще одна конотація води – зв'язок із життєвими труднощами й небезпеками. У цьому випадку вода стає метафорою для ситуації, з якої складно знайти вихід. Українська ідіома *хоч у воду скачи* відтворює стан, коли людина повністю пригнічена обставинами. Схожий зміст передають англійські вислови *in deep water* та *troubled waters* – метафори серйозних проблем або загроз.

Цікавою видається асоціація з водою у німецькій культурі, що відтворює вислів *das Wasser steht jemandem bis zum Hals*, який означає фінансову небезпеку та ризик опинитися в боргах.

Варто зауважити, що хоч вода відіграє роль потужного символу й має чимало конотаційних збігів у різних мовних культурах, у конкретній семантиці подеколи трапляються відмінності.

Потужним символом, що поєднує важливі протилежні сили – руйнацію та життєдайність, є вогонь. Його поширеною конотацією є пристрасть і енергія. У сталих висловах вогонь часто символізує інтенсивність емоцій та бажань. Українські звороти з *вогником* та *пашити вогнем* описують збудження та пристрасть. Аналогічний зміст передає англійська ідіома *fire in the belly*, де велику мотивацію також передано через образ вогню. Німецька ідіома *Feuer und Flamme sein* так само означає ентузіазм і запал.

Втім, вогонь має і негативний аспект, пов'язаний із небезпекою. Український вислів *гра з вогнем* і його букввальний англійський відповідник *to play with fire* вказують на небережність або ризик, що може призвести до серйозних наслідків. Цікаву ідею передає німецька ідіома *zwischen zwei Feuer geraten*, де

вогонь є метафорою кількох небезпечних або ризикованих ситуацій, з якими людина стикається одночасно.

Інша конотація вогню – конфлікт та ескалація напруження. З погляду метафори полум'я символізує різні форми агресії та суперечності. Український вислів *піддавати жару у вогонь* має прями перекладні відповідники в англійській та німецькій мовах: *to add fuel to the fire* та *Öl ins Feuer gießen*. Ці звороти відтворюють здатність вогню метафорично позначати не лише реальне полум'я, але й конфлікти, що формує його конотацію суперечок та напруги.

Дощ як природне явище має не менш глибоке символічне значення та відтворює різноманітні культурні, соціальні та емоційні аспекти. У деяких культурах дощ асоціюють із несподіваністю, що пов'язано з раптовістю цього явища й здатності різко змінити плани або настрої.

Варто зауважити, що поширений в українській мові вислів *як дощ на голову* або форма *як сніг на голову*, що передає цю конотацію, не має відповідників із вживанням конотеми *дощ* в англійській чи німецькій мовах, де фактор несподіваності передають за допомогою конотеми *небо*, про що свідчать вислови *out of the clear sky* та *wie aus heiterem Himmel*.

Зі свого боку, спільною для культур України, Німеччини та англійських держав є конотація труднощів та перешкод, що пов'язана з дискомфортом, який дощ може принести у повсякденне життя.

Українській фразеологізм *з дощу та під ринву* виразно передає метафору погіршення ситуації. Аналогічний зміст має німецька ідіома *aus dem/vom Regen in die Traufe kommen*. Англійські звороти *rain on parade* та *it never rains but it pours* вказують на руйнування планів та низку неприємностей.

Окрім негативних конотацій, дощ нерідко сприймають як знак очищення, оновлення та надії, порівнюючи це з природним процесом настання сонячного світла після дощу. Англійський фразеологізм *no rain, no rainbow* підкреслює, що позитивні речі настають після періоду труднощів. Ідентичний зміст передає німецька ідіома *auf Regen folgt Sonnenschein*, де дощ символізує тимчасові проблеми, що змінюються на краще.

Слід зауважити, що багатозначне символічне навантаження у культурах України, Німеччини та англійських держав має вітер. Це природне явище може символізувати як фізичні процеси, так і емоційні категорії.

Насамперед вітер має конотацію непостійності, легковажності та нестабільності. Типовий для української мови вислів *вітер у голові* характеризує легковажну людину, нездатну на серйозні рішення. Не повністю точну, але схожу ідею передає німецька ідіома *durch den Wind sein*, що означає стан збентеження та розгубленості.

Поширена конотація вітру – зміни, зокрема або позитивні, здатні принести оновлення, або несприятливі, що вимагають адаптації. Український вислів *свіжий вітер* означає початок чогось нового або позитивні зміни. Англійський зворот *a wind of change*, зі свого боку, вказує на суттєві зміни, причому як позитивні, так і негативні. Дещо іншу ідею несе в собі німецький фразеологізм *irgendwo weht ein anderer Wind*, який акцентує на змінах, котрі вимагають від людини адаптації.

Зважаючи, що вітер – відносно непередбачуване та нестабільне явище, видається логічним, що його асоціюють із марністю зусиль або втратами. Конотація втрат відтворена в українській культурі, де вислів *пускати на вітер* означає гаєння

ресурсів, зворот *не кидати слова на вітер* акцентує на обов'язковості, ідіома *вітер у кишенях* означає наявність фінансових проблем.

Схожу ідею передає англійський фразеологізм *beat the wind*, тобто виконання марної роботи, що не приносить результату. Німецький вислів *etwas in den Wind schlagen* також відтворює концепцію витрачання зусиль та ресурсів на марну роботу.

Найсуттєвішою конотацією вітру слід вважати швидкість та рух. В українській мові конотація швидкості відтворена висловом *з вітерцем*, що означає швидкий рух зі здебільшого приємними відчуттями.

Значнішою мірою сприйняття вітру як швидкості можна спостерігати в англійській мові: *as swift as the wind, go like the wind, before the wind*. Аналогічну ідею передає німецький еквівалент *schnell wie der Wind*, що свідчить про універсальність асоціації вітру зі швидкістю.

Контрастне символічне навантаження у світогляді різних народів несуть хмари. Природні особливості спонукають до асоціації з розлогим спектром негативних емоцій, як-от сум, тривога або пригніченість, оскільки хмарні дні символізують складні періоди.

Український фразеологізм *хмара хмарою* і порівняння *як чорна хмара* вживають для опису людини, що перебуває у стані глибокого суму та пригніченості. В англійській мові відповідники *to be in a dark cloud* та *black cloud* передають аналогічну ідею та наголошують на негативних емоціях.

Також хмари мають конотацію мрійливості та ілюзорності. З одного боку, за допомогою хмар передають стан невідповідного сприйняття дійсності, а з іншого – перебування у стані нереального, але щасливого стану.

В українській культурі вислів *літати в хмарах* означає людину, яка наївно сприймає реальність і перебуває у власних мріях. Схожий зміст має англійський відповідник *head in the cloud*, що вказує на розсіяність та мрійливість, які віддаляють людину від об'єктивної реальності. Німецький зворот *auf Wolken schweben* передає таке саме значення.

Цікава особливість конотеми *хмари* полягає в асоціації зі щастям та піднесенням. Англійські фразеологізми *on a cloud, to be on cloud nine* та буквальний німецький відповідник *auf Wolke sieben schweben* вказують на стан щастя та ейфорії. Характерна контрастність між символом погіршення настрою та стану радості свідчить про багатогранність метафор цього образу.

Поміж іншого, хмари можуть мати конотацію попередження про майбутні проблеми або небезпеки, що є додатковим елементом цього явища як символу невизначеності або тривоги. Найвиразніше це відтворено в англійській мові за допомогою вислову *a cloud on the horizon*, що буквально означає майбутню проблему. Схожий зміст передає український фразеологізм *наганяти чорну хмару*, початкове значення якого – псувати настрої, але окрім цього, натяк на небезпечну ситуацію.

У результаті аналізу мовного матеріалу з'ясовано, що конотеми *небо* й *вогонь* мають найвищий показник універсальності сприйняття в культурах України, Німеччини та англійських держав. Зі свого боку, конотема *дощ* виявилась найменш універсальною.

Характерно, що більшість конотем містять контрастні конотації та поєднують протилежні емоції та ситуації. Таким чином, важливу роль під час дослідження конотацій відіграє культурний та соціальний контекст.

Процес зіставного аналізу лексичних конотацій мовних культур світу передбачає застосування методу аналізу, що полягає у послідовному розгляді складових елементів об'єкта, його ознак та властивостей. Важливо врахувати чинник добирання ілюстративного матеріалу, що досить об'єктивно відтворюватиме сутність досліджуваного предмета.

У межах дослідження для добирання прикладів використано низку джерел, серед яких, зокрема, такі:

- фразеологічні словники;
- словники асоціацій;
- універсальні електронні словники.

Принцип аналізу полягає в тому, щоб дібрати для кожної конотеми набір прикладів, що ілюструють її вживання у переносних та метафоричних контекстах. Для цього насамперед використано фразеологічний матеріал української, англійської та німецької мов.

Українським фактором є спосіб представлення здобутих результатів, що найбільш ефективно може бути використано у практичних цілях. У результаті зіставного аналізу укладено систематизований довідник, де наведено структуровану інформацію про виокремлені конотації для кожної конотеми та відповідний ілюстративний матеріал.

У кожному розділі конотеми проілюстрована зображенням для зручного та наочного сприйняття інформації, наведено короткий коментар і таблицю, де зазначено виявлені під час зіставного аналізу лексичні конотації та приклади з фразеології та сталих висловів в українській, англійській та німецькій мовах.

Для зручності користування комірками таблиці мають різні кольори залежно від наявності у певній конотеми лексичної конотації у визначеній мові. Так, комірка зеленого кольору означає, що конотація виявлена та збігається у принаймні двох мовах, комірка синього кольору означає, що конотація загалом виявлена, але в різних мовах збігається лише частково, а комірка жовтого кольору означає, що конотація не збігається.

Головна перевага укладеного довідника полягає у його лаконічній та зручній у використанні структурі та відсутності значного обсягу теоретичних даних. Спосіб представлення інформації у вигляді таблиць робить посібник комфортним під час використання.

У процесі вивчення навчальних дисциплін на зразок лінгвокраїнознавства, перекладознавства або міжкультурних комунікацій джерело такого типу може становити цінність у контексті дослідження не тільки національних особливостей світогляду окремого народу, але й аспекту порівняльного аналізу менталітету представників різних націй.

Хоча теоретичний аспект конотації як мовознавчого явища та процес його розвитку в діахронічному контексті загалом досліджений досить ґрунтовно, слід констатувати, що практична частина порівняльного аналізу конотацій різних культур все ще недостатньо опрацьована в сучасній науці.

Подальші дослідження можуть становити суттєвий потенціал для розвитку теоретичного лінгвокраїнознавства. Як приклади таких досліджень варто навести детальний розгляд інших груп конотацій, як-от: емоційні стани людини, фітоніми, антропоніми, топоніми у контексті вузьконаціонального сприйняття.

Варто зауважити, що в результаті існує чітка перспектива створити універсальний, значний за обсягом довідник лексич-

них конотацій, де відтворено національні особливості сприйняття окремих мовних категорій у різних культурах світу, що, зі свого боку, становить значну користь у контексті навчання та викладання низки дотичних наукових дисциплін.

#### Література:

1. Манакин В.М. *Мова і міжкультурна комунікація*: навч. посіб. Київ: ВЦ «Академія», 2012. 288 с.
2. Hartmann R.R.K. *Dictionary of Lexicography*. London and New York: Routledge, 2002. 176 p.
3. Bullon S. *The Treatment of Connotation in Learners' Dictionaries*. Proceedings Papers from the EURALEX, 1990. P. 27–33.
4. Bloomfield L. *Language*. The University of Chicago Press, 1984. 564 p.
5. Мариненко І.О. *Лексикологія української мови: практикум*. К.: 2017. 172 с.

#### Ryzhkova V., Shein I. Lexical connotations of natural phenomena names in the world's linguistic cultures

**Summary.** The article deals with the comparative analysis of lexical connotations of natural phenomena names in the linguistic cultures of Ukraine, Germany and English-speaking countries (USA, Great Britain).

Special attention is given to the concept of lexical connotation as a multifaceted linguistic phenomenon that reflects cultural, symbolic and emotional aspects of linguistic consciousness. The approaches of Ukrainian and foreign scholars to the interpretation of the concept of 'connotation' are characterised.

In the context of the comparative analysis of lexical connotations, the lexical entities that are the names of natural phenomena, including connotations 'sky', 'water', 'fire', 'rain', 'wind', 'clouds', are thoroughly examined. The lexical array of phraseological combinations, fixed expressions and associations in Ukrainian, German and English is used as a source of illustrative material.

For the examined connotations, common and different connotative meanings are discovered, which reflect the peculiarities of how representatives of different cultures perceive natural phenomena. The article describes how this process is established in the natural language. The special role of cultural and social contexts in the comparative analysis of lexical connotations is highlighted.

The article describes the method of selecting illustrative material, which results in a sufficiently objective reproduction of the subject being studied. The emphasis is made on the method used for presenting the study results, which can be used for practical purposes, in particular, in the educational process.

For further research, the article suggests a way to systematise the results in a format suitable for use in the educational process in the study of a number of related humanities and linguistics disciplines.

The article outlines the experience of compiling a lexical connotation reference book, the structure of this reference book and the peculiarities of its layout.

Also, the article describes the prospects for further research in the field of comparative analysis of lexical connotations of world language cultures in the context of teaching scientific disciplines.

**Key words:** connotation, analysis, natural phenomenon, context, reference book, teaching, educational process.

Сизонов Д. Ю.,

доктор філологічних наук, доцент,

доцент кафедри стилістики та мовної комунікації

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

## ГЕНДЕРНА СТЕРЕОТИПІЗАЦІЯ В РЕКЛАМІ: ЮРИСЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ

**Анотація.** У статті проаналізований комунікативний ресурс сучасної реклами, який пов'язаний із проблематикою гендерності та науково зінтерпретований із позиції юрислінгвістики. Автором зроблена спроба ідентифікувати гендерні маркери, що є носіями стереотипізації в рекламі та можуть бути сприйняті споживачем як конфліктогенні. В юрислінгвістиці подібні тексти розглядаються як такі, що здатні порушувати «кордони» особистості, поширювати неправдиву інформацію про певну особу / групу осіб, «показувати будь-яку перевагу однієї статі над іншою, стереотипні ролі чоловіка й жінки, насильство за ознакою статі» (Закон України «Про рекламу»). Метою статті, отже, є аналіз українськомовної рекламної комунікації в контексті гендерної стереотипізації та конфліктності на цьому ґрунті. Основні методи – медіамоніторингу, який дозволив проаналізувати інформаційний простір щодо стереотипізації різних типів; лінгвістичної експертизи, за допомогою якої були ідентифіковані тексти реклами як конфліктогенні; семантико-стилістичної інтерпретації, що допоміг декодувати конкретні мовні одиниці як стилістично марковані щодо гендерної стереотипізації.

Для об'єктивації даних ми проаналізували понад 40 рекламних повідомлень, які потенційно можуть ретранслювати гендерну стереотипізацію. Частина з цих повідомлень латентно торкаються цієї теми, а відтак потенційно розглядаються як конфліктогенні. Окремий сегмент аналізу – юридичний складник недобросовісної реклами, в яку закладаються дискримінаційні смисли за ознакою статі. Комунікативний ресурс, який закладається в такого типу рекламні повідомлення, є завуальованим та може бути некоректно декодований споживачами. Введення в оману реципієнтів за такого контексту може бути об'єктом аналізу лінгвіста-експерта та розглядатися в площині юрислінгвістичних студій. Спостережено, що в українськомовній рекламній комунікації останніх років випадки гендерної стереотипізації зменшуються, що мотивовано євроінтеграційними процесами України, демократизацією суспільства, етико-політичною грамотністю та ін. екстралінгвальними факторами, що впливають на побудову коректних текстів щодо гендерної рівності.

**Ключові слова:** гендерний стереотип; рекламна комунікація; медійний смисл; лінгвоманіпулятивна тактика; медіалінгвістика; юрислінгвістика.

**Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями.** На початку 2022 року Кабінетом Міністрів України були прийняті поправки до Закону «Про рекламу», які в основному стосувалися питань *дискримінації за ознакою статі* – реклама, що «містить твердження та/або зображення щодо інтелектуальної, фізичної, соціальної чи іншої переваги однієї статі над іншою

та/або щодо стереотипних ролей чоловіка та жінки, яка пропагує принизливе та зневажливе ставлення; принижуює гідність людини за ознакою статі; демонструє насильство за ознакою статі; використовує зображення тіла людини (частини тіла) виключно як сексуального об'єкта з метою привернення уваги споживача та/або посилення (слова, звуки, зображення) на сексуальні стосунки, що не стосуються рекламованого продукту чи способу його споживання» [1]. Відтак ідентифікація такої реклами пов'язана зі специфічним комунікативним ресурсом, який і вказує на дискримінативний характер повідомлення: емоційно-забарвлена лексика, гендерно марковані одиниці, інтертекстуальні засоби, пов'язані з гендерною тематикою, колокативні елементи й нарративні фразеологізми та ін. У той же час спостерігається й інтенсифікація «гендерно чутливих» елементів у рекламі, які потребують подальшого наукового аналізу. Йдеться про вербалізацію стереотипізованих елементів, що закладаються здебільшого з маркетинговими цілями: *жінки – домогосподарки; жінки – куховарки; чоловіки – зрадники; чоловіки – добувачі грошей і кар'єристи* та под. (див. соціологічне дослідження щодо гендерної рівності, проведене у країнах Східної Європи [2]). Часто ретрансляцією таких нарративів є реклама з ілюстрацією некоректної вербалізованої дихотомії *nomina feminina / nomina masculine*, що може призвести до комунікативної конфліктності та ставати об'єктом юрислінгвістичного аналізу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій з цієї теми, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується стаття.** Тенденція до синергії сучасного гуманітарного знання веде і до появи нових напрямів мовознавства, серед яких юрис- та медіалінгвістика, лінгвістична іміджологія, піар- та політична лінгвістика, психо- та еколінгвістика, etc., які зосереджуються на інтегральності модерного знання та досліджують динаміку сучасних мовних процесів. У цьому ряді можна наголосити й ще на одному неонапрямі – *гендерній лінгвістиці*, що вивчає гендер у його лінгвістичній репрезентації та у взаємозв'язку з іншими галузями вивчення гендерних студій – соціології, психології, політології, філософії, масової комунікації та ін. Проблематика напряму все активніше розвивається у вітчизняній лінгвістиці, охоплюючи питання маскуліно- / феміноцентричності мови, гендерної асиметрії в різних типах комунікації, правописних питань, пов'язаних із фемінітивними, андроцентризму в системі сучасного мовного ландшафту та ін. (див. праці О. Тараненка, А. Архангельської, Т. Космеди, Т. Осіпової та ін. [3; 4; 5]). Питання гендеру в медіа- та юрислінгвістичному аспектах, на наше переконання, є одним із найактуальніших, що передбачає аналіз точності / неточності

інтерпретації гендеру в мовній комунікації, вияву дихотомії чоловічого / жіночого, вербалізованого у слові, його нормативності / ненормативності у тексті, функціонального потенціалу гендерно маркованих мовних одиниць, що стереотипізуються в масовій свідомості, наявності в тексті модальностей різного плану, пов'язаних із гендерністю та вербалізованих у комунікації ситуацій свідомого моделювання конфліктності / дезінформації / дискримінації за ознакою статі. З позиції лінгвістичної експертології деякі з цих проблем, пов'язаних із методологією аналізу мовного ресурсу в різних типах текстів, ми спробували вирішити в попередніх дослідженнях [6; 7], наголосивши на окремому типі лінгвістичної експертизи рекламної комунікації, що може розглядатися «як інформаційний продукт, призначений формувати та підтримувати думку споживачів, впливати на реципієнта в маркетингових цілях, а тому може ставати об'єктом аналізу лінгвіста-експерта» [7, с. 24]. Але вивчення гендерної стереотипізації з позиції юрислінгвістичних студій, вирішення проблем, пов'язаних із правильністю інтерпретації гендерності в медіа, аналіз вербалізованих моделей гендерної стереотипізації в масовій свідомості загалом та рекламі зокрема не були окремим об'єктом вивчення.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** При вивченні реклами варто зважати на її ключові параметри – маніпулятивність, комерціалізація, лаконічність, специфічність комунікативних тактик та стратегій, що здатні досягнути основного результату – продати продукт / послугу. Виходячи з цих параметрів, наголосимо, що багато рекламистів удаються до багатьох методів для реалізації маніпулятивно-комерційної мети, серед яких і наявність стереотипізації, яка «допомагає» в досягненні бажаного ефекту. Пригадаймо рекламу зі слоганами типу *чоловіки оціняють, жінки запам'ятають; їй сподобається прибирати; їй потрібна доглянута шкіра; чоловіки шукають м'ясо* та под., які стереотипізовано вводять у соціальний контекст. Такого типу рекламні повідомлення можна віднести до конфліктогенних, які мають у своїй основі спірні, неоднозначні твердження, що призводять до зіткнення смислів у комунікації.

Активаторами «гендерно нерівних» смислів є слогани-імперативи, які побудовані за принципом *ти повинна; ти мушиш; ти здатен* та ін., які є своєрідними вербалізованими закликами до дій. Така реклама, очевидно, впливає на реципієнта, натомість може спричинити неоднозначність у сприйнятті, особливо коли йдеться про слогани з указівкою на стать як однозначно єдиний «сценарій» життя: *ти – жінка, тому...; ти – чоловік, тому...* Такий формат рекламних повідомлень може ставати об'єктом аналізу лінгвіста-експерта, адже є твердженням щодо певних стереотипізованих моделей. У цьому випадку рекламисти мають дотримуватися й етичних правил побудови комунікації (див. «Кодекс професійної етики журналіста», відповідно до якого не допускається в рекламі проявів сексизму та гендерних стереотипів, дискримінації за ознакою інвалідності, статі, релігії та ін.). Прояви таких дій, реалізованих у рекламі, можуть розглядатися лінгвістом-експертом як елементи конфліктогенної комунікації. Пригадаймо тут фрази-слогани, використані в деяких рекламних текстах, які можуть зачіпати честь і гідність певних категорій людей, зокрема щодо їх статі: *ти же маленька дівчинка в його руках...; купи своїй домогосподарці;*

*їй – квіти, тобі – нове авто; воно саме визначить свою стать; розмір для неї важливий* та ін. Використання займенників *ти, його, їй, свою, неї* та под. підсилює вплив на реципієнта та дозволяє опозиційно апелювати до конкретної статі, а відтак порівнювати їх у повідомленні, що стає конфліктоорієнтованим (з'являються пейоративні елементи, оцінні лексеми, кліше-стереотипи та ін.).

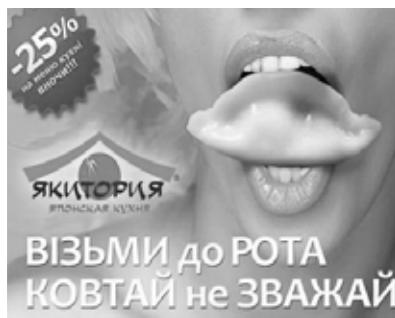
Гендерна стереотипізація особливо активно використовується в комерційній рекламі для підсилення стилістичних прийомів – гумору, іронії, сарказму: *жінка ≠ не може водити авто; чоловік ≠ не може поміняти підгузок; жінка ≠ не здатна зробити ремонт* та ін. Такі типові сюжети рекламних роликів супроводжуються й стверджувальними конструкціями з заперечними частками *не*: *жінка – не водій; чоловік – не сім'янин; жінка – не начальник* та под. Очевидно, що такого типу конструкції лише загострюють проблему стереотипізації в суспільстві та не наближають її вирішення. Парадоксально, але дуже часто саме рекламний контент, який спрямований на конкретну аудиторію (жінок та/або чоловіків), найбільше і поширюють такі стереотипи: *свобода дій із ним* (з реклами жіночих засобів гігієни), *зроби йому приємне* (з реклами будівельних магазинів), *вона зачекає* (з реклами слабоалкогольного напою) та ін. Подібні ярликові лексеми стають символізованими в рекламі та здатні популяризувати негативні образи жінок / чоловіків у суспільстві. Див. статистичні дані щодо гендерної незбалансованості та дискримінації за ознакою статі в рекламі<sup>1</sup>:



Ще одна модель реклами, що вважається дискримінаційною за ознакою статі, є використання сексуалізації в повідомленні (з натяками на інтимні стосунки, візуалізація оголених тіл, вказівка на домінацію однієї статі над іншою). Формується цілий пласт емоційно забарвлених одиниць, які є своєрідними вербалізованими маніпуляторами, надаючи гіперболізованій оцінці повідомленню (часто це реалізовується через позалітературні елементи, що є вербалізованим ресурсом комунікативних тактик групової ідентифікації та ілюктивної сили висловлювання): *ця тьолочка, знижки для чуваків, знайди свою блонду, мілфочка зацінить* та под. Підсилення таких вербальних елементів креолізацією у вигляді фото, відео є явним проявом дискримінаційності, особливо коли йдеться про згадану вище сексуалізацію (див. нижче вибірккову рекламу, що належить до конфліктогенної та набуває ознак дискримінаційної):

<sup>1</sup> Відповідно до моніторингу, проведеного Національною радою з питань телебачення та радіомовлення. URL: <https://webportal.nrada.gov.ua/majzhe-chvert-reklamuv-teleefiri-gendernonezbalansovana-shhe-majzhe-5-poshyryuyegenderni-stereotyry-infogafika/>



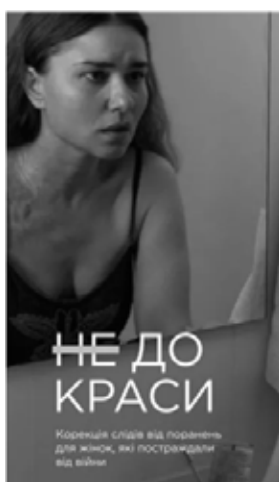


Важче розпізнати дискримінаційні ознаки в комунікативних моделях, адже вони не завжди є прозорими (йдеться про використання мовної гри, каламбурності, вербалізованих форм натяків на сексуалізацію, механізми метафоризації, метонімізації, функціональних перенесень): *роздвинь палички, візьми до рота, покажи шарики* та ін. (всюди присутній образ жінки як об'єкт сексуалізації); *жар її, дві палки краще однієї, тягни її* та ін. (всюди присутній сексуалізований образ чоловіка). Розуміємо, що мета таких рекламних повідомлень – вплинути на потенційного реципієнта (споживача, отримувача послуг, покупця), застосовуючи лінгвокреативні прийоми, але обережність у використанні образів та коректний словесний супровід має зберігатися, щоб реклама як продукт масового сприйняття не зазнавала лінгвістичної експертизи. Відтак сформований цілий комплекс типових моделей у рекламних образах-стереотипах (за Р. Кентер): *жінка-вамп, секс-бомба, залізна леді, жінка-спокусниця* (щодо жіночих образів) та *сильний чоловік, чоловік-джокер, чоловік-кар'єрист* (щодо чоловічих образів). Реалізацію цих типових моделей маємо і в конкретних рекламних повідомленнях, пов'язаних із різними торговими марками – зубної пасти, лікувальних засобів, алкогольних напоїв та ін.: *її посмішка для нього; лікує мама...; він із друзями на футболі; він приходить втомлений* та под. Гіперболізація у сприйнятті цих образів є маніпулятивною тактикою, яка і стає в майбутньому об'єктом юрислінгвістичного аналізу.

Наголосимо, що сексуалізовані образи можуть бути використані лише в соціальній рекламі, яка має на меті показати соціальну проблему, про що йдеться і в законодавчому полі: «принижувати гідність людини за ознакою статі; демонструвати насильство за ознакою статі; використовувати зображення

тіла людини (частини тіла) виключно як сексуального об'єкта з метою привернення уваги споживача та/або посилення (слова, звуки, зображення) на сексуальні стосунки, що не стосуються рекламованого продукту чи способу його споживання. Ця вимога не поширюється на соціальну рекламу, спрямовану на засудження відповідних явищ» [1]. Згадаймо тут рекламні тексти соціальної реклами, які спрямовані на засудження насильства в родині, булінгу за ознакою статі та ін.: *її б'ють, а вона мовчить...; мовчи, бо в тебе є від нього дитина; ти хлопчик, а вдягаєшся як дівчинка; ти дівчинка, а любиш машинки та літаки* та под. Те саме стосується і використання сталих образів для показу й подолання стереотипізації в суспільній свідомості. Зіткнення смислів через розвіюванні міфів і є частиною успішної соціальної реклами (згадаймо серію соціальних роликів *Не плач – ти ж хлопчик; Капризуй – ти ж дівчинка; Терпи – ти ж хлопчик* та ін., які показово доводили зворотнє).

У зв'язку із військовими подіями в нашій країні, з'являється реклама мілітарного типу, де образ чоловіка-воїна домінує над аналогічними жіночими образами. Виокремлюються відтак соціальні ролі жінок і чоловіків під час війни, ретрансльовані в рекламних слоганах-меседжах: *жінка-воїн насамперед жінка* («Жіночий Ветеранський Рух»), *патріотизм не має статі* («Жінки в громаді»), *ветерани різні, перемога одна* («Український ветеранський фонд») та ін. Спостерігається домінація образу жінки як проблема жіноцтва на війні, що довгий час стереотипізовано сприймалося в масовій свідомості через фразеологізовану дихотомію *сильна стать* (про чоловіка) – *слабка стать* (про жінку). Серія соціальної реклами та вдало підібрані слогани деформують ці смисли, надаючи їм нової конотації:



**Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків у цьому науковому напрямі.** Наголошуючи на рекламному повідомленні як маніпулятивно орієнтованому, не можемо не оминати проблеми конфліктогенності в масовій комунікації. В породженні рекламних текстів на основі цього явища із проявами дискримінації, зокрема за ознакою статі, відіграють особливу роль різного типу слогани – як основні (для ефекту запам'ятовування), так і факультативні (для підсилювального) ефекту. Важливо, що гендерна стереотипізація наявна в рекламі за допомогою супровідних креолізованих (фото, відео) та композиційних (гострота сюжету, конфліктність) елементів.

Наголосимо, що останнім часом прояви дискримінаційності за ознакою статі зменшуються в інформаційному просторі України [2], що пов'язано, на нашу думку, з євроінтеграційними процесами нашої держави, демократизацією суспільства, етико-політичною грамотністю та ін. екстралінгвальними факторами, що впливають на побудову коректних текстів, зокрема рекламних, щодо гендерної рівності. Поруч із цим залишається високий ступінь використання лінгвокреативних елементів, зокрема через гендерну стереотипізацію, що має «допомогти» стати ближчим до потенційного споживача. Ми вважаємо, що в гонитві за комерціалізацією та ринковою конкурентністю, втрачається етичний бік рекламного повідомлення, а тому варто шукати альтернативні способи вербалізації дійсності в контексті гендерних (анти)стереотипів та їх ретрансляції в масовій свідомості.

**Перспективним**, на наше переконання, може бути аналіз новітніх типів реклами (іміджевої, плейсментової, наративної), які мають прихований характер при рекламуванні. Фахове декодування мовних порушень у таких текстах ускладнюється, що вимагає нових методик аналізу в юрислінгвістиці та лінгвоекспертології. Прозорішою має стати і юридична база, яка має чітко прописувати, за яких обставин рекламний текст можна вважати дискримінаційним.

#### *Література:*

1. Закон України «Про рекламу». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3136-20#Text>
2. Baseline study on gender norms and stereotypes in the countries of the Eastern Partnership. URL: <https://eca.unwomen.org/en/digital-library/publications/2022/03/baseline-study-on-gender-norms-and-stereotypes-in-the-countries-of-the-eastern-partnership>
3. Тараненко О. Андроцентризм у системі мовних координат і сучасний гендерний рух: [монографія]. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2021.
4. Архангельська А. *Femina cognita*. Українська жінка у слові й словнику: [монографія]. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2019.
5. Космеда Т. та ін. Гендерна лінгвістика в Україні: історія, теоретичні засади, дискурсивна практика: [колект. моногр.] / Т. Космеда,

Н. Карпенко, Т. Осіпова, Л. Саліонович, О. Халіман; за наук. ред. проф. Т. Космеда. Харків: ХНПУ ім. Г. С. Сковороди; Дрогобич: Коло, 2014.

6. Лінгвістична експертиза: підручник / Л. Шевченко, Д. Сизонов; за ред. Л. Шевченко. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2021.
7. Сизонов Д. Рекламна комунікація у фаховому аналізі лінгвістика-експерта. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2022. Вип. 45. С. 15–26. <https://doi.org/10.17721/APULTP.2022.45.15-26>

#### **Syzonov D. Gender stereotyping in advertising: the legal linguistic aspect**

**Summary.** The article analyzes the communicative resource of modern advertising, which is related to the issue of gender and scientifically interpreted from the position of legal linguistics. The author makes an attempt to identify gender markers that are carriers of stereotyping in advertising and can be perceived by the consumer as conflict-generating. In legal linguistics, such texts are considered as those that are capable of violating the «borders» of personality, spreading false information about a certain person, «showing any superiority of one sex over the other, stereotypical roles of men and women, violence based on gender» (Law of Ukraine «On Advertising»). The purpose of the article, therefore, is to analyze Ukrainian-language advertising communication in the context of gender stereotyping and conflict on this basis. The main methods are media monitoring, which allowed analyzing the information space regarding stereotyping of various types; linguistic examination, with the help of which advertising texts were identified as conflict-generating; semantic-stylistic interpretation, which helped to identify specific language units as stylistically marked with respect to gender stereotyping.

To objectify the data, we analyzed more than 40 messages from different brands that can potentially relay gender stereotyping. Some of these messages latently touch on this topic, and therefore are potentially considered conflict-generating. A separate segment of the analysis is the legal component of unfair advertising, which contains discriminatory meanings based on gender. The communicative resource that is embedded in this type of advertising message is veiled and can be incorrectly decoded by consumers. Misleading recipients in such a context can be the object of analysis by an expert linguist and considered in the field of legal linguistic studies. It has been observed that in Ukrainian-language advertising communication in recent years, cases of gender stereotyping have been decreasing, which is motivated by the European integration processes of Ukraine, the democratization of society, ethical and political literacy, and other extralinguistic factors that influence the construction of correct texts on gender equality.

**Key words:** gender stereotype; advertising communication; media meaning; linguistic manipulative tactics; media linguistics; legal linguistics.

*Степанов В. В.,  
PhD 035 «Філологія», асистент кафедри германської філології  
Сумського державного університету*

*Могильник А. І.,  
студентка 4-го курсу кафедри германської філології  
Сумського державного університету*

## МОВНІ МАНІПУЛЯЦІЇ ПОСАДОВЦІВ У ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ: ЦІЛІ ТА ЗАСОБИ

**Анотація.** Стаття присвячена використанню мовних маніпуляцій політиками у публіцистичному дискурсі. Подаються головні ознаки вербальних маніпуляцій у процесі комунікації: прихований характер впливу, цілеспрямованість, емоційність, інформаційна асиметрія. Описуються цілі, що ставлять перед собою політики під час використання маніпуляційних засобів у різноманітних медіа. Серед них помітне місце займають прагнення схилити громадську думку на власний бік та корисливі мотиви. Детально експлікуються конкретні маніпулятивні стратегії, що використовують посадовці у публіцистичному дискурсі для досягнення прихованих цілей. З-поміж них помітно виокремлюються: створення іміджу ворога, поляризація суспільства, апеляція до страху та емоцій, повторення та спрощення меседжів, дискредитація медіа, блеф, метонімія та узагальнення, асоціація з негативом, моральне верховенство, перекидання з емоційно забарвленою лексикою, маніпуляції з відповідальністю, навіювання особистої значущості. Такі стратегії застосовуються не тільки політиками, але й публічними особами як у період кризових ситуацій, так і момент соціальної стабільності, щоб перетягнути підтримку громади на свій бік або реалізувати корисливі амбіції. Скажімо, у процесі виборчої кампанії мовні маніпуляції спотворюють репутацію опонента, у той час як при посаді політик нерідко маніпулює фактами в прагненні отримати зиск. Автори досліджують англійський та український публіцистичний дискурс політичної сфери на матеріалі Інтернет-джерел: новинні видання *CNN* та *Fox News*, мережа *Twitter (X)*, відеохостинг *YouTube*. Визначаються графічні, лексичні, граматичні та стилістичні засоби, які сприяють окупації та приховуванню істинних мотивів дій посадовців у дискурсивному континуумі. Дослідження спирається на інтерпретацію дискурсу за Харківською лінгвістичною школою, де останній подається не просто як комунікація, а як постійно переосмислене спілкування, коли у аудиторії регулярно оновлюється ставлення до політика залежно від еволюції його контактів з громадськістю.

**Ключові слова:** політика, громадська думка, публіцистичний дискурс, мовні маніпуляції, цілі та засоби.

**Постановка проблеми і аналіз публікацій.** У часи кризи та соціально-політичних трансформацій стає доволі очевидним, що кожна людина має зберігати ясний розум і здоровий глузд. Володіючи навичками критичного мислення, можна розкрити істинні мотиви правлячих еліт, і це дає можливість виявити прихований вплив на суспільну думку. Одним із серед-

овищ реалізації такого впливу є процес комунікації, що в науковому сенсі іменується дискурсом [1].

Дискурс інтерпретується за А.П. Мартинюк кризь призму репрезентаційного та діяльнісного стилів мислення [2, с. 11–21]. Перший розглядає комунікацію як зв'язне мовлення (формальний напрям [3, с. 6–7; 4, с. 1]) або ситуативно обране спілкування, у тому числі з прагматичними нашаруваннями (функціональний напрям [5; 6; 7; 8]). Другий передбачає не лише комунікацію, але й також її постійне переосмислення, у результаті чого ставлення до мовця регулярно змінюється [9; 10; 11]. Іншими словами, в дискурсі можна простежити прихований вплив політичних еліт, які намагаються змінити суспільну думку через мовні маніпуляції.

Зважаючи на активний інтерес вчених до критичного аналізу політичних висловлювань та суспільних перетворень загалом [12; 13; 14; 15] і враховуючи поточний кризовий стан в Європі зокрема, постає нагальна потреба систематизувати і пояснити мовні маніпуляції, які використовуються політиками для впливу на суспільну думку, щоб перетягнути підтримку громадян на свій бік. У цьому полягає **актуальність дослідження**.

**Об'єктом дослідження** є публічний дискурс політичної сфери, **предметом** – мовні маніпуляції як засоби впливу на аудиторію у зазначеному дискурсі.

**Метою** є виявлення та аналіз мовних маніпуляцій у публіцистичному дискурсі, встановлення найбільш типових засобів, які використовують посадовці для впливу на суспільну думку. У межах цієї мети вирішуються такі **завдання**:

- 1) Розтлумачити мовні маніпуляції та їхні основні ознаки;
- 2) Описати та репрезентувати прийоми, які використовують політики для маніпулювання фактами через конкретні лінгвістичні засоби;
- 3) Показати реалізацію мовних маніпуляцій на прикладах;
- 4) Підвести підсумки дослідження.

**Методика студії** включає дискурс-аналіз, описовий та зіставний методи.

**Матеріалом дослідження** є висловлювання американських та українських посадовців і публічних осіб. Джерелами публіцистичного дискурсу є канали *CNN* [16] та *Fox News* [17], соціальна мережа *Twitter (X)* [18], відеохостинг *YouTube* [19].

**Хід дослідження.** Мовні маніпуляції – це свідоме використання мовних засобів для впливу на когнітивні процеси людини з метою зміни її думок, переконань або емоцій без її чіткого усвідомлення [20]. У цьому випадку аудиторія не розу-

міє, що на неї чиниться вплив, тому не може захистити себе від нього.

Основна мета мовних маніпуляцій – вплинути на спосіб мислення або емоції реципієнта через зміну його когнітивної або емоційної карти світу. Маніпулятивні техніки можуть бути використані в політиці, медіа, рекламі та інших сферах, де важливо сформувавши думку або ставлення аудиторії. Мова є ефективним інструментом цього впливу через свою здатність не лише передавати інформацію, а й формувати уявлення про події або явища.

Основні характеристики мовних маніпуляцій [20; 21]:

**1) Прихований характер впливу.** Мовні маніпуляції відрізняються тим, що їх вплив на свідомість є прихованим. Аудиторія, на яку спрямована маніпуляція, не усвідомлює, що піддається впливу, оскільки маніпуляції приховуються за нейтральними або позитивними висловлюваннями. Це робить маніпуляцію особливо небезпечною, оскільки реципієнт не в змозі критично аналізувати інформацію і захищатися від цього впливу.

Так, у політичній риторичі часто використовуються висловлювання, які маскуються під турботу про громадськість або справедливість, проте їх справжньою метою є мобілізація електорату або дискредитація опонентів. Політики можуть говорити про «захист національних інтересів», тоді як насправді маніпулюють страхами аудиторії для виправдання своїх дій.

**2) Цілеспрямованість.** Маніпуляції завжди мають конкретну мету: впливати на думки, поведінку або емоції реципієнтів, щоб змусити їх прийняти певну позицію або виконати конкретні дії. Ця мета завжди прихована, що робить маніпуляцію ефективною та важко помітною.

Мовна маніпуляція використовується для досягнення певних цілей: зміни політичних уподобань, посилення соціальної напруги або переконання аудиторії в необхідності певних дій. Наприклад, рекламні кампанії можуть використовувати приховані маніпуляції для того, щоб переконати споживачів у необхідності покупки товару, навіть якщо ця покупка не є раціонально обгрунтованою.

**3) Емоційний вплив.** Один із найпоширеніших прийомів маніпуляції – це вплив на емоції реципієнтів. Це може бути досягнуто через використання емоційно забарвленої лексики, метафор або гіперболізації подій. Викликання сильних емоцій, таких як страх, гнів або співчуття, дозволяє відволікти аудиторію від раціонального аналізу ситуації.

Емоційно забарвлені повідомлення мають сильніший вплив на поведінку людей, ніж раціональні аргументи, оскільки емоції діють на підсвідомість, формуючи миттєву реакцію. Наприклад, у медіа часто використовуються слова «загроза», «криза», «катастрофа», щоб викликати страх і змусити аудиторію підтримати певні політичні заходи.

**4) Асиметрія інформації.** Маніпулятори володіють значно більшою кількістю інформації, ніж їхні реципієнти, і використовують цю асиметрію для створення викривленого уявлення про події. Інформація подається вибірково, акцентуються лише ті аспекти, які вигідні маніпулятору, тоді як інші важливі факти замовчуються або спотворюються.

У політичних дебатах часто використовуються приклади вибіркової подачі даних. Політики можуть представити статистичні дані так, щоб вони підкреслювали лише позитивні аспекти їхніх дій, ігноруючи негативні наслідки.

Мовні маніпуляції в медіа є потужним засобом впливу на суспільство, оскільки вони використовують різні техніки для формування переконань, емоцій та поведінки, що вигідні конкретним правлячим елітам. Варто розрізнити конкретні засоби, які маніпулятивно використовують політики, приховано впливаючи на суспільну думку, щоб досягти вигідних для себе цілей. Розглянемо більш детально приклади таких маніпулятивних прийомів.

**Створення іміджу ворога.** Політики активно використовують такий прийом, спотворюючи імідж опонента через вживання зневажливих епітетів. Це має на меті не лише принизити політичного суперника, але й закріпити в свідомості аудиторії певні риси його характеру.

*Sleepy Joe Biden just agreed with the radical left Democrats to raise taxes by three trillion dollars* [Twitter (X), Donald J. Trump, 08.08.2020].

Застосування епітетів, таких як «сонний», є класичним прикладом етикетування. Це створює враження, що опоненти не гідні бути лідерами через їхню «слабкість». Подібні прийоми знижують особисту авторитетність, зменшуючи їхню сприйняття як серйозних політичних діячів, які не в змозі ухвалювати правильні рішення.

**Поляризація суспільства.** Суспільство розділяють на «нас» та «їх». Це спрощення викликає у прихильників почуття належності та лояльності, а також відчуження від опонентів.

*The radical left Democrats. First, they try to take away your guns. Then, they try to take away your police* [Twitter (X), Donald J. Trump, 12.06.2020].

За допомогою таких висловлювань зображуються два табори: «справжні американці» проти «радикальних лівих», які нібито загрожують безпеці країни. Цим підкреслюються відмінності між двома групами, викликаючи емоційну реакцію у своїх прихильників. Послідовність дій, у якому одна загроза підсилює іншу, створює відчуття постійної небезпеки і необхідності вжиття заходів захисту.

**Апеляція до страху та емоцій.** Залучення емоцій, особливо страху, є дуже поширеною стратегією у політичній риторичі. Вона спрямована на посилення підтримки своїх політичних дій, наприклад захисту кордонів.

Апелюючи до страху, використовують риторичне перебільшення (гіперболу). Підкреслюють, що «без сильних кордонів немає країни». Це викликає в аудиторії відчуття невпевненості та необхідності негайних дій для «захисту».

*I hope our great Republican Senators do not get led down the path of weak and ineffective Border Security. Without strong Borders, we do not have a Country – and the voters are on board with us. Be strong and smart, do not fall into the Democrats “trap” of Open Borders and Crime!* [Twitter (X), Donald J. Trump, 25.02.2019]

У висловлюванні підсилюють важливість «сильних кордонів», формуючи страх перед «відкритими кордонами та злочинністю». Така риторика спонукає до підтримки жорсткої політики щодо міграції.

Прикметно, що в Інтернет-просторі прийом апеляції до страху та емоцій доволі часто поєднується з графічними засобами. Наприклад, заголовки відео на платформі *YouTube* нерідко написані саме через експресивні слова в поєднанні з великими літерами, знаками оклику, конкретними шрифтами, комбінаціями кольорів, щоб привернути увагу аудиторії.

*Зараз! ЗЛИЛИ, що готує Трамп і Путін. У Сі ПАНИКА. Китай ДОТИСНУТЬ? На кону доля СВИТУ* [YouTube, 24 Канал, 08.11.2024].

У таких контекстах контент відео взагалі може не відповідати заголовку. Експресія та графічні засоби націлені не стільки на інформування глядачів, скільки на збільшення переглядів та отримання більших прибутків від монетизації.

**Повторення та спрощення меседжів.** Використання повторів та спрощених лозунгів є прикладом анадиплозиса – прийому, коли одні й ті ж слова повторюються, щоб підкреслити їх значущість і змусити аудиторію асоціювати їх із певними емоціями або цінностями. Фраза «Make America Great Again!» є дуже простою, але водночас потужно апелює до патріотичних почуттів, що викликає у людей емоційну прив'язаність до ідеї відродження Америки.

*Early voting in Pennsylvania. GO AND VOTE. MAKE AMERICA GREAT AGAIN!* [Twitter (X), Donald J. Trump, 17.09.2024]

Лозунг створює позитивне бачення майбутнього, апелюючи до бажання зробити країну «великою». Така структура легко запам'ятовується та використовується прихильниками як символ підтримки.

**Дискредитація медіа.** Політик дискредитує традиційні медіа, називаючи їх «фейковими новинами». Це є частиною стратегії, спрямованої на зниження довіри до незалежних джерел інформації.

*The FAKE NEWS media (failing @nytimes, @NBCNews, @ABC, @CBS, @CNN) is not my enemy, it is the enemy of the American People!* [Twitter (X), Donald J. Trump, 17.02.2017]

Термін «ворог народу» підсилює відчуття змови, що направлена проти «справжніх американців». Прийом створює альтернативну реальність, у якій лише сам політик є надійним джерелом інформації. Крім того, вираз «ворог народу» апелює до відчуття небезпеки та недовіри. Це викликає емоційну реакцію у прихильників політика, які схильні вірити йому, а не традиційним ЗМІ.

**Блеф.** Це прийом, коли політик свідомо перебільшує або робить неправдиві твердження з метою створення бажаного враження. У нижчеподаному твіті політик стверджує, що має величезне лідерство у всіх опитуваннях. Такі заяви часто не підкріплені фактами і служать для створення відчуття непереможності та впевненості серед його прихильників.

*I love being in South Carolina. We are leading big in all of the State polls. Saturday is a BIG day. MAKE AMERICA GREAT AGAIN!* [Twitter (X), Donald J. Trump, 18.02.2016]

**Метонімія.** Це прийом, коли одна частина або характеристика використовується для позначення цілого. Так, слово «Вашингтон» застосовують для позначення всієї політичної системи або влади США. Це дозволяє створити більш емоційний образ, підкреслюючи неприязнь до політичного апарату загалом.

*Country is on the precipice. Washington is broken. Where is the leadership?* [Twitter (X), Donald J. Trump, 30.05.2014]

**Узагальнення.** Робляться широкі, часто перебільшені висновки про цілу групу людей або явищ. Політик узагальнює дії і наміри всіх демократів, створюючи враження, що вони всі підтримують певну політику, яка нібито шкодить суспільству. Це прийом, що допомагає викликати страх або зневагу до опонентів.

*Democrats want Open Borders and Crime! So dangerous for our Country. But we are building a big, beautiful, NEW Wall! I will*

*protect America. The Dems do not know where to start!* [Twitter (X), Donald J. Trump, 19.08.2019]

**Асоціація з негативом.** Прийом «вина за асоціацією» часто використовують медіа для дискредитації осіб або політичних рухів. Наприклад, у програмах каналів групи *Fox News Media* ліберальних політиків часто порівнювали з соціалістами або комуністами, навіть коли вони не мали нічого спільного з цими ідеологіями.

Наприклад, кампанія Камали Харріс – Тіма Волза обговорювалася як «найбільш соціалістична» в історії, а платформа деяких демократів наближалася до «соціалістичної» з підтримкою «великого уряду». Це призводить до негативної асоціації та формує упереджене ставлення до цих осіб. Саме такий підхід залучено і для написання заголовку відео.

*The Harris-Walz ticket is the “most big government, socialist” campaign in history: Newt Gingrich* [Fox Business, Varney & Co, 20.08.2024].

Філологічно це можна охарактеризувати як семантичне ототожнення – ситуація, коли певне явище або особу пов'язують з негативними категоріями через постійні повторення і акценти. Такі маніпуляції можуть формувати тривалі стереотипи та упередження в аудиторії, створюючи негативний образ на основі недоказових або штучних зв'язків.

**Моральне верховенство.** Техніка апеляції до моральних цінностей, щоб переконати аудиторію в етичній перевазі однієї сторони над іншою.

Наприклад, на *Fox News* часто використовуються релігійні або патріотичні мотиви для утвердження своїх позицій як морально правильних. Ведучі можуть апелювати до «American values» або «Christian ideals», що робить їхню точку зору більш морально привабливою для частини глядачів.

*Importance of traditional American values has plummeted across US, poll shows* [Fox News, Anders Hagstrom, 27.03.2023].

*Trump, unlikely religious favorite, hails Christian values* [Fox News, Associated Press, 13.10.2017].

Тут апелюють до етики та пафосу – емоційного переконання через моральні або етичні категорії. Це створює в аудиторії відчуття, що підтримка певної позиції є не тільки політичною, але й морально необхідною.

**Перекручення з емоційно забарвленою лексикою** є потужним засобом маніпуляції в публіцистичному дискурсі у формуванні політичних наративів.

*CNN* як медіа має ліберальну орієнтацію, активно використовує терміни з негативними конотаціями для опису подій. Так, у висвітленні нападу на Капітолій 6 січня 2021 року постійно вживали слово «insurrection» (заколот), що викликає асоціації з насильством і загрозою для демократичного ладу. Це слово формує враження про серйозність подій та небезпеку для суспільства.

*One and a half years later, the minute-by-minute horrors of the January 6 insurrection, and then-President Donald Trump's role in fomenting the violence, are still coming into focus, thanks in large part to recent public hearings from the House committee investigating the attack* [CNN, Marshall Cohen and Avery Lotz, 29.07.2022].

Таким чином, *CNN* намагається створити у своїй аудиторії відчуття терміновості реакції на загрози, що, в свою чергу, сприяє формуванню активних політичних позицій. Використання емоційно забарвленої лексики стає інструментом

впливу на громадську думку, змушуючи людей усвідомлювати серйозність ситуації.

На відміну від *CNN*, *Fox News* використовує емоційно забарвлену лексику, щоб пом'якшити сприйняття подій та створити більш позитивний образ протестувальників. Замість терміну «insurrection», *Fox News* вживає слово «protest» та похідні від нього, що має значно м'якший емоційний зміст. Це дозволяє знизити градус емоційної напруги та зробити акцент на законності дій учасників.

*Protesters had earlier gathered outside the state Capitol to demand a recount of the U.S. presidential election and the state's gubernatorial election. Insee, a Democrat, won by more than 500,000 votes* [Fox News, Stephen Sorace, 07.01.2021].

Така лексика має на меті не лише змінити сприйняття подій, але й зменшити відчуття тривоги та страху. Використання емоційно забарвлених слів дозволяє *Fox News* створити відчуття єдності серед своїх глядачів, підкреслюючи ідеї про спільні цінності та боротьбу за справедливість.

**Маніпуляції з відповідальністю.** Існують окремі прийоми, якими посадовці перекладають відповідальність за рішення на колективні плечі або на опонента. Такі маніпуляції можливі за використання лексичних та граматичних засобів.

Серед лексичних інструментів яскравий маніпулятивний потенціал проявляють евфемізми. Вони мають благородну мету: висловитися політкоректно, щоб не образити людину («афроамериканець» замість «негр»). Утім, евфемізми мають сильний побічний ефект. Вживаючись як нейтральні вислови замість негативних лексем, вони стирають відповідальність або виправдовують агресивні заходи влади як необхідні. Так, замість слова «війна» російська влада вживає термін «спеціальна воєнна операція». Гітлерівський режим пояснював Голокост не як «масове винищення євреїв», а як «остаточне вирішення єврейського питання».

Прикметно, що однакова подія у різних версіях одного й того ж джерела може подаватися по-різному в евфемістичних рамках. На сторінках української Вікіпедії [22] Голодомор трактується як «акт геноциду українського народу». Якщо переключити мову на російську, трагедія описується як «стихийний голод». Цим намагаються применшити наслідки та відповідальність за вчинені дії.

У випадку з евфемізмами буває і навпаки: замість них можуть використовуватися слова з негативним контекстом, щоб закріпити історичне переосмислення трагедій минулого. Так, колишній радянський вислів «Велика Жовтнева соціалістична революція» в українській історіографії все частіше іменується «Жовтневим переворотом», оскільки подія призвела не тільки до повалення царизму, але й до більш жорсткої тоталітарної диктатури.

Серед граматичних засобів маніпуляції з відповідальністю виокремлюється пасивний стан дієслова. Не називаючи агента дії, пасивний стан справляє враження, що відповідальність колективна, а не лежить на плечах конкретної людини. Саме це можна простежити в ефірі радянської передачі «Время», де описували події в Чорнобилі 26 квітня 1986 року.

*На Чорнобильській АЕС у місті Прип'ять сталася аварія. Пошкоджений один із атомних реакторів. Вживаються заходи щодо ліквідації наслідків аварії. Постраждалим нада-*

*ється допомога. Створено урядову комісію* [YouTube, Время, 28.04.1986].

Схожий ефект справляє заміна займенників: замість «я» політики у своїх промовах нерідко говорить «ми», щоб перекласти відповідальність за прийняті рішення. Аналогічно справцює роль метонімії в перекладанні відповідальності (заміна одиничного предмета на сукупність). Коментуючи результати виборів у публіцистичному дискурсі, часто генералізують фразу «українці проголосували» до «Україна проголосувала». Подібна ситуація простежується в роботі парламенту, коли депутати, прийнявши новий закон, говорять, що закон прийняла Україна (тобто, всі без винятку підтримують цю дію, а не винятково група депутатів).

**Навіювання особистої значущості.** Доволі часто трапляється так, що посадовець у публіцистичному дискурсі вживає маніпулятивні засоби для накручування авторитетності серед простого люду. Доволі актуальним таке питання стало після лютого 2022 року, коли в ефірах телеканалів почали вживати слова в абсолютно недоречних контекстах.

Так, YouTube-канал *Телебачення Торонто* присвятив цій тематиці відео «Фронтова поплава». Зокрема, команда демонструє, наскільки абсурдним стало використання слова «фронт» в ефірах українських телеканалів:

*Фронтова поплава! На території України один за одним відкриваються нові фронти: освітній, потужний блогерський, культурний, гумористичний, кінематографічний, науковий, музичний, релігійний, кулінарний, інформаційний, творчий, економічний, енергетичний, кібернетичний і безліч інших фронтів* [YouTube, Телебачення Торонто, 30.07.2023].

У такий спосіб посадовці і звичайні люди намагаються показати, що вони не сидять склавши руки у період війни, їхні дії дуже важливі та рівноцінні воєнному опору. Цим нерідко знецінюється титанічна роль, яку виконують Збройні Сили України у відсічі ворожої агресії.

Іншим прикладом маніпуляції є вживання посадовцями канцеляризмів – громіздких мовних кліше офіційно-ділового стилю. Так, замість стислих і зрозумілих фраз, нерідко говорять довгими ускладненими реченнями. На цьому також наголосив *Телебачення Торонто* у своєму відео «Нудне! Канцеляризми».

*Вирішується питання щодо повідомлення про підозру та обрання запобіжного заходу решті викритих учасників угруповання, а також накладення арештів на вилучені грошові кошти та інше майно правопорушника* [YouTube, Телебачення Торонто, 28.11.2019].

У громадян складається враження, що посадовець виконує надважливе завдання, багато чого вирішує, хоча насправді все може бути зовсім по-іншому.

**Висновки.** Мовні маніпуляції активно застосовуються політиками у публіцистичному дискурсі. Приховуючи свої істинні наміри, посадовці маніпулюють мовними засобами для підсвідомого перетягування громадської думки на свій бік. Таке перекручення фактів здебільшого має корисливий характер і націлене на формування та зміцнення власного іміджу в політикумі.

**Перспективу досліджень** вбачаємо у проведенні аналогічних студій в інших вагомих сферах. Наприклад, у дискурсі бізнес-еліт.

**Література:**

1. Harris Z.S. Discourse analysis. *Language*. 1952. Volume 28. P. 1–30; 474–494.
2. Мартинюк А.П. Дискурс. *Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики*. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011. С. 11–21.
3. Cook G. Discourse. Oxford: Oxford University Press, 1989. 168 p.
4. Stubbs M. Discourse analysis: The sociolinguistic analysis of natural language. Chicago: The University of Chicago Press, 1983. 272 p.
5. Колегаєва І.М. Хронолог газетного дискурсу. *Записки з романо-германської філології*. 2006. Випуск 17. С. 107–113. URL: <http://surl.li/utrrar>.
6. Foucault M. L'ordre du discours. Leçon inaugurale au Collège de France prononcée le 2 décembre 1970. Paris: Gallimard, 1971. 88 p.
7. Wodak R. Critical linguistics and critical discourse analysis. *Handbook of Pragmatics Highlights. Discursive Pragmatics (Volume 8)* / Zienkowskij J., Östman J. and Verschueren J. (eds). Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2011. P. 50–70.
8. van Dijk T.A. Principles of critical discourse analysis. *Discourse and Society*. 1993. Volume 4. Issue 2. P. 249–283. URL: <http://surl.li/nyusbx>.
9. Шевченко І.С., Морозова О.І. Дискурс як мислинново-комунікативне утворення. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна*. 2003. № 586. С. 33–38.
10. Фролова І.С. Стратегія конфронтації в англійському дискурсі: монографія. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2009. 344 с.
11. Таценко Н.В. Емпатія в сучасному англійському дискурсі: когнітивно-синергетичний вимір: дис. ... доктора філол. наук: 10.02.04. Харків, 2018. 460 с.
12. Igwebuike E. E., Chimuanya L. Self-promotion, ideology and power in the social media posts of Nigerian female political leaders. *Journal of Language and Politics*. 2024. Volume 23. Issue 1. P. 67–90. URL: <http://surl.li/hvzfzv>.
13. D'Ottone S., Varela M., Castro D., Carvacho H. From war to crime rhetoric: The evolution in the presidential framing of the 2019 Chilean social uprising. *Journal of Language and Politics*. 2024. URL: <http://surl.li/ydbspa>.
14. Widodo M., Syahri M., Supriatna U., Sumadi S. Malyuna, S. An appraisal system analysis of slogans in political campaign of legislative candidates in Tuban Regency, Indonesia. *Theory and Practice in Language Studies*. 2024. Volume 14. Issue 7. P. 2019–2024. URL: <http://surl.li/thvxsg>.
15. Zhu J. Cultivating critical language awareness: Unraveling populism in Trump's inaugural address. *Semiotica*. 2024. Volume 2024. Issue 259. P. 255–278. URL: <http://surl.li/cqwvdg>.
16. CNN. URL: <https://edition.cnn.com>.
17. Fox News. URL: <https://www.foxnews.com>.
18. Twitter (X). URL: <https://x.com>.
19. YouTube. URL: <https://www.youtube.com>.
20. Труба Г., Гречка С. Теоретичне обґрунтування сутності поняття «мовленнєва маніпуляція» у політичному дискурсі. *Вісник Одеського національного університету. Серія «Філологія»*. 2020. Том 25. Випуск 2(22). С. 89–96. URL: <http://surl.li/iheryg>.
21. Деренчук Н. Особливості формування маніпулятивної стратегії в українському політичному дискурсі. *Проблеми гуманітарних наук: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філологія»*. 2016. Випуск 38. С. 357–364. URL: <http://surl.li/xmabal>.
22. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org>.

**Stepanov V., Mohylnyk A. Language manipulations of officials in the journalistic discourse: goals and means**

**Summary.** The article is devoted to use peculiarities of language manipulations by officials in the journalistic discourse. The main features of verbal manipulation in the process of communication are revealed: the hidden nature of influence, purposefulness, emotionality, informational asymmetry. The author describes typical goals set by politicians when they apply manipulative means in various media. Among them, there are the desire to sway public opinion in their favor and selfish motives. Specific manipulative strategies used by officials in the journalistic discourse to achieve hidden goals are explicated in detail. Among them, we define the following strategies: enemy image creation, society polarization, appeal to fear and emotions, repetition and simplification of messages, media discredit, bluffing, metonymy and generalization, negative association, moral supremacy, distortion via emotionally colored vocabulary, responsibility manipulation, personal significance promotion. Such strategies are used not only by politicians, but also by public figures in times of crisis and social stability to win over the community or to realize selfish ambitions. For example, during an election campaign, language manipulations distort opponent's reputation, while in office, politicians often manipulate facts to gain profit. The authors study English and Ukrainian journalistic discourse on the basis of Internet sources: *CNN* and *Fox News*, *Twitter (X)*, *YouTube*. The researchers identify graphic, lexical, grammatical and stylistic means that contribute to deception and concealment of true motives of officials' actions in the discourse continuum. The study is based on the discourse interpretation according to the Kharkiv Linguistic School. The latter is regarded not just as communication, but as a constantly reconsidered communication when the audience regularly updates its attitude towards the politician depending on evolution of his contacts with the public.

**Key words:** politics, public opinion, journalistic discourse, language manipulation, goals and means.

*Tatarovska O. V.,  
Candidate of Philological Sciences,  
Senior Lecturer at the Department of English Philology  
Ivan Franko National University of Lviv*

## AFFIXAL AND ADVERBIAL NEGATION IN THE CONTEXT OF POWER: A THEME OF INTEGRATING POSTCOLONIAL AND COLONIAL EXPERIENCES

**Summary.** The article examines how colonial and post-colonial literature use affixal and adverbial negation to explore the power dynamics between these eras. It investigates how these linguistic elements reflect themes of resistance, subjugation, and cultural conflict. The study focuses on the correlations of lexemes such as unable, unhappy, useless, helpless, little, and without, drawing from postcolonial fiction prose texts within the contexts of modernism, postmodernism, and metamodernism. By analyzing the use of negation in character dialogues and narrative descriptions, the research seeks to understand how authors depict the impact of colonialism on identity, authority, and cultural heritage. It also examines how these forms of negation symbolize the struggle for autonomy and the reclamation of Indigenous identity in post-colonial societies. The integration of linguistic analysis with historical and cultural context provides a nuanced perspective on the complexities of power relations in colonial and post-colonial literature, highlighting the lasting influence of colonial experiences on contemporary narratives. The discourse of negation in English postcolonial literature is a multifaceted process that includes resistance, reclamation, and redefinition. This reflects the resilience and creativity of post-colonial societies as they navigate their complex histories and identities. By engaging with this discourse, readers are encouraged to reexamine their assumptions and recognize the continued relevance of postcolonial perspectives in a globalized world. In essence, the discourse of negation in postcolonial literature is a powerful tool to deconstruct and challenge hegemonic narratives imposed by colonial powers. Through various literary devices and case studies, postcolonial writers effectively highlight the complexities and contradictions inherent in colonial and postcolonial identities. Ultimately, the discourse of negation in postcolonial literature is not an end but a means to envision new possibilities for understanding and coexistence, urging us to move beyond binary oppositions and embrace the diversity that characterizes our shared human experience. As such, it remains a vital and transformative force in the literary and cultural landscape.

**Key words:** post-colonial literature, negation, discourse, conceptual collocation, pragmatics.

**Introduction.** The pragmatic role of negation in the discourse of an artistic text consists in its performance of several various pragmatic functions that contribute to the development of the plot, the portrayal of the characters, and the creation of the atmosphere of the work [1]. Among such functions, we single out the creation of conflict in the work (strengthening the conflict in the artistic text, indicating the opposition between characters or between different ideas, creating tension and intrigue for the reader); character devel-

opment (revealing the characters' personality traits as positive or negative, portraying the character's attitude through the use of or avoiding negation in communication); creating a specific tone (the author-narrator portrays pessimism, sarcasm or irony); reproduction of the social context (reflection of the social and historical contexts of the work through the attitude of the characters to moral and ethical values, norms or social ideas); strengthening the theme or concept of work (enhancing the meaning of some artistic situations or events, giving them weight) [2].

Negation as an element of the meaning of the literary text functions in the discourse of the post-colonial novel, where it not only strengthens the figurative aesthetics of resistance and the struggle against colonial domination but also serves as a tool for the characters to express their traumatic experience, search identity and creation of new narratives [3; 4]. The pragmatic role of negation in this context is revealed through the artistic depiction of power and resistance, the deconstruction of colonial narratives, the development of characters, and the emotional impact on the reader. Thus, the explication of power and resistance is embodied in the discourse of characters who refuse to obey or accept the conditions imposed on them and use negation to express their disagreement [5; 6]. The pragmatics of opposition to deconstruct and reinterpret colonial narratives is to challenge official history or colonial stereotypes by creating new narratives that reflect colonised people's experiences and perspectives. In post-colonial discourse, the author-narrator uses negation to reveal internal conflicts and develop characters. The refusal to accept colonial values or roles indicates the character's evolution and struggle for self-determination. The pragmatics of negation in the postcolonial novel also emotionally impact the reader by amplifying the sense of injustice, anger, or sadness accompanying the colonial experience.

Therefore, understanding the negation in the discourse of the characters to identify its pragmatic orientation requires a complex approach that includes the analysis of deep and surface structures, that is, the study of lexical semantics and syntactic patterns that affect a more accurate interpretation of the content of the sentence, and thus the reader's identification of the implicit meaning of the artistic text, which is essential in the context of creative and aesthetic depiction of colonial and post-colonial experience and their integration [7; 8].

### **Pragmatic discourse analysis of lexical and semantic patterns of negation**

Pragmatic discourse analysis of lexical-semantic patterns of negation involves studying how negation is used in commu-



nication to convey meaning beyond the literal interpretation of words. Here are some of the features and fundamental aspects of this analysis. The negation is highly context-dependent. The meaning and impact of negation can vary greatly depending on the situational context, the relationship between the speakers, and the larger discourse [9; 8]. A negation often has implicit meanings that go beyond the explicit words. Pragmatic analysis looks at these primary effects and how they affect communication. Negation is frequently used to soften a statement, to make it more polite or indirect. This is especially important for maintaining social harmony and saving face. Negation can be used to create contrast or emphasise a point. This can highlight disagreements or draw attention to specific aspects of the conversation [10]. In some languages and dialects of colonised peoples, the double negative is used to emphasise or strengthen a negative statement. Pragmatic analysis examines how this affects interpretation and the force of negation. The use and interpretation of negation can vary from culture to culture. Pragmatic discourse analysis examines these cultural differences and how they affect communication. Pragmatic analysis also examines how specific words and phrases are used in negation and their semantic implications. This includes the study of idioms and idiomatic expressions and the selection of negation markers [6].

Thus, a pragmatic discourse analysis of lexical-semantic negation patterns reveals the nuances of how negation is used to convey meaning, manage social interactions, and reflect cultural norms. It emphasises the importance of context, implicit meaning, politeness, accent, and cultural differences in understanding how negation functions in communication.

**Methods.** The research methodology is based on general provisions discourse, narratological, lexical, syntactic, and stylistic analysis embodied in a macro-philological key is tight integration of linguistics, discourse studies, narratology, literary studies, and computer programs. Coverage of discourse and narratology aspects of semantics, structure, and function of literary and artistic text in the historical perspective of the literary currents of the time.

Postcolonialism, from the standpoint of actualisation, representation, and function modulation of negation, as a pragmatic universal, projects methods of discourse, narratological, lexical, syntactic, stylistic, poetic-interpretive, and computer analysis. Quantitative analysis of the obtained language facts will be carried out to clarify and establish trends of lexical actualisation, structural representation, and functional modulation of the object of study, as well as the linguistic system of the literary and artistic work of the Postcolonial era.

**The present study.** The present study traces the correlations of the lexemes *unable*, *unhappy*, *useless*, *helpless*, *little*, and *without*.



4.1 CORPUS

The corpus for our research comprises postcolonial fiction prose texts from the historical perspective of the literary currents of modernism, postmodernism, and metamodernism: form, style, and functions. The novels under consideration include Chinua Achebe’s *Arrow of God* [11], Jamaica Kincaid’s *At the Bottom of the River* [12], Doris Lessing’s *On Cats* [13], Amitav Ghosh’s *River of Smoke* [14], Jean Rhys’ *Wild Sargasso Sea* [15], Anita Desai’s *Clear Daylight* [16].

4.2 THE USE OF *UNABLE* AND ITS COLLOCATIONS IN CONTEXT

	Term	Collocate	Count (context)
<input type="checkbox"/>	unable*	stop	6
<input type="checkbox"/>	unable*	said	6
<input type="checkbox"/>	unable*	speak	5
<input type="checkbox"/>	unable*	face	5
<input type="checkbox"/>	unable*	believe	5
<input type="checkbox"/>	unable*	bear	5
<input type="checkbox"/>	unable*	like	4
<input type="checkbox"/>	unable*	went	3

Noticing the man’s posture Obika put more swagger into his walk. This brought more laughter from the men. He made to pass Mr. Wright who, unable to control his anger any more, lashed out violently with his whip. It flashed again, caught Obika around the ear, and stung him into fury. He dropped his matchet and hoe

and charged. But Moses Unachukwu had thrown himself between the two men. At the same time Mr. Wright’s two assistants jumped in quickly and held Obika while he gave him half a dozen more lashes on his bare back. He did not struggle at all; he only shivered like the sacrificial ram which must take in silence the blows of funeral

dancers before its throat is cut. Ofoedu also trembled, but for once in his life he saw a fight pass before him and could do nothing but look on [11, p. 35].

An excerpt from Chinua Achebe's *Arrow of God* vividly illustrates the integration of colonial and post-colonial experiences by depicting power dynamics, resistance, and cultural symbolism. Here are some thoughts on how we can integrate these topics:

1. Power and oppression: Mr Wright's violent reaction and use of the whip symbolise the brutal strengthening of colonial power. The corporal punishment applied to Obika represents the repressive control exerted by the colonial authorities over the indigenous population. This dynamic is a stark reminder of the dehumanising aspects of colonial rule.

2. Resistance and defiance: Despite the consequences, Obika's arrogance and subsequent accusations against Mr. Wright highlight the spirit of resistance among the colonised. His actions, while ultimately restrained, reflect a refusal to accept submission passively. This defiance is crucial to the postcolonial struggle for dignity and autonomy.

3. Cultural symbolism: Obika's comparison to the sacrificial ram emphasises the cultural and ritual elements of the narrative. These images reproduce the indigenous community's traditional customs and beliefs, which oppose the violent imposition of colonial rule. This highlights the clash between indigenous culture and colonial rule.

4. Solidarity and intervention: Moses Unachukwu's intervention to prevent further violence against Obika demonstrates solidarity and protective instincts in the community. This act of intervention to protect a community member reflects the collective resistance and support that is vital in the face of colonial oppression.

5. Testimony and helplessness: The reaction of Ofoedu, trembling and unable to intervene, reflects many people's feelings of helplessness during colonial rule. His passive observation of the violence reflects the inner conflict and fear felt by those who have witnessed such brutality but felt powerless to act.

This passage, with its intense emotional and physical conflict, captures the complexity of the colonial and postcolonial experience, highlighting themes of power, resistance, cultural identity, and community solidarity.

#### 4.3 THE APPLICATION OF *UNHAPPY* AND ITS COLLOCATIONS WITHIN CONTEXT

Not getting my own way causes me to fret so, I clench my fist. My charm is limited, and I haven't learned to smile yet. I have picked many flowers and then deliberately torn them to shreds, petal by petal. I am so unhappy, my face is so wet, and still I can stand up and walk and tell lies in the face of terrible punishments. I can see the great danger in what I am – a defenseless and pitiful child. Here is a list of what I must do. So is my life to be like an apprenticeship in dressmaking, a thorny path to carefully follow or avoid? Inside, standing around the spectacled woman playing the piano, the children are singing a song in harmony. The children's voices: pinks, blues, yellows, violets, all suspended. Everything is soft, everything is embracing, everything is comforting. And yet I myself, at my age, have suffered so. My tears, big, have run down my cheeks in uneven lines – my tears, big, and my hands too small to hold them. My tears have been the result of my disappointments. My disappointments stand up and grow ever taller. They will not be lost to me. There they are. Let me pin tags on them. Let me have them registered, like newly domesticated animals. Let me cherish my disappointments, fold them up, tuck them away, close to my breast, because they are so important to me [12, p. 15].

An excerpt from Jamaica Kincaid's *At the Bottom of the River* is rich with themes that can be interpreted through the prism of colonial and postcolonial experiences. Here are some thoughts on how we can integrate these topics:

Identity and self-perception: The narrator's struggle with his own dignity and identity can be seen as a reflection of the experience of a colonial subject. Colonisation often imposed feelings of inferiority and self-doubt on the colonised, which led to the destruction of identity. The child's inability to smile and the act of plucking the flowers may symbolise the inner anger and frustration that results from this imposed identity.

Power and resistance: A child's awareness of his defenselessness and lying in the face of punishment can be interpreted as a form of resistance. Despite the imbalance of power, there is recognition of one's will, however limited. This reflects the subtle forms of resistance that colonised people often used against their oppressors.

Emotional turmoil and disappointment: The vivid description of tears and disappointments highlights the emotional impact of colonisation. The frustrations that grow and are nurtured can be seen as lingering effects of colonial trauma. Tagging and registering

	Term	Collocate	Count (context)
<input type="checkbox"/>	unhappy	said	6
<input type="checkbox"/>	unhappy	woman	3
<input type="checkbox"/>	unhappy	mrs	3
<input type="checkbox"/>	unhappy	looked	3
<input type="checkbox"/>	unhappy	like	3
<input type="checkbox"/>	unhappy	know	3
<input type="checkbox"/>	unhappy	going	3
<input type="checkbox"/>	unhappy	you're	2

them suggests an attempt to make sense of the experience and to control it, just as post-colonial societies seek to reconstruct and reinterpret their history.

**Cultural displacement and longing:** The harmonious singing of the children within starkly contrasts the narrator’s suffering. This may refer to the cultural displacement experienced by colonised people, where an imposed culture (represented by harmonious singing) contradicts their vital experiences and emotions.

**Recovery and healing:** The narrator’s desire to cherish and keep his disappointments close to his chest indicates a recovery process. Acknowledging and appreciating one’s pain leads to a movement toward healing and self-acceptance, a key aspect of postcolonial recovery.

With its rich imagery and emotional depth, this passage captures the complex interplay of pain, resistance, and the search for identity that characterises both colonial and postcolonial experiences.

4.4 THE USAGE OF *USELESS* AND ITS CONTEXTUAL COLLOCATIONS

	Term	Collocate	Count (context)
<input type="checkbox"/>	useless	man	15
<input type="checkbox"/>	useless	people	11
<input type="checkbox"/>	useless	war	5
<input type="checkbox"/>	useless	useless	4
<input type="checkbox"/>	useless	like	4
<input type="checkbox"/>	useless	know	4
<input type="checkbox"/>	useless	young	3
<input type="checkbox"/>	useless	time	3

and rebuild after the end of colonial rule. The difficulty of finding safe passage to the cat mirrors the complexities and obstacles postcolonial societies face as they seek to regain their autonomy and rebuild their nations.

**Human and environmental impact:** The passage highlights the ecological degradation caused by human activities that can be linked to the exploitation of natural resources during the colonial period. The landslide-prone land and unstable platform point to the long-term environmental consequences of colonial exploitation that post-colonial societies must now contend with.

**Survival and resilience:** The cat’s ability to navigate an unstable platform despite its dangers symbolises the resilience and adaptability of colonised peoples. Despite the challenges and risks associated with colonial rule, they found ways to survive and preserve their cultural identity. This resilience is a crucial theme

We called her: there was a faint rough sound, then another. So she wasn’t dead. Our problem then was, how to get to her. Useless to fix a windlass on to that soaked earth which might landslide in at any moment. And no human could put weight on that precarious platform of twigs and earth: hard to believe it had been able to take the weight of the cat, who must have been jumping down to it several times a day [13, p. 170].

The passage presents a vivid scenario that can be interpreted through the lens of colonial and post-colonial experience. Here are some thoughts on how you can integrate these topics:

**Inevitability and instability:** The description of the sodden earth and the wobbly platform of branches and earth may symbolise the unstable foundations of colonial societies. The fragility of these structures reflects the inherent instability and instability of colonial rule, which often relied on fragile alliances and exploitative practices.

**Rescue and recovery:** Rescuing a cat from a dangerous situation can be seen as a metaphor for the post-colonial struggle to recover

in postcolonial literature, reflecting the strength and perseverance of those who endured and overcame colonial oppression.

**Isolation and connection:** A faint, rough sound indicating the cat’s presence suggests a feeling of isolation and a need for connection. This can be interpreted as a reflection of the isolation experienced by colonised individuals and communities, who were often torn from their cultural roots and forced to live in a foreign environment. The effort to reach the cat symbolises the postcolonial attempt to reconnect with and reclaim cultural heritage and identity.

With its rich imagery and deep tension, this passage embraces the themes of instability, recovery, environmental impact, resilience, and the desire for connection that characterise both colonial and postcolonial experiences.

4.5 THE DEPLOYMENT OF *HELPLESS* AND ITS COLLOCATIONS IN CONTEXT

	Term	Collocate	Count (context)
<input type="checkbox"/>	helpless	weeping	5
<input type="checkbox"/>	helpless	said	4
<input type="checkbox"/>	helpless	things	3
<input type="checkbox"/>	helpless	look	3
<input type="checkbox"/>	helpless	like	3
<input type="checkbox"/>	helpless	frightened	3
<input type="checkbox"/>	helpless	came	3
<input type="checkbox"/>	helpless	began	3

Zadig Bey, said Bahram, you know as well as I do that the rulers of this country have all grown rich from opium. The mandarins could stop the trade tomorrow if they wanted to: the reason they have allowed it to go on is because they make money from it too. It's not in anyone's power to force opium on China. After all, this is not some helpless little kingdom to be kicked around by others: it is one of the biggest, most powerful countries on earth. Look at how they constantly bully and harass their neighbors, calling them 'barbarians' and all that. Yes, Bahram-bhai, said Zadig quietly. What you say is not untrue. But in life it is not only the weak and helpless who are always treated unfairly. Just because a country is strong and obdurate and has its ways of thinking – that does not mean it cannot be wronged [14, p. 74].

An excerpt from Amitav Ghosh's *River of Smoke* provides a nuanced view of the integration of colonial and postcolonial experiences, particularly in the context of the opium trade and its impact on China. Here are some thoughts on how you can integrate these topics:

**Economic exploitation:** The discussion between Zadig Bey and Bahram highlights the economic exploitation inherent in colonial practices. Driven by the profit motive of both foreign and local rulers, the opium trade is an example of how colonial powers and local elites often cooperated for mutual benefit at the expense of the general population. This exploitation is a crucial aspect of the colonial experience that has lasting effects on post-colonial societies.

**Power dynamics and corruption:** Mandarin complicity in the opium trade highlights the corrupting influence of colonial economic interests. This reflects a complex power dynamic where

the local government, despite its power, became entangled in the colonial system. This passage shows that corruption and self-interest can perpetuate colonial exploitation even in powerful states.

**Resistance and sovereignty:** Bahram's assertion that China is not a "helpless little kingdom" but a powerful country resisting foreign rule speaks to the theme of sovereignty. Despite external pressure and internal corruption, there is an underlying assertion of national strength and resistance. This reflects the broader post-colonial struggle for autonomy and self-determination.

**Moral ambiguity and injustice:** Zadig's response introduces the idea that power and might do not prevent a nation from being unjust. This moral ambiguity underscores the complexity of colonial and postcolonial justice. This suggests that even powerful nations can suffer injustice, challenging the simplistic duality of oppressor and oppressed. This complexity is central to understanding the nuances of the realities of postcolonial societies.

**Cultural biases and prejudices:** The reference to China intimidating its neighbours and calling them "barbarians" reflects the cultural biases and hierarchical thinking that often accompany colonial and imperial ambitions. This reflects how colonial powers justified their actions through a sense of cultural superiority, a mindset that may persist in post-colonial contexts.

With its rich dialogue and layered themes, this passage captures the complex interplay of economic exploitation, power dynamics, resistance, and moral ambiguity that characterise both colonial and postcolonial experiences.

#### 4.6 UTILISING OF *LITTLE* AND ITS CONTEXTUAL COLLOCATIONS

	Term	Collocate	Count (context)
<input type="checkbox"/>	little	said	118
<input type="checkbox"/>	little	like	77
<input type="checkbox"/>	little	little	70
<input type="checkbox"/>	little	brain	67
<input type="checkbox"/>	little	just	63
<input type="checkbox"/>	little	girl	54
<input type="checkbox"/>	little	boy	48
<input type="checkbox"/>	little	dann	39

Sometimes, it was Miss Helene's hair and sometimes Miss Germaine's impeccable deportment, and sometimes, it was the care Miss Louise took of her beautiful teeth. And if we were never envious, they never seemed vain. Helene and Germaine, a little disdainful, aloof perhaps, but Louise, not even that. She took no part in it – as if she knew that she was born for other things. Helene's brown eyes could snap, Germaine's gray eyes were beautiful, soft and cow-like, she spoke slowly and, unlike most Creole girls, was very 'even-tempered.' It is easy to imagine what happened to those two, bar accidents. Ah hut Louise! Her small waist, her thin brown hands, her black curls which smelled of vetiver, her high sweet voice, singing so carelessly in Ghapel about death. Like a bird would sing. Anything might have happened to you, Louise, anything at all, and I wouldn't be surprised [15, p. 49].

The passage from Jean Rhys' *Wild Sargasso Sea* offers rich soil for research integrating colonial and post-colonial experiences. Here are some thoughts on how you can incorporate these topics:

**Cultural identity and hybridity:** Miss Helen, Miss Germaine, and Miss Louise's characters represent different aspects of cultural identity in a colonial context. Their characteristics and behaviour reflect a mixture of European and Creole influences, emphasising the hybrid nature of postcolonial identities. This hybridity often results in a complex sense of self as people move between different cultural expectations and norms.

**Social hierarchies and power dynamics:** The descriptions of Helen and Germaine as contemptuous and aloof, contrasting Louise's aloofness, emphasise social hierarchies and power dynamics. These characters embody varying degrees of assimilation

and resistance to colonial norms. Louise's apparent indifference indicates a rejection of these imposed hierarchies, hinting at a desire for autonomy and self-determination.

**Beauty standards and colonial influence:** Emphasis on physical attributes such as hair, behaviour and dental care reflects the colonial imposition of beauty standards. These standards often favour European features, leading to internalised perceptions of beauty and value. The characters' different relationships with these standards illustrate the tension between adherence to and resistance to colonial ideals.

**Emotional and psychological impact:** The passage hints at colonialism's emotional and psychological effects on the characters. Helen's piercing eyes and Germaine's balanced nature testify to different coping mechanisms. Likened to a bird, Louise's carefree singing of death evokes a sense of freedom and detachment, perhaps as a means of escape from the harsh realities of colonial life.

**Potential and possibility:** The narrator's reflections on Louise's future – "anything could happen to you" – reflect the uncertainty and potential inherent in postcolonial societies. This openness can be seen as a source of anxiety and hope as individuals and communities navigate their paths in the postcolonial world.

With its nuanced portrayals of characters and rich imagery, this passage captures the complexity of the colonial and postcolonial experience, highlighting themes of identity, power, beauty, and emotional resilience.

#### 4.7 THE EMPLOYMENT OF *WITHOUT* AND ITS COLLOCATIONS IN THE CONTEXT

	Term	Collocate	Count (context)
<input type="checkbox"/>	without*	said	32
<input type="checkbox"/>	without*	knowing	25
<input type="checkbox"/>	without*	looking	23
<input type="checkbox"/>	without*	went	21
<input type="checkbox"/>	without*	word	20
<input type="checkbox"/>	without*	man	19
<input type="checkbox"/>	without*	having	19

Tara collected a bunch of velvet brown and purple pansies in the garden to take to school the next day. But next day Miss Singh was gone. She had left, with her bags, without a word, without a goodbye to a single girl, not even to Tara who stood at the open door of her room, holding the bunch of pansies with their wide-eyed step-child faces. Tara was hurt, offended. She had thought up a plan to help Miss Singh: she was going to offer to carry messages for her, deliver notes to the blonde Buddhist monk or whoever it was who had caused Miss Singh this trouble. Now she couldn't [16, p. 186].

An excerpt from Anita Desai's *Clear Daylight* offers a poignant point that can be analysed through the lens of colonial and postcolonial experience. Here are some thoughts on how you can integrate these topics:

**Loss and abandonment:** Tara's feelings of hurt and abandonment when Miss Singh leaves without a word can be seen as a metaphor

for the colonial experience. Colonised nations often felt abandoned and betrayed by their colonisers, who left without healing the deep emotional and social scars they had left. Miss Singh's sudden departure reflects the sudden end of colonial rule, leaving the colonised to deal with the consequences.

**Power dynamics and dependency:** Tara's plan to help Miss Singh by delivering a message reflects the complex power dynamics between the coloniser and the colonised. Despite the power imbalance, there is a sense of dependence and willingness to help, which reflects how colonised nations often sought to mend their relationships with colonisers even after independence.

**Cultural displacement:** The reference to the "white Buddhist monk" introduces an element of cultural displacement. This figure represents a mixture of different cultural influences, similar to post-colonial societies that struggle to integrate

the distinct cultural identities imposed on them during colonisation.

**Emotional impact and healing:** Tara's emotional response to Miss Singh's departure highlights the personal and collective trauma experienced by survivors of colonisation. Holding pansies, which symbolise innocence and beauty, contrasts with the pain of abandonment, hinting at a desire for healing and reconciliation.

**Agency and resistance:** Despite her young age, Tara's intention to help Miss Singh represents a form of agency and resistance. It reflects the efforts of post-colonial societies to defend their independence and support each other in the face of challenges, seeking to rebuild their identities and communities.

Rich in emotional tone and symbolic imagery, this passage embraces the complexity of the colonial and postcolonial experience, highlighting themes of loss, addiction, cultural displacement, and the search for healing and agency.

**Conclusions.** In sum, the discourse of negation in English postcolonial literature is a powerful tool for deconstructing and challenging hegemonic narratives imposed by colonial powers. Through various literary devices and case studies, postcolonial writers effectively highlight the complexities and contradictions inherent in colonial and postcolonial identities.

First, negation allows authors to question and subvert dominant cultural and historical narratives. By presenting alternative perspectives and voices that were previously marginalised or silenced, postcolonial literature reasserts its agency and asserts the validity of diverse experiences. This negation is not simply a rejection of colonial discourse but an affirmation of the rich, multifaceted identities that emerge after colonial rule.

Second, the discourse of denial in postcolonial literature often involves a critical language analysis. Writers such as Chinua Achebe, Amitav Ghosh, Anita Desai, Dorris Lessing, Jean Rhys and Jamaica Kincaid employ linguistic strategies that subvert colonial language by imbuing it with local idioms, dialects, and rhythms. This linguistic hybridity challenges the purity and superiority of the colonial language and marks the dynamic and evolving nature of postcolonial identities.

Furthermore, themes of displacement, exile and hybridity are central to the discourse of denial. Postcolonial literature often explores colonialism's psychological and emotional effects, including the alienation and fragmentation experienced by individuals and communities. Addressing these themes, the authors highlight the constant struggle for identity and belonging in a world shaped by colonial history.

In addition, the discourse of denial is instrumental in exposing the enduring legacies of colonialism, such as economic exploitation, social inequality, and cultural erasure. Postcolonial writers often criticise neocolonial practices perpetuating these injustices while advocating for social and political change. Their works draw attention to the need for decolonisation in political, economic, cultural and intellectual spheres.

The discourse of negation in English postcolonial literature is a multifaceted and dynamic process encompassing resistance, reclamation and redefinition. This is a testament to the resilience and creativity of post-colonial societies as they navigate complex histories and identities. By engaging in this discourse, readers can reexamine their assumptions and recognise postcolonial perspectives' continued relevance in a globalised world.

After all, the discourse of negation in postcolonial literature is not an end but a means to imagine new possibilities for understanding and coexistence. It calls us to move beyond binary oppositions and embrace the multiplicity and diversity characterising our shared human experience. As such, it remains a vital and transformative force in the literary and cultural landscape.

#### **Bibliography:**

1. Przepiórkowski A. 'On negative eventualities, negative concord, and negative "yes/no" questions'. In 9th Semantics and Linguistic Theory Conference (SALT 9), 1999. P. 237–254. <http://dx.doi.org/10.3765/salt.v9i0.2828>.
2. Klima E. 'Negation in English'. In Jerry Fodor and Jerrold Katz (eds.), *The Structure of Language: Readings in the Philosophy of Language*. Prentice-Hall, 1964.
3. Horn L. *A Natural History of Negation*. CSLI Publications. Stanford, CA, 1989.
4. Tian Ye & Richard Breheny. 'Negation'. In *The Oxford Handbook of Experimental Semantics and Pragmatics*. Oxford University Press, 2019. P. 194–207. <http://dx.doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198791768.013.29>.
5. Miller Ph. 'Negative complements in direct perception reports'. In 39th Annual Meeting of the Chicago Linguistic Society (CLS 39), vol. 39. Chicago Linguistic Society, 2003. P. 287–303. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.538.7983>.
6. Mossel B. 'Negative actions'. *Philosophia* 37. 2009. P. 307–333. <http://dx.doi.org/10.1007/s11406-008-9163-3>.
7. Zeldes A. *Multilayer Corpus Studies / A. Zeldes*. – New York and London: Routledge, 2019.
8. Smith S. B. *Meaning and Negation*. Mouton. The Hague, Netherlands.
9. Zaradzki L. (2020). 'Verbal negation'. *Sinn und Bedeutung* 24: 485–502. <http://dx.doi.org/10.18148/sub/2020.v24i2.911>. Zeijlstra, Hedde (2007), 'Negation in natural language: on the form and meaning of negative elements.' *Language and Linguistics Compass*: 498–518. 2020. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1749-818x.2007.00027.x>.
10. Payton J. D. *Negative Actions: Events, Absences, and the Metaphysics of Agency*. Cambridge University Press. Cambridge, UK, 2021. <http://dx.doi.org/10.1017/9781108885157>.
11. Achebe Ch. *Arrow of God*. London: Heinemann, 1964.
12. Kincaid J. *At the Bottom of the River*. New York: Farrar, Straus and Giroux, 1983.
13. Lessing D. *On Cats*. Harper Collins e-books.
14. Ghosh A. *River of Smoke*. India: Penguin Group, 2011.
15. Rhys J. *Wild Sargasso Sea*. United States of America: W. W. Norton, 1966.
16. Desai A. *Clear Light of Day*. New York: Houghton Mifflin Company, 2000.

#### **Татаровська О. Фіксальне та прислівникове заперечення в контексті влади: тема інтеграції постколоніального та колоніального досвіду**

**Анотація.** У статті розглядається, як колоніальна та постколоніальна література використовує афіксальне та прислівникове заперечення, щоб дослідити динаміку влади між цими епохами. Дослідження сфокусовано на тому, як ці лінгвістичні елементи відображають теми опору, підкорення та культурних конфліктів. Дослідження зосереджено на співвідношеннях таких лексем, як *unable*, *unhappy*, *useless*, *helpless*, *little* і *without*, залучаючи прозові тексти постколоніальної художньої літератури в контексті модернізму, постмодернізму та метамодернізму. Аналізуючи використання заперечення в діалогах персонажів і нарративних

описах, дослідження намагається зрозуміти, як автори зображують вплив колоніалізму на ідентичність, авторитет і культурну спадщину. Досліджено, як ці форми заперечення символізують боротьбу за автономію та відновлення корінної ідентичності в постколоніальних суспільствах. Інтеграція лінгвістичного аналізу з історичним і культурним контекстом дає нюансований погляд на складність відносин влади в колоніальній і постколоніальній літературі, підкреслюючи тривалий вплив колоніального досвіду на сучасні наративи. Дискурс заперечення в англійській постколоніальній літературі є багатогранним процесом, який включає опір, рекультивацію та перевизначення. Це відображає стійкість і креативність постколоніальних суспільств, коли вони орієнтуються у своїй складній історії та ідентичності. Залучення до цього дискурсу, змушує читача переглянути свої припущення та визнати постійну актуальність постколоніальних перспектив у глобалізованому світі. По

суті, дискурс заперечення в постколоніальній літературі є потужним інструментом для деконструкції та оскарження гегемоністських наративів, нав'язаних колоніальними державами. За допомогою різних літературних прийомів і тематичних досліджень постколоніальні письменники ефективно висвітлюють складність і протиріччя, притаманні колоніальній і постколоніальній ідентичності. Зрештою, дискурс заперечення в постколоніальній літературі є не метою, а засобом для уявлення про нові можливості для порозуміння та співіснування, спонукаючи нас вийти за межі бінарних опозицій і прийняти різноманітність, яка характеризує наш спільний людський досвід. Таким чином, постколоніальний наратив є важливою та трансформуючою силою в літературному та культурному ландшафті.

**Ключові слова:** постколоніальна література, заперечення, дискурс, концептуальна комбінаторність, прагматика.

*Хабарова Н. А.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри романо-германської філології**Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара*

## ДОСЛІДЖЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ РОМАНІСТИЦІ

**Анотація.** На сучасному етапі дослідження неологізмів у романістиці виділено той факт, що вони функціонують в мові по-різному, що дозволяє виділити в складі неологізмів декілька груп: лексичні, семантичні та стилістичні. Мета даної статті полягає в визначенні видів неологізмів, їх класифікація та способи творення.

В статті наводяться результати дослідження щодо класифікації неологізмів, в основі яких лежать різні критерії їх оцінки. В залежності від засобів творення виділяють неологізми лексичні, які утворюються за продуктивними моделями або запозичуються з інших мов. Семантичні неологізми за кількістю поступаються лексичним. Їх своєрідність полягає в тому, що як лексеми, вони відомі мові, але обновлюють своє значення та з минулих тематичних груп переміщуються в зовсім нові. Вони змінюють при цьому лексичну сполучуваність та стилістичну приналежність.

Особливий акцент в статті зроблено на вивченні неології з метою творення термінологічної лексики, які характеризуються прямою, або частковою мотивацією все більше долучаються до активного словника, роблять вплив на характер словотворення в середині мови. У французькій мові терміни будуються за традиційними словотвірними моделями, а деякі слова вживаються і в загальному значенні як спеціальні терміни.

В статті досліджено розподіл неологізмів на мовні та стилістичні (оказіональні). Мовні неологізми стають з часом добуток міжстильової або спеціальної лексики та фіксуються словниками. Оказіональні фразеологізми – це слова вжиті в визначеному контексті один лише раз.

Представлений матеріал дозволяє зробити висновок, що найбільш розповсюдженими засобами творення неологізмів у романістиці є транслітерація та суфіксація. Відмінною рисою okazіональних словотворень є телескопія. Слід зазначити, що неологізми виникають на базі існуючої мовної традиції та використовують вже наявні в мові словотвірні засоби.

**Ключові слова:** лексичні неологізми, стилістичні неологізми, семантичні неологізми, okazіоналізми, неологія, романістика, термінологія.

**Постановка проблеми.** Питання неології отримали широке освітлення в сучасній лінгвістиці. Оновлення словникового запасу може проявлятися різними засобами, але найдинамічніше поповнення лексики мови відбувається завдяки утворенню нових слів. Вивчення неології вже досягло серйозних результатів, які представлені в роботах дослідників французьких лінгвістичних шкіл: А. Гус [1], Л. Гілбер [2], Ф. Годен [3], Б. Кемада [4], К. Марселезі [5], Ж. Ф. Саблероль [6] та інші. **Актуальність** дослідження визначається наступними факторами: в науковій літературі відсутнє чітке визначення поняття неологізми, не представлена їх загальна кла-

сифікація. Процеси неологізації вимагають нових методик дослідження, теоретичного усвідомлення, більш точної систематизації та класифікації. **Мета** дослідження полягає в описі структури та класифікації неологізмів. Відповідно до поставленої мети розглядаємо наступні завдання: визначити роль нової лексики; виявити та описати словотвірні моделі, за якими виникають нові слова у французькій мові. **Наукова новизна** полягає в тому, що запропоновано класифікацію неологізмів з урахуванням різних критеріїв їх виділення. **Виклад основного матеріалу.** У романістиці відношення до неологічних процесів в мові завжди залишались складними та суперечливими. Вагомою рисою розвитку неології у Франції є прагнення держави встановити контроль над процесами неологізації, обмеживши появу нових слів у французькій мові. Існує декілька поглядів на природу неологізмів. По-перш, нове слово сприймається як стилістична категорія, де сприймається відчуття «новизни», але багато нових слів засвоюються мовцями та швидко губляться. По-друге, неологізмами вважаються слова, які позначають нові реалії, хоча це не обов'язково пов'язані з появою нових слів. По-третє, неологізмами вважаються слова, які не помічені у словниках. По-четверте, слово може бути визначено у словнику, як неологізм, без конкретизації параметрів (час появи, сфери та жанру вживання). Кожний із перерахованих підходів має значні недоліки і тому не може вважатися дієвим при визначенні приналежності слова до класу неологізмів. З наведеного виходить, що при вивченні нової лексики треба застосовувати комплексний підхід та застосовувати різні параметри вивчення неологізмів. Існує кілька точок зору щодо визначення поняття неологізм. Як зазначає К. Марселезі, неологізм – це лексична одиниця, яка з'явилася у вигляді нової форм, або нового значення у того самого означуваного [5]. За Ж.Ф. Саблероль концепт неологізму визначається трьома параметрами: визначення лексичної одиниці, концепту новизни та сприйняття новизни [6]. Відповідно до точки зору А. Гус, неологія співвідноситься з п'ятьма процесами: процес лексичного творення, теоретичного вивчення та застосування лексичних інновацій; організована діяльність установи з точки зору творення, врахування, розповсюдження, введення нових слів; визначення сектору спеціальної діяльності, якій набуває важливості, щодо заповнення дефіциту лексики, сукупність відносин щодо словника [1]. В іншому визначенні неологізму акцентується те, що це лінгвістичний знак, який складається з означуваного та означування. Ці дві складові взаємно змінюються в процесі неологічного творення, навіть якщо зміна стосується лише морфології терміну, або лише його значення [2]. На наш погляд, неологізмом є лексична одиниця на рівні слова, новизна якої визначається в залежності від різновиду даного виду лексики.



Слід також зазначити, що лінгвісти пропонують різні класифікації неологізмів в залежності від свого підходу до визначення нового слова. Базуючись на комплексному підході ми пропонуємо наступну класифікацію неологічних одиниць. Серед них ми розрізняємо загальномовні та okazіоналізми, які в свою чергу поділяються на семантичні, запозичення та лексичні. Серед лексичних okazіоналізмів виділяємо графічні okazіоналізми та потенційні слова. Поняття неологізм – це загальний термін для визначення всіх типів неологічної лексики. Притримуючись більш загально прийнятої точки зору, під загальномовними неологізмами ми розуміємо нові слова, які з'являються у мові у зв'язку з появою у мові нових понять або реалій. Наступний клас складають okazіоналізми або авторські новоутворення. Вони в свою чергу поділяються на лексичні та семантичні okazіоналізми. Лексичні okazіоналізми це морфологічно нові слова, не відмічені в жодному з лексикографічних джерел та утворюються частіше за все по непродуктивним моделям. Різновидом лексичних okazіоналізмів є потенційні слова, також відсутні в лексикографічних джерелах, але, на відміну від лексичних okazіоналізмів, легко утворюються за продуктивними моделями і в більшості випадків не мають стилістичного окрасу новизни. Ми вважаємо, що з точки зору каналу сприйняття до лексичних okazіоналізмів треба віднести також слова, для розуміння яких потрібне зорове сприйняття, цей вид лексем називають графічними okazіоналізмами. Більш численним класом у порівнянні з лексичними okazіоналізмами є семантичні. Це узуально існуючі слова з контекстуально образним значенням, не зафіксовані в лексикографічних джерелах. Початком виявлення лексичного okazіоналізму є його верифікація в лексикографічних джерелах. Графічне оформлення лексеми також відіграє суттєву роль при виявленні приналежності до класу неологізмів, тому що в більшості випадків подібні одиниці стоять в лапках або виділяються автором курсивом. Новизна графічного okazіоналізму найбільш легко довести, оскільки візуальне сприйняття виступає основним фактором семантизації слова. Контекстуальний коментар також є характерною ознакою неологічності лексеми: дуже часто, застосовуючи в тексті okazіональну одиницю, автор розкриває її семантику завдяки додатковому поясненню. Воно може виражатися різними засобами: коротким або повним коментарем з етимологією та дефініцією лексеми, характеристикою у вигляді пояснення неологізму в дужках, для запозичень – перекладом, вказівкою автора щодо належності даної лексеми до класу неологізмів, поясненням в контексті незвичайної семантики лексеми, паралельним вживанням узуальної лексеми та її неологічного синоніму. Головним критерієм появи семантичних okazіоналізмів ми вважаємо їх незвичну семантику, яка виникла лише в даному контексті та не належить до багатомірності змісту та полісемічності даної лексеми.

Особливу складність являє визначення критеріїв для загальномовних неологізмів. Більшість лінгвістів віддають перевагу хронологічному критерію, під яким розуміється існування нового слова в системі мови з моменту появи на протязі визначеного часового відрізка (10–15 років). Оскільки загальномовні неологізми виникають за потребою визначення будь-якої нової реалії або абстрактного поняття, тому неологічний окрас цієї неологічної одиниці слід визначати, спираючись на актуалізацію даного поняття. Принципова особливість підходу для

виявлення загальномовних неологізмів складається з того, що аналіз матеріалу базується на методиці від «слова до тексту», коли для всіх інших типів неологізмів застосовувався принцип від «тексту до слова».

Найбільш розповсюдженими засобами творення неологізмів у романістиці є транслітерація та суфіксація. Відмінною рисою okazіональних словотворень є гіперскладання. Слід зазначити, що неологізми виникають на базі існуючої мовної традиції та використовують вже наявні в мові словотвірні засоби. Процеси творення термінів пов'язані з аспектами неологізації.

Широкі пласти термінологічної лексики, які характеризуються прямою, або частковою мотивацією все більше доєднуються до активного словника, роблять вплив на характер словотворення в середині мови. У французькій мові терміни будуються за традиційними словотвірними моделями, а деякі слова вживаються і в загальному значенні як спеціальні терміни: *corbeau* – ворона, *кронштейн*, також *рукав*, *шланг*. Виявлення визначених закономірностей в утворенні терміну та виявлення його стилістичної ролі може сприяти розробці питань термінологічної лексикографії. Засоби творення термінів зводяться головним чином до творення похідних слів та багатомовному запозиченню. Поява терміну в науковому стилі пов'язана з семантичним розвитком загальномовної лексики, який відбувається у двох напрямках: метафоричний перенос та збагачення поняття. Для лінгвістики вивчення термінологічної лексики на сучасному етапі розвитку як з точки зору відбитку в ній сучасного рівня науки, логічної будови наукової системи, так і з позиції шляхів формування термінології, її лінгвістичного оформлення. Термінологія – найбільш динамічна сфера лексики на сучасному етапі розвитку мови. Вона дає можливість відкрити продуктивні процеси, які відбуваються не лише в метамові, але й в загальнолітературній мові, тому що термін не є особливим типом лексичної одиниці, і є лише функція, вид її вживання.

Аналіз показує, що для поповнення словника найбільш розповсюдженими засобами творення неологізмів у французькій мові є транслітерація та суфіксація. Поповнення словника сучасної французької мови відбувається наступними шляхами: 1) морфологічним, в результаті афіксального перетворення 2) семантичним в результаті переусвідомлення наявного значення слова 3) шляхом складання 4) аббревіації 5) запозичення. Найбільш представленою є група іменників, яка виникає за стандартними правилами, за продуктивними моделями словотворення мови, які містять 1 або 2 словобудовні морфеми, суфікс або префікс. Менше розповсюдженими, але не менше важливими є запозичення, складні слова, переусвідомлення значення слів.

Суфіксальний спосіб. Деякі суфікси дають велику кількість термінологічних одиниць: *-ité*, *-isme*, *-ence*, *-ure*, *-tion*, *-iste*, *etc.* Суфікс *-ité* зазвичай приєднується до основи прикметника та означає якість, засіб. Його головне значення предметність якості: *reductible* – *reductibilité* – зменшуваний, збережуваний / зменшуваність, збережуваність. Суфікси *-isme*, *-iste* дають одночасно паралельні утворення: *antimilitariste* – *antimilitarisme*. Суфікси *-tion*, *-ation* окрім визначення дії та результативності часто визначають стан: *décurtation* – *всухання верхівки дерева*, *réaction* – *протидія*, *coagulation* – *згорання*, *évaporation* – *випаровування*.

На сучасному етапі великий вплив на лексику французької мови здійснювала та продовжує здійснювати англійська мова. Лінгвіст Б. Кеада вважає, що стабільність суфіксів *-aire*, *-eur*, *-el* підтримується запозиченням з англійської мови *-ary*, *-er*, *-al* [6]. Б. Кеада каже про нову релангізацію, яка відбувається в сучасній французькій мові на основі французької морфології, під впливом слів, запозичених з англійської мови, англо-американізмів романського походження, наприклад: *conversationnel*, *résidentiel*, *textuel*. Для творення прислівників в сучасній французькій мові використовується модель прикметник+ *-ment*, наприклад *godardiennement deux effets de natures différentes*.

Префіксальний спосіб. Префіксацією називається такий афіксальний спосіб словотворення, при якому словотвірне значення висловлюється за допомогою префіксів. Функціонально, і частково семантично, префікси наближені до суфіксів. Але мається суттєва різниця між ними. Суфікси знаходяться в кінці слова та є ударні, тому більш щільно ніж префікси злиги з похідною основою. Словотвірне значення суфіксів більш складне та багатогранне, ніж у префіксів. Більша кількість префіксів не має часткових, окремих значень (*inter-*, *in-*, *hyper-*, *pré-*, *pro-*). Префікси, які мають чітке словотвірне значення, більш залежні від похідної основи, ніж суфікси, тому мають схильність до лексикалізації (самостійного вживання префіксів в якості слова): *ultra* – над, над-реакціонер, *super-* найвищий, найвищої якості.

Відносна незалежність префіксів від їх похідної основи, їх семантична близькість до службових слів – прийменників – робить необхідним розмежування префіксальних творень від складних слів. Префікси семантично наближені до службових слів, від яких похідні не утворюються. Як наслідок префікси функціонально наближаються до суфіксів, а не до похідних основ. При словотворенні поєднуються основи номінальних слів.

Розширення значення та словотворення. Збагачення словника може відбуватися шляхом зміни значення вже існуючих слів за рахунок зміни їхнього значення. Під розширенням значення розуміється такий розвиток, при якому слово, яке означає насамперед перше значення, більшою частиною конкретне або часткове, починає означати поняття більш ширше. Всі іменники, значення яких переусвідомлюється, можна поділити на три групи, які характеризуються різними ознаками:

1. Слова, значення яких міняється лише в сполученні з визначеним словом: *parapluie* (m) – парасолька; *parapluie noir* – чорна завеса фашизму; *parapluie atomique* – атомний захист (занавес); *parapluie onusien* – під захистом ООН.

2. Слова, які вживаються незалежно від наступного за ними компонента. Це визначена група, куди входять:

А. Слова, які набувають у зв'язку з переусвідомленням, розширенням значення, нового політичного значення: *catégorie* (f) – категорія – клас; *visa* (m) – віза – (перен.) повна свобода дій журналісту; *occultation* (f) – затемнення – завуальювання чогось від народних мас. Аналогічне значення наступних слів: *information* (f) – важлива новина; *procédure* – структура побудови порядку денного; *pertinence* (f) – обґрунтованість або доречність дій (політичних);

В. Деяка група слів, яка переусвідомлюється та набуває нового змісту: *suite* (f) – ряд, низка, зв'язок – прохідна кімната; *console* (f) – столик з вигнутими ніжками – сукупність всієї телекомунікаційної апаратури;

Г. Метаморфічне переосмислення слів: *cactus* (m) – перепона, неприсміяність – колючка; *omelette* (f) – омлет – політична плутанина (фам.); *perchoir* (m) – насест – парламент (фам.).

3. Слова, які переусвідомлені в наукові терміни (звичай побутове значення)

*banque* (m) – банк – *banque de mots*, *banque de terminologie* – лінгвістичний термін; *flottement* (m) – фінансовий термін; *classe* (f) – статистичний термін.

Творення іменників неологізмів завдяки скороченню або аббревіації відбивають тенденцію економії мовних засобів. Розрізняють різні види скорочення: скорочення шляхом усикання – морфологічний спосіб словотвору; скорочення словосполучень, в результаті якого утворюються початкові складноскорочені слова; словозлиття; морфологічні засоби словотворення.

Словозлиття (телескопія) – це такий спосіб словотворення, при якому частина одного слова зливається, щоб утворити єдине ціле з частиною іншого слова або з цілим словом: *minibus* = *mini* + *autobus*; *prop'art* = *propagande* + *l'art*. Цей спосіб словотворення отримав великий розвиток в останні роки. Він зустрічається в різних стилях – від політичного та економічного мови преси та арго. За своєю структурою слова поєднання можуть складатися з таких частин, наприклад: частина 1-го слова та ціле 2-ге слово: *restaurant* + *route* = *restauroute*; початкова частина 1-го та 2-го слова: *plastique* + *solide* = *plastisol*; початкова частина 1-го та кінцева частина 2-го слова: *stagnation* + *inflation* = *stagflation*, *adultescent* = *adulte*+*adolescent*.

Деяка частина цих неологізмів була створена з різних частин за бажанням використання англійських або закордонних слів, наприклад, в сфері інформатики: *courriel*, *tapuscrit*. *Alunir* було створено завдяки зміні кореня і означає *atterrir sur la lune*. *Autobus* – слово створене шляхом телескопії *automobile* та *bus*. Слово *bus* дозволяє будувати нові неологізми, такі як *abribus*. *Bouquineur* – це слово, яке означає електронну книгу. *Consum'action*, неологізм, який означає слово ідею, завдяки якій можна «*agir en consommant*» оу «*voter avec son caddie*», обираючи споживати більш менш відповідально, з повагою до захисту споживачів. *Courriel* – це скорочення *courrier électronique* як альтернатива *e-mail* та подібні відповідники акронімів в області інформатики DVD et CDROM. *E-commerce*, для визначення торгівлі в межах Інтернет та відповіді *-e*, яке походить від англійської *electronic* – *électronique*. Цей графічний елемент (не підтримувався генеральною Радою термінології та неології) додано до слова *commerce*, хоча можна було б утворити інші неологізми з іншими частинами, наприклад «*télécommerce*», в якому грецький корінь *télé* означає «далеко», також «*cybercommerce*», «*cybercafé*», використовуючи грецький корінь «*kubernân*», що означає управляти. *Informatique* слово утворене шляхом телескопії за допомогою *information et automatique*. Слово чудово лексикалізоване. *Logiciel*, *Baladeur*, *VTT* (*Véhicule tout terrain*) – це неологізми, які були утворені міністерською комісією термінології з метою боротьби з *franglais*. *Pourriel* походить від *poubelle et courriel* (або *pourri et courriel*) та означає електронну пошту часто рекламу, не бажану та захоплюючу: *le spam*. *Tapuscrit* (*taper*+ *manuscrit*) означає текст не рукописний, але надрукований.

Спостереження над неологізмами (складними новими словами) дозволяє зробити висновок, що в сучасній романістиці іменники мають широкий семантичний діапазон та вжива-

ються для вираження нових понять, які з'являються в науковій, суспільно-політичній та побутовій лексиці. Це пояснюється тим, що передача слів, які складаються з двох, або більше слів, стають зручним засобом складних понять в стислій формі, що особливо важливо при формуванні термінів.

Сфера застосування складних нових слів, запозичень досить різноманітна.

В сфері праці: «*Graphiste/blogueur/créateur de bijoux, comptable/élèveur de chinchillas ou serveuse/étudiante/bédéiste. Les slashers – qui font référence au signe typographique de la barre oblique – se définissent par plus qu'un seul emploi ou une seule fonction, et ils sont de plus en plus nombreux*». Інколи мова йде про «*phénomène slash*», маючи на вазі une «*génération slash*».

В сфері медіа: «*j'ai des postes de radio dans la chambre, la cuisine, le salon et la salle de bains. Je suis aussi une radio-canadavore*». «*L'infobésité et l'adipodivertissement menacent*». *Infobésité* поєднання слів *information* et *obésité*.

В сфері моди: *Les meggings – ou leggings pour hommes*. В медичному світі: *tamanexiques – tommyrexics* – жінки, які притримуються дієти під час вагітності. В електронній сфері: «*J'ai appris dans ce magazine que mobo vient de la contraction de mobile bohemian, une personne qui utilise son téléphone portable (comme le iPhone) dans un nombre varié de circonstances et à des fins multiples et diverses*» Запитання, чи є *le mobo un mobinaute* як інші? В сфері імміграції зустрічаємо нове слово *impat'*, яке є антонімом *expat'*. В світі літератури зустрічаємо міжнародне слово *glocalisme* або *glocalisation*, щоб нагадати відносини між глобальним та локальним.

У французькій мові складні нові слова утворюються за загальними правилами, які сформувалися на протязі розвитку мови. Особливістю словоскладання у французькій мові є той факт, що поєднуються не основи, а цілі слова, між якими існує сурядний або підрядний зв'язок.

1. Іменник+de+ іменник: *rez-de-jardin*.

2. Скорочений іменник на -o+ іменник: *écosysteme, clinocar, pyrodrame, logotype, video-gramme*.

3. Дієслово+іменник: *mange-disques*.

4. Прикметник+іменник: *national-petrilisme*.

Відмінною рисою словотворення французьких okazionalizmів постає в широкому застосуванні okazionalizmів шляхом транслітерації та транскрипції. Слід зазначити, що використання даного виду лексики не завжди є виправданим, що в більшості випадків можна визначити з супутнього контексту. Okazionalizm може бути легко замінено французьким аналогом, оскільки означає реалію, яка присутня у франкомовній середі. Але вживання neologizmів даного типу може бути й виправданим, якщо наведений коментар свідчить про те, що okazionalizm був створений з метою змістової компресії та, відповідно, заповнення okazionalizmної лакуни у французькій мові, або автор ставить за мету підкреслити різницю між реаліями, які існують в обох мовах. Контекстуальне оточення okazionalizmu свідчить, що мова йде про реалії, притаманні лише даній країні, суспільству або мовному середовищу. Наведений коментар у вигляді перекладу лексеми може лише частково давати уявлення щодо іншомовної реалії, тому що при більш глибокому аналізі стає зрозумілою достатньо суттєва різниця між аналогічними уявленнями в зіставних мовах.

Доля нових слів складається в мові по-різному: одні швидко отримують визнання, інші проходять перевірку часом та закрі-

плюються, але не одразу, ф іноді й взагалі не визнаються та забуваються. Слова, які отримали широке розповсюдження, приєднуються до активної лексики. Але є такі, що не опановані мовою, зберігають відтінок незвичності. Стилістичну цікавість мають нові слова, до яких ще не встигли звикнути, яких немає поки у словниках. Майже всі нові слова набувають де який час такої якості. Але з плином часу вони втрачають стилістичний відтінок.

**Висновки.** В результаті аналізу фундаментальних праць з неології ми дійшли висновку, що досліджуване поняття має різнобічну інтерпретацію та може розглядатися як мовна, тобто лексична одиниця та як стилістична одиниця (оказіональна, авторсько-індивідуальна). Дослідники приділяють увагу внутрішньомовним і немовним факторам, що сприяють формуванню нових реалій. Серед немовних факторів виділяють суспільно-політичний розвиток, соціальні та культурні зміни, розвиток ЗМІ, глобалізація. Всі ці фактори сприяють активному збагаченню мови новими словами. Але використання neologizmів в мові викликає труднощі, тому що лексична, граматична, синтаксична та стилістична характеристики багатьох слів ще не зовсім визначились. Та використовувати ї треба з обережністю. Перспективою подальших досліджень передбачаємо вивчення актуальних напрямів у неології, а також дихотомія neologizm – okazionalizmне слово.

#### Література:

1. Goose A. La néologie française aujourd'hui. Conseil International de la langue française. Paris 1975. 73 p.
2. Guibert L. Théorie du néologisme. #21. Paris. 1973. P. 9–129. URL <https://www.persee.fr/search?ta=article&q=guibert+louis+theorie+du+neologism>(дата звернення 15.11.2024)
3. Gaudin F., Guespin L. Initiation à la lexicologie française. De la néologie aux dictionnaires. Bruxelles:Ed. Duculot. 2006. 249 p.
4. Quemada B. A propos de la néologie. Paris: CILF. La banque des mots. # 2. 1971. P. 137–156.
5. Marcellesi Chr. Néologie et fonctions du langage. Persée. 1974. 95 p. URL [https://www.persee.fr/doc/lgqe\\_0458726x\\_1974\\_num\\_8\\_36\\_2278?q=marcellese%20christian%20neologie%20et%20fonctionse](https://www.persee.fr/doc/lgqe_0458726x_1974_num_8_36_2278?q=marcellese%20christian%20neologie%20et%20fonctionse) (дата звернення 15.11.2024)
6. Sablayrolles J. La néologie en français contemporain: examen du concept et analyses de productions néologiques récentes. Paris: H. Champion, 2000. P. 46–48.

#### Khabarova N. Research of neologism in modern romance studies

**Summary.** At the current stage of the study of neologisms in romance studies, the fact that they function differently in the language is highlighted, which allows us to distinguish several groups in the composition of neologisms: lexical, semantic, and stylistic. The purpose of this article is to define the types of neologisms, their classification and methods of creation. The article presents the results of a study on the classification of neologisms, which are based on various criteria for their evaluation. Depending on the means of creation, lexical neologisms are distinguished, which are formed according to productive models or borrowed from other languages. Semantic neologisms are inferior in number to lexical ones. Their uniqueness lies in the fact that, as lexemes, they are known to the language, but renew their meaning and move from past thematic groups to completely new ones. At the same time, they change the lexical conjugation and stylistic affiliation. A special

emphasis in the article is made on the study of neology for the purpose of creating terminological vocabulary, which are characterized by direct or partial motivation, are increasingly added to the active dictionary, influence the nature of word formation in the middle of the language. In the French language, terms are built according to traditional word-formation models, and some words are also used in a general sense as special terms. The article examines the distribution of neologisms into linguistic and stylistic (occasional) neologisms. Linguistic neologisms become over time a product of interstylistic or special vocabulary and are

recorded in dictionaries. Occasional idioms are words used in a specific context only once. The presented material allows us to conclude that the most widespread means of creating neologisms in novelistics are transliteration and suffixation. A distinctive feature of occasional word formations is hypercompounding. It should be noted that neologisms arise on the basis of the existing linguistic tradition and use the word-forming means already available in the language.

**Key words:** lexical neologism, stylistic neologism, semantic neologisms, occasionalism, neologism, romance studies, terminology.

Хомік О. Є.,  
кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри української мови  
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

## СЕМАНТИКА ТА ФУНКЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВООБРАЗУ ПОЯС В УКРАЇНСЬКОМУ ЛІНГВОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ

**Анотація.** Статтю присвячено аналізу особливостей репрезентації мовного образу пояс в українській фразеології та текстах усної народної творчості. З'ясовано, що мовообраз пояс як знак української народної культури є дуже продуктивним і поліфункційним. Лексико-фразеологічний склад української мови з компонентом пояс має широке коло значень, зокрема й архаїчні, пов'язані з мотивом зав'язування/розв'язування поясів (вузлів). Низка діалектних назв, що побутує в українській мові на позначення різних типів поясів, має затемнену внутрішню форму й потребує докладного дослідження. Семантика та функціонування мовообразу пояс у фольклорних текстах регламентується як спеціальною жанровою прагматикою, так і закономірностями міфо-фольклорної картини світу українців у цілому. У текстах родинної обрядовості актуалізується апотропеїчна та продукувальна семантика пояса. Провідним мотивом родильного обряду є розв'язування (зняття) поясів (вузлів) під час пологів та, навпаки, їхнє зав'язування (вдягання) після народження дитини. Весільні пісні часто містять мотив захисного огородження, що наближає їх до замовних текстів. Пояс виконує функцію медіатора між людським і чужим світом у перехідних етапах та ідентифікує головних осіб родильного і весільного обрядів. Календарно-обрядові тексти фіксують передусім символічне значення пояса як атрибута заможності, верховенства, належності до вищих надприродних істот (колядкові пісні), оберегове й продукувальне (веснянки), ідентифікаційне (русальні пісні). Серед необрядових жанрів найбільшого поширення пояс набуває в замовляннях (апотропеїчна семантика з мотивами «огородження», «підперізування», «зав'язування» тощо) і казках (апотропеїчна семантика, ідентифікаційна (набуття магічних властивостей)). Аналіз мовного образу пояс дозволив відтворити важливий фрагмент національно-мовної картини світу, довести самотність українських вірувань і традицій, що на сьогодні є конче потрібним завданням.

**Ключові слова:** мовний образ, пояс, знак національної культури, український лінгвокультурний простір, семантика, функціонування.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями.** Стаття присвячена одній із актуальних проблем лінгвістики – особливостям семантики та реалізації мовного образу пояса як знака народної культури у фразеології та в різних жанрах українського фольклору. Дослідження здійснене в руслі пошуків сучасного вітчизняного мовознавства, що спрямовані на виявлення й аналіз тих явищ лексико-фразеологічного складу мови й сакральних текстів фольклорного дискурсу, семантичні та функційні особливості яких зумовлюються типовими для архаїчного осмислення світу мовними й текстовими фор-

мантами відбиття культурно-історичного світогляду нашого народу, звичаїв, вірувань і які належать до своєрідних феноменів, що відтворюють мовну картину світу та визначають тактику і стратегію життєдіяльності українського народу й до сьогодні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій із цієї теми, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття.** Перші спроби проаналізувати зазначений образ припадають на другу половину XIX ст. і фіксують, з одного боку, використання українськомовного фактичного матеріалу лише для реконструкції всієї слов'янської духовної культури, а з другого, є надто спрощеними та узагальненими [1; 2]. У кінці XX – на поч. XXI ст. пояс як обрядовий елемент одягу став об'єктом вивчення етнографів [3; 4], окремі його символічні значення та функції наводяться в лексикографічних працях і посібниках із лінгвокультурології та етнолінгвістики [5; 6; 7; 8; 9]. За нашими спостереженнями, на сьогодні в сучасному мовознавстві немає робіт, присвячених комплексному дослідженню мовообразу *пояс* в українському лінгвокультурному просторі, тому **актуальність** нашої розвідки є очевидною.

**Формулювання мети статті.** Мета статті полягає в з'ясуванні особливостей репрезентації мовообразу *пояс* у фразеології та текстах української усної народної творчості.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Як справедливо зауважують науковці, пояс – «це не лише предмет одягу, що може позначати соціальний статус носія, а ще й особлива сакральна річ, яка входить до численних обрядів і вірувань нашого народу» [9, с. 78]. Як один зі знаків української народної культури, пояс є важливим символом національної ідентичності, має глибоке історичне й етнічне коріння. Його зовнішній вигляд може бути різноманітним, зокрема, пояс може бути «прикрашений вишивкою, оздобленою різноманітними орнаментами, що відбивають історію, природу, культуру та релігійні вірування народу» [10, с. 105].

Слово *пояс* в українській мові є полісемічним і нараховує 9 лексико-семантичних варіантів, що ґрунтуються на первинному значенні: «шкіряна, матерчата, в'язана і т. ін. довга смуга для підперізування одягу в стані» [11, с. 495]. В етимологічному словнику української мови лексема *пояс* подається як «похідна від *\*pojasati* «оперізувати; оперезати», утвореного за допомогою префікса *po-* «*no-*» від дієслова *\*jasati*, спорідненого з лит. *juostas* «підперезаний», *juosta* «пояс», *juosti* «підперезати», лтс. *juost* «тс.», *juosta* «пояс», ав. *yāsta-* «підперезаний», *yāh-* «пояс», гр. *ζωμα* «ремін» тощо» [12, с. 549]. Прикметно, що мотив «підперізування» в українській народній традиції тісно

переплітається з мотивом «зав'язування» і має відгомін архаїчних вірувань у силу зав'язування чи розв'язування магічного пояса (вузла): «сімейні узи», «пов'язати старостів», «перев'язати руки», «прив'язати до себе (когось)», «зав'язало мову (язик, рот)», «зав'язати голову (косу, хустку)», «зав'язати очі», «зав'язати дорогу», «зав'язати світ (вік)». Означений мотив «зав'язування» є наскрізним оберегово-продукувальним для всього українського лінгвокультурного простору: «Веселик, веселик, колесом, перев'язи дорогу червоним поясом; як густо цей пояс в'язався, щоб так і мої огірки густо в'язалися в пуп'янки»; «Зав'язую тобі вік довгий, розум добрий, в щасті, в здоров'ї, в миру прожити»; «Як я хвіртки, ворота зав'язую, так своїм ворогам лихі речі заказую. Сусіди добрі хай заходять, добрим словом добрі речі хай говорять» тощо [13, с. 157].

Синонімічний ряд до слова *пояс* уміщує лексеми *пас(ок)*, *підперіз(ок)*, *попруга*, *ремінник*, *черес*, *очкур*, *корсаж*, *поясо(чо)* к [14, с. 349]. Проте в українській мові існує й низка цікавих щодо походження синтетичних й аналітичних діалектних назв, частина з яких потребує свого спеціального дослідження. Це номінації на позначення різних типів поясів, що фіксують, зокрема, особливості їхнього зовнішнього вигляду, умови використання, інформацію про власника тощо: *багарі*, *байор(-ка)*, *басаманка* (*басамонка*, *басамунка*, *басанунча*), *баор(-ка)*, *бокур* (*бокурія*, *бочкур*), *викравка*, *гайтан*, *гачник*, *диндик* (*дзіндзик*, *дзюндзя*), *жичка*, *зганки*, *колан* (*коланик*), *крайка* (*крайчина*), *кушак*, *окравка* (*окрайка*, *окривка*), *оперізка* (*перізка*, *підперізка*), *очкура* (*очкурня*), *напруга* (*напружка*), *пас* (*пасина*, *пасине*), *плетінка*, *покромка*, *попругар*, *попружка*, *пояс браний*, *поясина*, *пояс каламайковий*, *пояс на заціпці*, *пояс окатий*, *пояс цифрований*, *пояс черчєтий*, *припон*, *ременина* (*ременяк*, *ременятко*, *ремінна*, *ремінне*, *рамінник*, *рамінь*), *ремінь весільний*, *ретізь* (*ретьязь*), *римінча* (*рімінча*), *рушник*, *силянка*, *скринник*, *спряжка*, *тканиця*, *фромбія*, *цингакора*, *цїнгатура*, *чимбір*, *чин докора* [15, с. 105–109].

Українські народні вірування фіксують поліфункційність пояса, що використовується для оберігання людини від злих духів і потойбічних сил, хвороб, злих людей, чорної магії та будь-яких нещастя; як класифікатор, що відділяє людей від нелюдей, «своїх» від «чужих»; надає його власникові надзвичайної сили [16, с. 8]. М. Жуйкова так пояснює одну із найважливіших його функцій: «його носіння є ознакою належності до людського світу, а зняття чи розв'язування майже завжди маркує тимчасове відлучення від нього: пояс знімається в разі контакту зі сферою чужого. Той, хто зняв пояс, набуває ознак чужого» [17, с. 195]. Історико-етнографічні джерела підтверджують обов'язковість цього атрибута в наших пращурів, які носили його від народження до смерті, адже він був і засобом «зв'язку» між світами, і знаряддям «замикання» цього зв'язку. Крім того, пояс міг слугувати символом багатства, благополуччя родини, вказував на мужність, високі моральні якості людини; позначав дівочу чистоту, створював магічне захисне коло [18, с. 645].

Лексема «пояс» є частим компонентом українських фразеологізмів, що мають найрізноманітніші значення: *брати ноги за пояс* – «прискорювати ходу, поспішати»; *затикати (заткнути) за пояс* – «перевершувати кого-небудь у чомусь»; *підтягувати (затягувати) паски/пояски/ремінці/очкурі* – «бути напівголодним, недоїдати»; *кланятися* (*поклонитися/вклонитися*) *в пояс* – «шанобливо кланятися чи виявляти покору»;

*по Марусин пояс* – «до смужки на келихові» тощо. Проте, за нашими спостереженнями, є фразеологізми, у яких реалізується загальне значення «пильнувати, охороняти», зокрема: *держати (тримати) коло свого пояса* – «дуже пильнувати, доглядати кого-небудь, не відпускаючи від себе» [19, с. 554]. На позначення вагітної жінки, яка, за народними віруваннями, перебуває в перехідному стані, уживаються апотропеїчні евфемістичні вислови з компонентом *пояс*: «мати за *поясом*», «вона за *поясом* носить».

Таким чином, використання пояса як могутнього оберега було актуальним у кризові моменти життя, зокрема при народженні дитини чи на весіллі. У родильних обрядових дійствах репрезентується передусім захисне значення пояса та його зв'язок між світами, що виявляється, наприклад, у чіткому регламенті його одягання. Так, під час самих пологів намагалися все відчинити, розв'язати і звільнити: розплітали волосся породіллі, витягували з вух сережки, розпинали сорочку, розв'язували вузли на хусточці [20, с. 136–137], «знімали персні, відчиняли всі вікна й двері, повитуха розперізувалась, батько розв'язував комір і штани. Усі ці дії в українській народній традиції мали ініціювати благополучну появу дитини в наш світ» [21, с. 184]: «А бабусенька готовусенька – // **В однім чоботі і без пояса**» або «А бабусенька да радюсенька, // До породілечки на родиночки // **В однім чоботі дай без пояса**». Науковці трактують образ баби-повитухи по-різному. Зокрема, О. Бриняк зауважує, що таке «зображення баби-повитухи наповнює її художньо-поетичний портрет відданістю родопомічній справі, готовністю виконувати свої обов'язки у будь-який момент, бо настільки вона поспішає допомогти, що аж забуває правильно взутися і підперезатися» [22, с. 653–660]. Переконливим, на нашу думку, є пояснення вилучення пояса, чобота тощо лімінальністю повитухи. Підтвердженням того, що ця баба належить до амбівалентних істот, слугує, зокрема, низка евфемістичних назв на її позначення, що зближує образ з надприродними табуйованими особами: *така*; *така мудра*; *залізна баба*; *та баба*, *шо на поміч іде* тощо. Узагалі в українському лінгвокультурному просторі відьми, русалки, демонологічні персонажі завжди зображувалися без поясів: «Куди ви, дванадцять дівичь косматих, **безпоясих**, простоволосих пішли» [23].

Із моменту остаточного переходу дитини до світу людей пояси (вузли) тільки зав'язують, поєднуючи дію зі словесним супроводом: «Зав'язую тобі вік довгий, розум добрий, в щасті, в здоров'ї, в миру прожити». Прив'язана до причілкового вікна червона стрічка, окрім того, що ставала апотропеєм, виконувала інформативну функцію: сповіщала, що народилася дитина. Якщо немовля помирало нехрещеним, баба-повитуха сама його охрещувала: давала ім'я, одягала сорочку і головне – *підперізувала*, щоб воно не стало потерчам чи русалкою [24, с. 232–247].

Символічне захисне коло є характерним образом українських колискових пісень. Зауважмо, що магічне коло як різновид пояса в українському лінгвокультурному просторі є складним і багатовимірним явищем, що має різні вияви (вінок, перстень, огорожа, хрест тощо) та функції. Воно може виражатися вербально, акціонально чи предметно. Створюватися окресленням, обсяпанням, опоясуванням, обходом, створенням перешкоди, замиканням, охрещуванням тощо. Наприклад, щоб приспати чи оберігати дитину, важливу роль відіграє розташування різних сакральних істот навколо неї. Іноді цю апотропеїчну функцію можуть виконувати природні явища, небесні

світила, тварини, птахи і рослини: «Сонце зійде – обігріє, / Роса впаде та її скупає, / Листок впаде та її накрис, / Вітрець стане – заколише, / Птах прилетить, застіває» [25, с. 12]. Вони створюють своєрідне символічне коло, межу між двома світами, що репрезентується експліцитно чи імпліцитно (огодження язичницькими чи християнськими святими, сакральними істотами, хрестом тощо). Найпоширенішим охоронцем дитини в коліскових піснях є кіт – амбівалентна істота, яка допомагає не тільки остаточному переходу дитини до світу людей, а й уберігає, заколисує, навчає тощо: «А ти коте волохатий біжи **крусом хати** / Пшиов котик у лісок, / Найшиов котик **поясок**, / За люлечку **прив'язав** / Та дитину покачав» [25, с. 17].

Мотив розвіювання волосся по поясу є надзвичайно поширеним у весільних піснях: «Вій, вітре, дорогою // За нашою молодою, // Розвій косу-росу // По **червонім поясу** // Найся косонька має – // Все ся завтра сховає». На відміну від іншого аналізованого фактичного матеріалу, епітет *червоний* не виконує тут оберегової функції. Він характеризує дівочу цноту, позначає набуття дівчини іншого статусу, народження її в новій родині. Порівняймо образ *червоного пояса* у весільних піснях з образом *червоного віночка* в колядках, адресованих незаміжнім дівчатам, що також символізує дівочу красу та цнотливість, є постійним атрибутом безтурботного періоду дівування: «Гречна дівочка ружі зірвала, / У запасочку собі складала, / Із запасочки вой вибирала / Ще й у **червоному віночку** сплітала... / Як долітала, на голов клала, / На голов клала та й приміряла: / – Дивіться, мамко, ци хорошенько, / Дивіться, люди, ци яло буде... / Не похвалили, **вінчик** взяли. / Як го взяли, не вернули – / Ані **ружовий**, ні **барвінковий**. / Місто віночка рантушок дали, / Шовков хустков голов завили. / Як завивали, повінчовали: / Вінчуємо тя, гречна невісто, / Вой невісточко та Оленочко».

Цікавою для аналізу є весільна пісня «Ой хвалилася, вихвалилася білая березонька: «На мені кора білая до кореня // На мені голля тонкеє да тонкеє // На мені листя тонкеє зеленее» // Ой хвалилася, вихвалилася Уляна у батенька! // «У мене лице рум'янеє // У мене коса русая **до пояса**...» [26, с. 126]. Слід зауважити, що тексти усної народної творчості містять численні порівняння рослин з людиною, її зовнішнім виглядом (волосся), віковою, емоційною, поведінковою характеристикою. Проте, імовірно, що, окрім порівняння краси дівчини з березою, у пісні актуалізується уявлення про міфологічну модель побудови світу: пояс – це свій (людський) простір, вище – чужий позитивний, і нижче – чужий негативний.

Деякі весільні пісні мають спільні з обереговими замовляннями архаїчні образи та мотиви. Порівняймо: «Мати Івашка родила, // Місяцем обгородила, // Сонечком підперезала, // В доріженьку випроводжала: // – Да їдь, синочку, не барись, // Возьми Мар'єчку да й вернись» [26, с. 38], «Мати дочку родила, // Місяцем обгородила, // Сонечком підперезала, // На село виряджала» [27, с. 92] і «Ти, Місяцю. Ясний, // Ти, Місяцю, прекрасний, // Ти, Місяцю, дорогий, ти, Місяцю золотий; // Я Місяцем обгорнуся, // Зорью підперезуся, // І своїх ворогів-супостатів не боюся!» [28, с. 44–45]; «Іду я на суд: сонце в лице, місяць в плече. **Зорею підперезуся** – нікого не боюся» [28, с. 39].

Пояс був атрибутом частих дівочих ворожін: «**Пояс мій, пояс, покажи нареченого і поїзд**» [28, с. 23] і любовної магії: «Не їду я, не їду ні на кози, ні на коні, а на сірій вівці. **Зорями під-**

**перезуся, раба Божого (ім'я) до раби Божої (ім'я) золотом покажуся**». Широко застосовувався в господарських магичних обрядах: «Як міцно і щільно **пояс** навколо мене тримався, так міцно корівка коло двору тримайся» [29, с. 23].

Серед календарно-обрядових жанрів найбільшого поширення пояс набуває в обрядах зимового і весняного циклів, маркуючи середину чи центр космосу. У частині колядок наявність пояса засвідчує обов'язковість цього атрибуту, а також демонструє соціальний статус підперезаного господаря та всього, що йому належить: «А чи вдома Пан Хазяїн // А я знаю що Він дома // А Він сидить в Кінці (скраю) Столу // А на Ньому Шуба Люба // А на Шубі **Поясочок** // А на **Поясочку Калиточка** // А в Калиточці Сім Шележечків (червінців) // Цьому тому по Шележечку // А нам дайте по Пиріжечку» [30, с. 210]. Як бачимо, у наведеній колядковій пісні акцент робиться на поважності господаря оселі, який в ці святкові дні є уособленням Бога.

Пояс може бути атрибутом пастухів – амбівалентних істот, які з'єднують «свій» і «чужий» світи. Часто пояс, зроблений з ожини (гужви, ужівки), підтверджує лімінальність образу власника, а «ужевка одначе служить символом блискавки Громова-пастуха, бо похожа на гадюку й вуза, в образі котрих народи споконвіку зъявляли собі блискавку» [31, с. 51]. У деяких колядках суб'єкти дії підперезані срібними чи золотими поясами, що вказує на належність їх до представників вищого чужого простору: «Ой, із-за гори вийшли тумани // То ж не тумани, не темна хмара, // Не темна хмара – овець отара. // За ними іде **гречний молодець**, // **Золотим поясом підперезався**, // **Трема трубами та й обтикався**. // **Що одна труба та розова, // А друга труба та мідяная, // А третя труба та золотая**».

У замовляннях часто реалізується функція оточення об'єкта, який охороняється від зовнішньої небезпеки, шляхом створення магичного кола. Насамперед ці мотиви простежуються в оберегових, родильних, господарських і продукувальних замовляннях або текстах «на дорогу»: «В дорогу **вбіраюся** і з Господом Богом і з Господом Богом **стрикаюся**, місяцем **окружуся**, а зорею **підперезуся**. Я, хрещена породжена (ім'я) **ні посмішки, ні пристриту, ні вроків не боюся**», «На **хресті лягаю, хрестом покриваю, хрест в головах, покрови в ногах, гангели по боках**. Гангеле-хранителю, храни душу, тіло й мене **грішного**. Гангеле-спасителю, спаси душу, тіло й мене **грішного**...», «**Коло нашого двора кам'яная гора**. Кам'яніє гори, **терновіє плоти, глибокіє ріки, желізніє ступи, смоляніє волни**. Ти, все зле, все лихе, все недобре, на туй горі **вбийся**, на терновому **плоті поколися**, в **желізних ступах потовчися**, в **смоляних волнах подавися**...» [32, с. 195].

Сакральна, ідентифікаційна та апотропеїчна функції пояса (поясів) поширені в українських народних казках. Так, зокрема, в одній із них стара дає дівчині тонкий поясок і повчає її: «**Заперезись** і будь смироною перед Ольден-квітом. Коли скаже, аби ти стала його жінкою, засунь ліву руку під **поясок** і дай свою згodu... запам'ятай добре: роби все, тримаючи ліву руку під **пояском**. **Він має чарівну силу**» [33, с. 50]. У казці «Молодильна вода» герой перед виходом із хати підперізується аж трьома поясами: «**Наймолодший син взяв три пояси**, набрав повні самих червоних дукатів. А тато уже наказав старшому синові, аби **стратив наймолодшого**. Той **царевич обперезався** одним **поясом** наголо, **другим** поверх сорочки, а **третім** поверх жилетки і хотів іти в інший світ». Такі сакральні властивості пояса яскраво репрезентуються у народних казках,

де його одягання або зняття приводить до певної метаморфози головного героя, переводить його до іншого статусу чи надає чарівних властивостей: «І скинув дід пояс. Ударився об землю і став паном».

**Висновки з дослідження і перспективи подальших пошуків у цьому науковому напрямку.** Отже, залежно від прагматики того чи іншого фольклорного жанру, ритуальної ситуації тощо мовний образ *пояс* набуває різноманітної символіки та мовної репрезентації. Найчастіше він використовується в перехідних ритуалах, охоронній та продукувальній магії, має символіку кордону між людиною і чужим світом.

Проведене дослідження накреслює перспективи аналізу походження назв на позначення поясів, що мають, зокрема, затемнену внутрішню форму, а також вивчення інших мовообразів як знаків української народної культури, що дозволить належним чином реконструювати мовну картину світу нашого народу.

#### Література:

1. Вовк Ф. Студії з української етнографії та антропології. К.: Мистецтво, 1995. 354 с.
2. Українські традиції та звичаї / Упоряд. А.П.Ярещенко. Х.: Факт, 2008. 232 с.
3. Матейко К. І. Український народний одяг. К.: Наук. думка, 1996. 196 с.
4. Маєрчик М. С. Ритуал і тіло: структурно-семантичний аналіз обрядів родинного циклу. К.: Критика, 2011. 325 с.
5. Войтович В. М. Українська міфологія. Київ: Либідь, 2002. 662 с.
6. 100 найвідоміших образів української міфології / під заг. ред. О. Таланчук. К.: Орфей, 2002. 448 с.
7. Жайворонок В. Знаки української етнокультури: Словник-довідник. К.: Довіра, 2006. 703 с.
8. Жайворонок В. В. Українська етнолінгвістика: Нариси: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: Довіра, 2007. 262 с.
9. Кононенко В. І. Символи української мови. Івано-Франківськ: Плай, 1996. 272 с.
10. Матейко К. І. Український народний одяг. К.: Наук. думка, 1996. 196 с.
11. Словник української мови: [в 11 т.]// АН Української РСР, Ін-т мовознав. ім. О. О. Потебні; редкол.: І. К. Білодід (голова) [та ін.]. Київ: Наук. думка, 1970–1980. Том 7, 1976.
12. Етимологічний словник української мови/ уклад.: Р. В. Болдирев [та ін.]. Київ, 2003. Т. 4: Н–П. 652 с.
13. Хомік О. Є. Оберегові образи в українських коліскових піснях // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Х., 2009. № 846. Сер.: Філологія. Вип. 56. С. 155–160.
14. Караванський С. Практичний словник синонімів української мови. 5-те вид., опрацьоване і доповн. Львів: БаК, 2014. XIV + 530 с.
15. Матейко К. І. Український народний одяг. К.: Наук. думка, 1977. 222 с.
16. Хомік О. Є. Оберегова сила слова й магія давніх заговлянь // Вивчаємо українську мову та літературу: Науково-методичний журнал. жовтень 2011. № 29 (285). С. 27–31.
17. Жуйкова М. Магічне коло в культурі та мові східних слов'ян // Народознавчі зошити. Львів, 2002. № 3–4. С. 193–203.
18. Енциклопедичний словник символів культури України / ред.: О. Потапенко, В. Коцур, В. Куйбіда. 5-те вид. Корсунь-Шевченківський: ФОП Гаврищенко В.М., 2015. 912 с.
19. Словник фразеологізмів української мови / уклад.: В. Білоноженко, І. Гнатюк, В. Дятчук. Київ: Наук. думка, 2008. 1096 с.
20. Борзяк О. О. Баба-повитуха в культурно-історичній традиції українців: між профанним і сакральним. Київ: Ін-т мистецтвознавства, фольклористики та етнології. М. Рил. НАН України, 2009. 397 с.
21. Маєрчик М. С. Ритуал і тіло: структурно-семантичний аналіз обрядів родинного циклу. Київ : Критика, 2011. 325 с.
22. Бриняк О. М. Величальна естетика христинної поезії українців // Народознавчі зошити. 2016. № 3. С. 653–660.
23. Хомік О. Є. Український вербальний оберег семантика і структура: автореф. дис. ... канд. філол. наук. Х., 2005. 20 с.
24. Здоровега Н. І. Народні звичаї та обряди. Бойківщина: історико-етнографічне дослідження. Київ, 1983. С. 232–247.
25. Над колискою. Українські коліскові пісні та вірші. Упор., підг. тексти та вст. сл. В. Г. Бойко. К.: Держлітвидав України, 1963. 280 с.
26. Весільні пісні/ ред. І. П. Березовський; упоряд. М. М. Шубравська. К.: Дніпро, 1988. 476 с.
27. Килимник С. Український рік в народних звичаях в історичному освітленні // <https://svit.in.ua/kny/books skyl.htm>
28. Вербальна магія українців: наук. та навч.-метод. матер. до курсів: фольклор, етнографія, звичаєве право, л-ра, мовознав., філос., філософ. антропологія// Павлов О. Д., Полковенко Т. В., Фісун В. П. К.: Б-ка українця, 1998. 96 с.
29. «Ви, зорі-зориці...» Українська народна магічна поезія: (Замовляння) / упоряд.: М. Г. Василенко, Т. М. Шевчук. Київ: Молодь, 1991. 336 с.
30. Колядки та щедрівки: зимова обрядова поезія трудового року / упоряд. О. І. Дей. Київ: Наукова думка, 1965. 804 с.
31. Нечуй-Левицький І. Світогляд українського народу. Ескіз української міфології. Львів: Друкарня товариства ім. Шевченка, 1876. 80 с.
32. Українські заговляння/ упоряд. М. Н. Москаленко. К.: Дніпро, 1993. 307 с.
33. Казки Карпат: Укр. нар. казки / Упоряд., вступ. ст., прим. та слов. І. В. Хланті; Оформл. і мал. Б. Р. Пікулицького. Ужгород: Карпати, 1989. 418 с.

#### **Khomik O. Semantics and functional features of the linguistic image of the belt in the Ukrainian linguocultural space**

**Summary.** This article is devoted to analysing the features of the representation of the linguistic image of the belt in Ukrainian phraseology and oral folklore texts. It has been found that the linguistic image of the belt as a sign of Ukrainian folk culture is very productive and multifunctional. The lexical and phraseological composition of the Ukrainian language with the component belt has a wide range of meanings, including archaic ones associated with the motif of tying / untying belts (knots). A number of dialectal names used in Ukrainian language to denote different types of belts have an obscured internal form and require detailed study. The semantics and functioning of the linguistic image of the belt in folklore texts is regulated by both special genre pragmatics and the regularities of the mythological and folklore picture of the world of Ukrainians in general. In the texts of family rituals, the apotropaic and productive semantics of the belt are actualised. The leading motif of the birth rite is the untying (removing) of belts (knots) during childbirth and, conversely, their tying (putting on) after the birth of a child. Wedding songs often contain the motif of a protective fence, which brings them closer to the incantatory texts. The belt serves as a mediator between the human and the alien world in transitional stages and identifies the main persons of the birth and wedding rites. Calendar-ceremonial texts record primarily the symbolic meaning of the belt as an attribute of wealth, supremacy, belonging to higher supernatural beings (carol songs), as well as its protective and productive (vesnianky – spring songs), and identification role (mermaid songs). Among the non-ceremonial genres the belt is most widespread in incantations



(apotropaic semantics with motifs of ‘fencing’, ‘girdling’, ‘tying’, etc.) and fairy tales (apotropaic and identificational semantics (the acquisition of magical properties)).

This analysis enables the reconstruction of an important fragment of the national linguistic picture of the world,

and reveals the originality of Ukrainian traditions and beliefs, which remains crucial today.

**Key words:** linguistic image, belt, symbol of national culture, Ukrainian linguocultural space, semantics, functioning.

*Шкурко Г. В.,  
кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри української мови  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

## ГРАФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕЙМІНГУ УКРАЇНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ

**Анотація.** Статтю присвячено дослідженню графічних особливостей неймінгу українських інтернет-магазинів. Визначено, що дослідження процесу назвотворення важливе для сучасної лінгвістики, оскільки дозволяє простежити загальні тенденції в номінації, оцінити психологічний вплив вербальних елементів на споживачів, відображає культурні особливості, менталітет та ціннісні орієнтири цільової аудиторії, вибір графічної системи для написання назви, що має безпосередній вплив на сприйняття бренду та його автентичність.

У межах назв інтернет-магазинів із продажу прикрас, аксесуарів, сумок, одягу, косметики, взуття, дитячих товарів, канцелярії та товарів для дому, що функціонують у соціальній мережі «Інстаграм», охарактеризовано назви з точки зору їхнього графічного оформлення та семантичної вмотиваності. Визначено, що найменування найчастіше з'являються шляхом транслітерації з української на англійську мову, запозичення англійського відповідника чи створення кириличної назви. Простежено неправильне транслітерування окремих назв, також використання російських утворень всупереч мовному законодавству. Проаналізовано окремі оніми в контексті їхньої семантичної прозорості. Зроблено припущення щодо причини активного використання транслітерованих найменувань: прагнення власників підприємств зробити назву доступною не тільки для українського споживача, а й закордонного; спрощений пошук транслітерованого утворення в пошукових системах.

Встановлено, що назва підприємства має відображати не тільки сутність бренду, а й цінності українського народу, бути частиною лінгвокультури України. Запропоновано надавати перевагу кириличному запису або ж паралельно використовувати кириличні та транслітеровані найменування в разі небажання репрезентувати інтернет-магазин кириличною назвою. Зроблено висновок, що неймінг інтернет-магазинів має органічно імплементуватися в мовну картину світу українців, тому має відповідати законам номінації української мови.

**Ключові слова:** графічна система, неймінг, латиниця, латинізація, кирилиця, транслітерація, назви українських інтернет-магазинів.

**Постановка проблеми.** Сучасна лінгвістика постійно збагачується новими словами, термінами та поняттями завдяки появі й розвитку різноманітних сфер людської діяльності, зокрема технологій, науки, культури, медіа та бізнесу. Цей процес є відображенням мовної динаміки, яка зумовлена прагненням мови адаптуватися до нових соціальних викликів і комунікативних потреб. Однією з ключових сфер дослідження є питання номінації, яке включає створення назв для продуктів, послуг, брендів та організацій.

Через стрімкий розвиток торгівлі процес неймінгу є важливою складовою лінгвістичного аналізу. Вдалий вибір назви базується не лише на маркетингових принципах, а й на знанні семантичного, фонетичного, морфологічного, графічного, прагматичного, когнітивного аспектів мови. Лінгвісти досліджують, як лексичні одиниці, їхні звукові характеристики, асоціативні зв'язки та культурний контекст впливають на сприйняття назви цільовою аудиторією. Найменування бренду повинно бути легко запам'ятовуваним, унікальним, зрозумілим для певного мовного середовища та водночас універсальним для потенційного виходу на міжнародний ринок.

Таким чином, неймінг у сфері торгівлі є не лише технічним, а й творчим процесом, який поєднує маркетинговий підхід, психологічні аспекти впливу та лінгвістичні закономірності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Українська лінгвістика характеризується значною кількістю вагомих досліджень, присвячених специфіці номінації брендів, зокрема науковий інтерес становлять праці В. Кожанова, Н. Скригун, Л. Макарук, О. Курбана, І. Кузнецової, А. Прокopenко, О. Сторової, О. Теплої та ін. Дослідження особливостей неймінгу сучасних українських інтернет-магазинів є важливим та актуальним питанням для сучасного мовознавства.

**Мета статті** – здійснити аналіз графічних особливостей неймінгу українських інтернет-магазинів. Дослідження номінації здійснено на матеріалі назв сучасних українських інтернет-магазинів, що функціонують у соціальній мережі «Інстаграм».

**Виклад основного матеріалу.** Характеристика процесу назвотворення має важливе значення для сучасної лінгвістики з кількох причин: по-перше, такий аналіз допомагає простежити загальні тенденції в номінації, виявити принципи, за якими відбувається створення нових назв, і зрозуміти, які лексичні та стилістичні засоби обираються для цієї мети; по-друге, він надає можливість оцінити психологічний вплив вербальних елементів на споживачів, показуючи, як певні мовні конструкції сприяють формуванню позитивного ставлення до продукту чи бренду; по-третє, добір складових вербального впливу відображає культурні особливості, менталітет та світоглядні уявлення цільової аудиторії, сприяючи створенню назв, які гармонійно інтегруються в мовне та соціокультурне середовище, що дозволяє краще зрозуміти взаємозв'язок мови, культури та соціуму.

Не менш важливою складовою цього процесу є вибір графічної системи для написання назви, що має безпосередній вплив на сприйняття бренду та його автентичність. Вибір між кирилицею та латиницею в такому разі може бути зумовлений кількома факторами, зокрема спрямованістю бренду на локаль-

ний чи міжнародний ринок, психологічними аспектами сприйняття та культурними особливостями аудиторії.

«Лінгвістична концепція неймінгу, на думку О. Теплої, є сучасною проєкцією теорії номінації в умовах домінанти комунікативно-функціональної парадигми в мовознавстві. Неймінг – це процес і результат створення оригінальної назви об'єкта, тобто неймінг – це присвоєння комерційно релевантного імені. Комерційна номінація – це мовна номінація, орієнтована на отримання комерційного ефекту» [1, с. 192].

Дослідники виокремлюють ключові методи, що застосовуються в процесі формування комерційних назв: метод персоналізації, алітерації, усичення, аббревіатурний, географічний, асоціативний, описовий, аналогії та комбінування слів [2, с. 123]. На думку мовознавців, «нейм викликає у свідомості покупця конкретні асоціації з брендом, відіграє важливу роль у визначенні його іміджу та впливає на споживчі рішення, адже це унікальна система комунікації» [2, с. 124].

Застосування різних методів створення комерційних назв сприяє формуванню унікальної системи комунікації, яка допомагає викликати у свідомості споживача чіткі асоціації з брендом. У цьому контексті цікаво простежити, як зазначені методи використовуються в назвах сучасних інтернет-магазинів, зокрема тих, що спеціалізуються на продажу прикрас та аксесуарів. Наприклад, словесний елемент-конкретизатор *jewelry* акцентує увагу на профілі діяльності таких магазинів, наприклад: *RUŽHA jewelry*, *LE' PERLE jewelry*, *BOO jewelry*, *SENSE jewelry* тощо. З-поміж виокремлених назв не визначаємо жодної одиниці, написаної повністю кириличним записом, натомість простежуємо тенденцію до використання латинської графіки. Є назви українською мовою, написані латиницею, наприклад: *SOVA*, *Shpalta*, *BUZKOVO*, *NIZHNO*, *Chuttyevo*, *Krasavka*, *ZORYANA*, *SRIBNA LAVKA*, *GUDZYK*, *PRYANIK*, *VYBRANE*, *PREDKY*, а також оніми іншими мовами, наприклад: *MINIMAL*, *BOO jewelry*, *LE' PERLE jewelry*, *SENSE jewelry*, *NANI BROOCHES*. Дослідники називають такий процес номінації «невинавливою європеїзацією», зазначаючи, що «власники, очевидно, прагнуть зімітувати європейський рівень компанії, її належність до світового ринку» [3, с. 42]. Питання використання латинської графіки сьогодні виходить за межі номінації підприємств. Мова йде про «конкуренцію» кирилиці та латиниці в сучасному мовознавстві та лінгвокультурі загалом. Слушною в цьому аспекті вважаємо думку Б. Ажнюка, який зазначив, що «графічна система мови – це не упаковка для товару, яка сьогодні одна, а завтра інша. Це частина знакової системи всієї нації», а перехід на латинську графіку викликає «досить ілюзорні уявлення про те, що саме через зміну графічної системи ми вже опинимось в Європі» [Цит. за 4, с. 157].

Із точки зору семантики видаються вдалимися кілька назв цієї тематичної групи. Зокрема, *RUŽHA jewelry* містить діалектний номен *ру́жа* 'троянда' [5, т. 8, с. 897], що виступає носієм етнокультурних цінностей і викликає асоціації з традиційною красою та витонченістю. Назва *Babak*, що репрезентує магазин із продажу шкіряних сумок та аксесуарів, семантично пов'язується зі словом *баба́к* 'великий гризун, товстий і незграбний, що живе в степу в норах; з ранньої осені до весни впадає в сплячку; цінний своїм хутром і шкірою' [5, т. 1, с. 75], можливо, через асоціативні зв'язки зі шкірою й хутром тварини та матеріалом для виготовлення шкіряних виробів. Найменування *FERÁ* – латинського походження, від лат. *ferrum* 'залізо',

зберігає первинну семантику, оскільки йменує магазин срібних прикрас. Лексикалізоване словосполучення *TSVITE TEREN*, що називає магазин аксесуарів, відображає особливості культури українців, оскільки проводить мовцям аналогію до назви української народної пісні «*Цвіте терен*». Подібну етимологію має назва, записана паралельно кириличним і латиничним записами, *BIGLA KIZKA / БИГЛА КИЗКА*, що містить алюзію на українську народну пісню «*Бігла кізка топиться*». Найменування *BIGME.UA / Бігме* відтворене за допомогою засобів кирилиці та латиниці, репрезентує традиційну для української культури фразу для запевнення когось у чомусь, підтвердження чого-небудь. Ймовірно, в контексті продажу керамічних прикрас, якими займається інтернет-магазин, власники прагнуть акцентувати на автентичності українських виробів. Семантично непрозорими вважаємо назви *BOO jewelry*, *SOVA*, *PRYANIK*, *Babak*, але в умовах цілісного розуміння специфіки бренду необхідність такої мотивації, ймовірно, стає виправданою. Серед найменувань магазинів із продажу сумок фіксуємо транслітеровані назви *Teplotá*, *koshelechki.ua*, *sumki\_issahara*, дві останні з яких є наслідком впливу російської мови.

Назви інтернет-магазинів із продажу окулярів та аксесуарів до них характеризуються наявністю транслітерованих та кирилических записів, як-от: *YAKTO*, *VACHU*; *HA-OCI*, *TOCHNO!* *OPTIKA*, (*У ДУЖКАХ*). Семантично вдалими вважаємо найменування (*У ДУЖКАХ*), яке побудоване за допомогою мовної гри. З одного боку, споживач асоціює собі цю назву з окулярами, але поряд із тим бачить розділовий знак дужки. Такий онім запам'ятовується і є яскравим прикладом того, що за допомогою кирилического запису можна досягти потрібного ефекту на споживача. Медичні товари представлені кирилическим найменуванням із прозорою мотивацією: *Білий Халат*. О. Тепла зазначає, що при неймінгу «інформація, яку несе в собі слово, сприймається на кількох рівнях: ментальному й емоційному, свідомому і підсвідомому. Окрім прямого лексичного значення, емоційного і стилістичного забарвлення, слова володіють також історією (етимологія), структурою (морфологія), естетикою (внутрішня ритміка, графічність, симетричність, благозвучність, алітерація тощо). Також у творенні назв часто доводиться розглядати асоціативні ряди» [1, с. 192].

Назви інтернет-магазинів, що спеціалізуються на продажу одягу, мають транслітеровану будову, наприклад: *TU VDOMA*, *MODNICA*, *PUDRA*, *ZITKANA*, *MEREZHKA*, *PAPAYA*, *ROMASHKA*, *VIRNA*, *BAZHANE BTQ*, *SIL'*, *HUKH*, *HVÓYA*, *GUNIA Project*. Останнє найменування досить вдало відображає особливості традиційної української культури, адже власники інтернет-магазину прагнуть поєднати творче бачення та глибокі етнічні традиції. Більшість аналізованих транслітерованих назв, на нашу думку, є семантично вмотивованими, але декілька мають непрозору мотивацію, як-от: *PAPAYA*, *ROMASHKA*, *SIL'*, *HUKH*, *HVÓYA* тощо. Можливо, при формуванні брендової концепції виправданість такого використання стає більш прозорою. Серед англійських назв визначаємо такі: *ONE BY ONE*, *DILEMMA*, *MORE ÓNE*. Трапляються випадки, коли власники використовують у назві додаткові символи, трансформують транслітеровані найменування, як-от: *VIDM!*, *IZI'21*, *NEZLAMNA'21*, *VIL'NA*. Такий процес утворення онімів йменується графодеривацією або віртуальною деривацією, «суть якої полягає у використанні нестандартних графічних елементів для створення примітної та прагматично потужної

назви» [3, с. 42]. Ми зафіксували паралельне вживання онімів, записаним кирилицею та латинською графікою: *PTAHA brand*, *ПТАХА*. У такому ряді надаємо перевагу останній назві, оскільки вважаємо, що кириличною графікою можна відтворити концепцію бренду і не сприяти «європеїзації» назв, зокрема в інтернет-просторі. М. Баган зазначає, що «графодеривація, безперечно, сприяє зовнішній ефектності онімної лексики, але за бажання та вміння її можна досягти й засобами української мови» [3, с. 42]. Кириличний запис у цій групі представлений онімами *BCI.CBOI*, *МАЛЬВИ*, які акцентують на традиціях та етнічній самобутності. Зокрема, назва *МАЛЬВИ* апелює до образу квітки, що є символом української культури, асоціюється з рідною домівкою та національними цінностями. Найменування *BCI.CBOI* підкреслює ідею єдності, спільності та автентичності, що резонує із сучасним прагненням до збереження етнічної ідентичності та популяризації локальних традицій у глобалізованому світі.

Косметику ілюструють інтернет-магазини із подвійною назвою *SYAYNO / СЯЙНО* та семантично невмотивоване, на нашу думку, найменування *KOZA cosmetics*.

Серед назв інтернет-магазинів із продажу взуття визначаємо транслітеровані найменування *KOZH*, *VZUTA\_UA*, *VICHNA*, англійські назви *Salty Heels*, *Balance* та оніми за допомогою кириличної графіки *Подіум*, *ТАК*, *ОРИГІНАЛ*. Остання назва за структурою – стверджувальне речення, яке підкреслює спеціалізацію магазину: продаж оригінального взуття. Дитячі товари представлені найменуваннями англійською мовою (*TOYS FROM TWINS*, *Kids.boutique.ukraine*), транслітерованою (*\_tvorcha\_maysternia*) та кириличною (*ПОЗВИВАЙКА*) назвами.

Назви інтернет-магазинів, що спеціалізуються на продажу дитячого одягу, містять назви англійською мовою, зокрема: *edinorozhka\_kids*, *lamalooks.ua*. Цікавою є назва *BALOO*, що йменує героя мультсеріалу. Цю тематичну групу доповнюють транслітероване найменування *VOLOSHKA* і комбіноване *Zayets' kids*. Б. Ажнюк такий процес називає змішуванням кодів, коли «поодинокі елементи англійської граматики проникають у деякі функціональні сфери української мови, насамперед у тексти, що стосуються інформаційного обслуговування торгівлі та сфери послуг» [6, с. 239]. Представлені й найменування, написані кирилицею, наприклад: *Янголятко*, *Затишне Гніздечко*.

Інтернет-магазини з продажу канцелярії репрезентовані транслітерованою назвою *Bloknotyk* та конструкціями-наказовими реченнями *so be*, *Planuy.ua*, *Плануй мрії!*, що є синтезом трьох типів номінації: використання англомовної, транслітерованої та кириличної назв.

Група назв товарів для дому містить англомовні найменування *hello Home*, *Feeling*, транслітеровані назви *SVIY.POSUD*, *LIPKO*. Цікавими, на нашу думку, є кириличний онім *ЧІЧКА*, що відтворює колорит місцевості, транслітероване найменування *НА КНМАРИ*, що надає асоціації легкості, невагомості, адже магазин займається продажем постільної білизни, та вигукова назва *YOW*, що є легкою для запам'ятовування, хоча семантично непрозорою. Квіти та декор ілюструють назви *LYSTVA* та *Trostnik*.

Викликає запитання використання російських онімів у структурі онімів інтернет-простору, зокрема назви *KOZH*, *Trostnik*, *edinorozhka\_kids*, *Krasavka*, *MODNICA*, *sumki\_issahara*, *koshelechki.ua* всупереч нормам Закону України «Про забезпе-

чення української мови як державної». Стаття 28-1 регламентує подавати державною мовою інформацію для загального ознайомлення, зокрема вивіски, текстів, візуальну інформацію, що використовується для інформування осіб щодо товарів, послуг та ін. Стаття 30-3 зобов'язує надавати інформацію про товари та послуги, зокрема через інтернет-магазини, державною мовою [7]. Фіксуємо неправильну транслітерацію з української мови на англійську відповідно до Постанови КМУ № 55 від 27.01.2010 р.: *PRYANIK* замість правильного запису *PRYANYK*, *BIGLA KIZKA* замість *BIHLA KIZKA*, *BIGME.UA* замість *BIHME.UA*, *IZI'21* замість *EASY'21*, *ZORYANA* замість *ZORIANA*, *Chuttyevo* замість *Chuttievo*, *PAPAYA* замість *PAPAIA*, *SIL'* замість *SIL*, *PTAHA brand* замість *PTAKHA brand*, *SVIY.POSUD* замість *SVII.POSUD*, *\_tvorcha\_maysternia* замість *\_tvorcha\_maisternia*, *SYAYNO* замість *SIAYNO*, *HVOYA* замість *HVOIA*, також орфографічні помилки *Затишне Гніздечко*, *Білий Халат*.

Спостерігаємо тенденцію до активного використання транслітерованих назв інтернет-магазинів. Перш за все, власники підприємств прагнуть зробити свої бренди доступними не тільки для українських споживачів, але й для міжнародної аудиторії. На думку власників підприємств, латиниця є універсальним алфавітом, зрозумілим у більшості країн, що полегшує сприйняття назви за кордоном і допомагає брендам виходити на міжнародний ринок. До того ж латинські назви асоціюються з європейськими брендами, що підвищує сприйняття їхнього продукту як високоякісного, сучасного та престижного. Це створює позитивний імідж і допомагає здобути довіру споживачів, які орієнтуються на західні стандарти якості. На підтвердження цієї думки Є. Пересада зазначає, що «сьогоднішні пропозиції щодо латинізації української графічної системи прихильники латиниці мотивують орієнтацією України на Європу та інтеграцією у світове співтовариство» [4, с. 151].

Ще однією причиною надання переваги латиничній назві власники вважають спрощений пошук такого найменування в пошукових системах, що підвищує видимість бренду в інтернеті і є критично значущим для залучення нових клієнтів. Таким чином, транслітерація стає не лише способом адаптації до міжнародних стандартів, а й важливим інструментом маркетингової стратегії, що дозволяє магазинам вигідно позиціонувати себе на глобальному ринку.

На нашу думку, відмова від використання кирилиці та перехід до латиниці може бути сприйнята як відхід від національної ідентичності, оскільки назва має відображати не тільки сутність бренду, а й цінності українського народу, бути частиною лінгвокультури України. Це означає, що власники брендів повинні враховувати не тільки інтернаціональний контекст, але й важливість збереження мовних традицій.

У такій площині номінація підприємств виходить на новий рівень – органічна імплементація в мовну картину світу українців. Власники підприємств можуть паралельно використовувати кириличні та транслітеровані латиничні назви. Таким чином можна досягнути балансу між національною приналежністю і глобалізацією. Це дозволяє бізнесу не втратити зв'язок із місцевим ринком, при цьому зберігаючи можливість для інтеграції на міжнародний рівень. Тому в цьому випадку мова йде про більш гнучкий, багатовимірний підхід до номінації, де кожна назва може бути інтегрована в культурний контекст, відображаючи при цьому готовність підприємства до глобального розвитку.

**Висновки.** Аналіз графічних особливостей неймінгу українських інтернет-магазинів в соціальній мережі «Інстаграм» показав такі тенденції в номінації: переважання транслітерованих найменувань, помірне використання англійських назв та кирилических онімів. Простежуємо неправильне транслітерування окремих назв та використання російських утворень всупереч мовному законодавству. Вважаємо, що для збереження автентичного неймінгу українських інтернет-магазинів власникам потрібно звернути більше уваги на номінацію за допомогою кирилиці як частини цілісної мовної картини світу українців. Збереження автентичності в неймінгу українських інтернет-магазинів через використання кирилиці може сприяти формуванню сильного національного бренду, який буде не лише конкурентоспроможним на міжнародному ринку, але й підтримуватиме культурну та мовну ідентичність українців. Власники підприємств повинні зважати на ці аспекти та знаходити баланс між глобалізацією та національною самобутністю, використовуючи транслітерацію лише тоді, коли це дійсно необхідно.

#### *Література:*

1. Тепла О. Лінгвістична концепція творення комерційної номінації. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки»*. 2012. № 1 (3). С. 192–195.
2. Прокопенко А.В., Єгорова О.І. Структурно-семантичний аспект неймінгу (на матеріалі англійських брендів взуття). *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Вип. 23. Т. 2. С. 122–126.
3. Баган М.П. Англійзація сучасного українськомовного комунікативного простору: причини, основні вияви та наслідки. *Українська мова*. 2020. № 1. С. 38–53.
4. Пересада Є. Проблема конкуренції латиниці й кирилиці в українській лінгвокультурі. *Slavica Wratislaviensia*. № 4152. Wrocław, 2023. С. 149–159.
5. Словник української мови: в 11 т. Київ: Наук. думка, 1970–1980. Т. I–XI.
6. Ажнюк Б.М. Мовна політика: Україна і світ: монографія. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2021. 420 с.
7. Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text>

#### **Shkurko H. Graphic Peculiarities of the Naming of Ukrainian Online Stores**

**Summary.** The article is devoted to the examination of the graphic peculiarities of naming practices in Ukrainian online stores. The importance of studying the naming process for contemporary linguistics is emphasized, as it enables general trends in naming to be traced, the psychological impact of verbal elements on consumers to be assessed, and cultural characteristics, mentality, and value orientations of the target audience to be reflected. Additionally, the choice of a graphic system for writing the name, which directly affects the perception of the brand and its authenticity, is also analyzed.

The names of online stores specializing in jewelry, accessories, bags, clothing, cosmetics, footwear, children's goods, stationery, and household items, operating on the social network «Instagram» are analyzed in terms of their graphic design and semantic motivation. It is identified that naming practices are often implemented through transliteration from Ukrainian to English, borrowing of English equivalents, or creation of Cyrillic names. Cases of incorrect transliteration, also the use of Russian-derived names in violation of language legislation are noted. The semantic transparency of certain names is also analyzed. It is suggested that the widespread use of transliterated names may be explained by business owners' desire to make the names accessible to both Ukrainian and international consumers, as well as to simplify their searchability on the search engines.

It is concluded that business names should be reflective of not only the brand's essence but also the values of the Ukrainian people, integrating into Ukraine's linguistic and cultural identity. A recommendation is made to prioritize Cyrillic script or to employ both Cyrillic and transliterated names, particularly when a solely Cyrillic representation is not preferred by business owners. It is emphasized that the naming of online stores should be aligned with the linguistic worldview of Ukrainians and should adhere to the principles of Ukrainian language nomination.

**Key words:** graphic system, naming, Latin alphabet, latinization, Cyrillic alphabet, transliteration, Ukrainian online stores' names.

*Ягодзінська В. Є.,  
аспірантка ННІФ  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

## МУЛЬТИМОДАЛЬНА ПАРАДИГМА МЕДІАПРОСТОРУ БІЖЕНЦІВ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ: МЕКСИКАНСЬКЕ ПИТАННЯ

**Анотація.** Досліджуються мультимодальні структури комунікацій у медіапросторі, що формують соціокультурне та інформаційне середовище мексиканських біженців, що переживають соціальну нестабільність, зумовлену обмеженням прав людини. У статті розглядається проблема динаміки інтеграції мексиканського суспільства до нового соціального середовища через медіа-аналіз комунікаційних та культурних практик. Особливу увагу приділено ролі мультимодальних засобів медіа у формуванні сприйняття мексиканських біженців щодо їхнього життя, соціальної ролі та політичних перспектив у США. Також досліджується, яким чином інтеграція текстових, візуальних, аудіальних та інтерактивних модусів формує адаптивну платформу для медіа-комунікації між мексиканськими біженцями та американським соціумом. Аналізуються специфічні випадки застосування соціальних мереж, політичних дискурсів, мультимодальних новинних форматів із використанням відеоелементів, платформ для обміну аудіовізуальним контентом та інших медійних інструментів, які сприяють формуванню інтерактивного міждержавного діалогу між Мексикою та Сполученими Штатами.

Будівництво мексиканської стіни, відомої як «стіна Трампа», розглядається як центральний компонент мультимодального медійного ландшафту, який виконує функцію символічного маркера фізичного та ідеологічного розділення, впливаючи на глобальне сприйняття мексиканських біженців. Окремо досліджуються випадки, у яких мультимодальні формати, зокрема зображення біженців, візуалізація прикордонних конфліктів, аудіальні свідчення та інтерактивні документальні проєкти, виступають каталізаторами емоційного резонансу, сприяючи формуванню як емпатії, так і стигматизації в суспільному дискурсі.

Дослідження спирається на міждисциплінарний підхід, об'єднуючи методи лінгвістичного, культурологічного та соціологічного аналізу. Стаття пропонує розглядати мультимодальний медіапростір, як нову перспективу вивчення медіапростору як модульної системи, що визначає процеси комунікації, адаптації та ідентичності в умовах соціальної нестабільності. Результати дослідження мають практичне значення для медіа, правозахисників та урядових інституцій, які прагнуть розробляти стратегії підтримки біженців у контексті посилення викликів сучасного світу.

**Ключові слова:** мультимодальна парадигма, мультимодальний підхід, медіапростір, мексиканські біженці, соціальна нестабільність, комунікативна лінгвістика, модуси спілкування.

**Вступ.** У сучасному глобалізованому світі проблема біженців та мігрантів стала однією з найгостріших гуманітарних криз нашого часу, що вимає розуміння не лише на рівні полі-

тичних рішень, але й з урахуванням гуманітарних, соціальних, економічних і культурних аспектів. Один із яскравих прикладів – ситуація з мігрантами на кордоні між Мексикою та США.

Тисячі людей з країн Центральної та Південної Америки, таких як Гватемала, Гондурас та Сальвадор, залишають свої домівки у пошуках кращих умов життя. Однією з таких транзитних країн є Мексика, де біженці прагнуть перетнути кордон Сполучених Штатів у пошуках безпеки або політичного притулку. Сполучені Штати Америки відіграють ключову роль у цій кризовій ситуації, оскільки більшість біженців прагне притулку саме у США. Політичний курс Сполучених Штатів щодо імміграції мексиканців, їхній економічний вплив та історично обумовлені відносини з країнами Південного та Центрального регіонів виступають ключовими факторами, які формують масштаби та траєкторії міграційних потоків, що активно репрезентуються в сучасному медіапросторі.

Міграційний процес мексиканців значно ускладнюється жорсткими імміграційними політиками США, соціально-економічною нестабільністю в регіоні та систематичними порушеннями прав мігрантів у прикордонних зонах. Мексика займає низькі позиції за соціально-економічними показниками, що ілюструється значним рівнем бідності: 43% у порівнянні з 13% у Сполучених Штатах. Використання мультимодального аналізу дозволяє поєднати статистичні дані, персональні свідчення мігрантів, медійні наративи політичних дискурсів і правові аспекти, створюючи комплексну картину для дослідження складної динаміки цього явища.

**Методологічна основа дослідження.** Отже, перед початком лінгвістичного аналізу медійних текстів, що стосуються проблеми міграції мексиканських біженців до США, доцільно здійснити теоретичний огляд концептуальних основ мультимодальності та мультимодальної парадигми у сучасному мовознавстві, що дозволить закласти методологічну базу для розуміння специфіки взаємодії різних семіотичних модусів у медійному дискурсі та їхнього впливу на формування соціокультурного наративу.

Феномен мультимодальності у тому чи іншому аспектах розглядався Л. Ансвесом, А. Арчером, Ш. Баллі, Р. Бартом, Дж. Беземером, Дж. Бейтманом, А. Болдрі, М. Волшем, А. Гіббонсом, Г.К. Дживітом, Г. Кресом, Дж. Лайонзом, Дж. Лемке, Дж. Ліу, С. Норрісом, Л. Макарук, А. Беловою, О. Маріною та іншими науковцями.

Мультимодальність у мовознавстві – науковий підхід, який вивчає, як різні модальності або канали комунікації взаємодіють у процесі створення та сприйняття мовлення. Вивчення феномена модальності в лінгвістиці почалося в другій поло-

вині 19 століття, зокрема у працях Отто Есперсена. На думку вченого, модальність є тією категорією, в якій безпосередньо взаємодіють прагматичний, семантичний і синтактичний аспекти висловлювання [1, с. 3].

Поняття «мультиmodalний / креолізований текст» уперше було запропоновано вченими Г. Крессом та Т. ван Лювенем у статті «Мультиmodalний дискурс» (Multimodal Discourse) [2, с. 56], яке визначається як текст, що поєднує різні модальності – мову, зображення, звук, жест, рух тощо.

У сучасній гуманітаристиці, а саме у мовознавстві мультиmodalність розглядається як ключовий елемент для розуміння комплексності людської комунікації. Наприклад, у міжособистісному спілкуванні значення повідомлення часто залежить не лише від слів, але й від невербальних сигналів, які можуть підсилити, модифікувати або навіть суперечити вербальному контенту. Мультиmodalний підхід набуває особливої значущості в міжкультурній комунікації, оскільки відмінності у використанні невербальних кодів можуть суттєво впливати на взаєморозуміння та інтерпретацію інших семіотичних модусів, таких як текстуральні, візуальні чи аудіальні компоненти.

У письмових формах комунікації мультиmodalність проявляється через використання різних шрифтів, кольорів, зображень та графічних елементів, які доповнюють текстову інформацію. З розвитком цифрових технологій і соціальних медіа мультиmodalні тексти набули ще більшої поширеності, інтегруючи такі елементи, як емодзі, меми та інтерактивні компоненти, які додають додаткові семіотичні шари значення, збагачуючи комунікацію та ускладнюючи її інтерпретацію. Дослідження мультиmodalності у мовознавстві включає аналіз того, як різні модальності співпрацюють для створення цілісного повідомлення, як вони структуруються та які функції виконують у комунікативному процесі.

Мультиmodalна парадигма в лінгвістиці виступає не лише науковим підходом, аналогічним мультиmodalності, але й спрямована на дослідження взаємодії різних комунікативних модальностей, що дозволяє виявити механізми їхньої інтеграції для формування комплексного та багатозначного значення. Мультиmodalна парадигма – це не лише вербальні елементи мови, але й невербальні компоненти, такі як жести, міміка, інтонація, просторові розташування та візуальні символи. Мультиmodalний підхід розширює традиційні лінгвістичні дослідження, які зосереджувалися переважно на письмовій або усній мові, включаючи аналіз інших семіотичних ресурсів, що сприяють комунікації.

У сучасному медійному середовищі та на цифрових платформах мультиmodalна парадигма набуває особливої актуальності. У контексті інтернет-комунікації текстові повідомлення нерідко супроводжуються емодзі, зображеннями, відео та аудіоелементами, які в інтеграції створюють цілісне і багатогранне повідомлення, що збагачує семантичну глибину комунікації. Мультиmodalний аналіз надає лінгвістам можливість досліджувати взаємодію різних модальностей у процесі передачі значення, виявляючи, як їхня співпраця впливає на сприйняття інформації, формування когнітивних реакцій та інтерпретацію повідомлень у комунікативному контексті.

Застосування мультиmodalної парадигми у лінгвістиці сприяє глибшому розумінню комунікативних процесів у різних культурних та соціальних контекстах. МП є цінним інструментом для дослідження міжкультурної комунікації, освітніх

практик, маркетингу та інших сфер, де комплексні взаємодії між різними модальностями є критично важливими для ефективного обміну інформацією.

**Основна частина.** Розглянемо не лише причини, проблеми, труднощі та наслідки міграції мексиканців США, але й проаналізує, як мультиmodalна парадигма дозволяє побачити повну картину складної кризової нестабільності на геополітичному полі. Дослідження включатиме аналіз політичних, економічних, соціальних та культурних аспектів, які є причиною кризової ситуації у регіоні. Комплексна перспектива допоможе краще зрозуміти не тільки поточний стан справ, але й можливі шляхи вирішення проблеми мігрантів у Мексиці та ролі США у цьому процесі. Враховуючи багатогранність проблеми, необхідно проаналізувати міжнародні публікації у медіапросторі, які залучають мультиmodalний підхід задля пошуку ефективних та гуманних рішень.

Сучасні медійні платформи виступають потужними інструментами впливу на аудиторію, використовуючи комплексні комбінації різних модусів передачі інформації з метою формування громадської думки, світоглядних установок і перцептивного сприйняття контенту слухачами та глядачами. Наступний відеоматеріал під назвою “Migrants in Mexico fear Trump immigration measures” [3], створений німецькою державною міжнародною телекомпанією DW (Deutsche Welle), надає можливість більш детально дослідити проблему мексиканських біженців. Використовуючи адаптований англійський переклад, аналіз контенту через призму мультиmodalної парадигми дозволяє розкрити взаємодію різних модусів (тексту, аудіо, візуального ряду) для формування комплексного наративу, що відображає соціокультурний та політичний контекст проблеми. Мультиmodalна парадигма ґрунтується на інтеграції тексту (text), звукових елементів (audio), візуальних компонентів (visuals) та контекстуальних аспектів (contextual), що разом забезпечують багатовимірну передачу інформації та сприяють глибшому розумінню змісту повідомлення.

На початку відео зображена мексиканська біженка з народженою дитиною на руках, що створює потужний емоційний візуальний образ, який підсилюється словами оповідача. Сцена слугує мультиmodalним інструментом, де візуальний модус (образ жінки з дитиною) та аудіальний модус (текст оповідача) взаємодіють, щоб посилити емоційний вплив на глядача та акцентувати увагу на вразливому становищі біженців. Біженка каже: “her mother wanted her to be born in United States...living in this shelter on Mexican’s northern border for 6 months waiting for their appointment to apply for asylum in the Unites States”. Фонові звуки, зокрема галас табору, виконують важливу роль у створенні аудіального модусу, який підсилює реалістичність зображуваної кризової ситуації, що додає документальності та емоційної насиченості, допомагаючи глядачеві зануритися в атмосферу нестабільності, яка характеризує життя мексиканських біженців. Одночасно на екран транслюються відеокадри з мігрантами, які перебувають у тимчасових таборах у Мексиці, що підсилює їхню вразливість та складні умови життя. Далі оповідач зазначає: “their hopes to make the cross of the border before the election”, і ця репліка завершується кадром матері, яка годує свою дитину на руках. Така мультиmodalна комбінація аудіального модусу (тексту оповідача) та візуального модусу (зображення матері з дитиною) спрямована на викликання у глядача глибоких емоцій

співчуття, акцентуючи увагу на людському вимірі міграційної кризи та вразливості її учасників.

Мексиканська мігрантка Лаура, яка з'являється на початку відеорепортажу з дитиною на руках, коментує ситуацію, використовуючи такі слова/словосполучення у перекладі англійською, як: they (американська сторона), get rid of the application (відмовитись від заяви), difficult for us to enter the country (для нас складно перетнути кордон), we want to do this legally (мігранти не мають наміру порушувати закон). Під час коментування ситуації Лаура уникає прямого контакту з камерою, спрямовуючи погляд убік, що створює ефект емоційної напруги та занепокоєння у глядача. Такий візуальний модус підсилює тривожність щодо психологічного стану матері й дитини в умовах невизначеності, спричиненої обмеженнями на перетин мексикансько-американського кордону.

Наступні кадри з табору демонструють біженців, які виконують зарядку, що відображає спроби зберегти фізичну активність і підтримувати дух у складних умовах. У кадрі представлена різна вікова категорія, що підкреслює багатогранність таборового життя. На стінах табору помітні дитячі малюнки, які додають емоційного контрасту, символізуючи надію та невинність у контексті кризи. Центральним елементом стає плакат на синьому фоні з білим курсивним написом "This is about HUMANITY", який служить моральним закликом до глядачів, акцентуючи на гуманістичному вимірі проблеми міграції. Комбінація візуальних елементів створює сильний мультимодальний меседж, що резонує з глядачем на когнітивному та емоційному рівнях. Акцент на слові "HUMANITY" виконує важливу риторичну та семіотичну функцію, спрямовану на привертання уваги до гуманітарного виміру міграційної кризи. Під час цієї сцени оповідач говорить про майбутній прихід у січні 2025 року президента Америки Дональда Трампа та можливість накладання санкцій на мексиканських мігрантів, цитуємо: *"Widespread concerns that Trumpal withdrawal CBP One app and other entry programms may encourage a wave of emigration the next tho month before he takes office in January"*.

Репліки, що поєднуються з візуальними кадрами, аудіоефектами, текстом і політичним контекстом, допомагають глядачеві глибше зрозуміти не лише масштаби, а й людський вимір проблеми. Емоційні висловлювання викликають емпатію, тоді як раціональні пояснення надають ситуації структурованість. Мультимодальність у цьому відео полягає у поєднанні емоційно насичених візуалів, голосових розповідей, текстових пояснень і політичного контексту для повного розкриття теми. Поєднання цих елементів створює комплексний нарратив, що впливає на глядача як на емоційному, так і на раціональному рівнях, підкреслюючи складність та багатогранність проблеми міграції.

Наступне відео на платформі YouTube "Trump pledges to build the wall" [4], що опублікувало CNN під час передвиборчої кампанії Дональда Трампа 25 травня, 2016 року (Анахайм, Каліфорнія) стосується будівництва стіни на кордоні між США та Мексикою, що було центральною темою його кампанії. У своїх промовах Д. Трамп наголошує на необхідності захисту кордонів, зменшення нелегальної імміграції. Мультимодальна парадигма, що застосована у цьому відео включає наступні компоненти:

- Візуальний компонент – Дональд Трамп у фокусі, офіційний одяг світло-синього кольору, охоронець позаду, як сим-

вол впливовості та важливості політичного діяча, жестикуляції, впевнена поза, патріотичні таблички на фоні у колір американського прапора із закликом Stands with Trump.

- Вербальний компонент – основний акцент на риторичні Дональда Трампа, а саме: короткі, емоційні, чіткі фрази, які легко запам'ятовуються, часто застосовуються шляхом анафори, наприклад: «We are going to build this wall. We have no choice, we have no choice» або "Build the wall, build the wall, build the wall...", де вислів супроводжується жестикуляцією Д. Трампа, що переходить у приспів із виборчою публікою. Простежується використання закликів, що підтримують ідею безпеки США та супроводжується аудіальним компонентом позаду, а саме галасом публіки.

- Аудіальний компонент – інтонація та сила голосу Трампа для підсилення емоційного впливу, аплодисменти, вигуки підтримки.

- Інтертекстуальність – використання культурно значущих символів, таких як колір американського прапора, щоб викликати почуття єдності й національної гордості.

У фінальній частині передвиборчої промови, Дональд Трамп підкреслює, що будівництво стіни фінансуватиметься за рахунок Мексики: "Who is going to pay for the wall?" експресивно вигукує Д. Трамп, аудиторія відповідає: "Mexico", і в цей час Д. Трамп розводить руками в обидві сторони показуючи, що він погоджується застосовуючи інтегровану мультимодальну парадигму, яка поєднує вербальні та невербальні комунікації. Вербальним компонентом є його питання та акцент на відповідь аудиторії, а невербальним – жести руками, які підсилюють його меседж і підкреслюють погодження з відповіддю. Передвиборча програма Д. Трампа у 2016 році, яка була основана на обіцянках побудувати стіну на кордоні з Мексикою для зменшення нелегальної міграції викликала багато обговорень і суперечок у політичному середовищі, ЗМІ та серед міжнародної спільноти. Після такої передвиборчої програми в медіапросторі з'явилося багато Інтернет-мемів, карикатур, сатиричних зображень та іронічних висловлювань (напр. у стилі Гри Престолів "The Wall is coming", так американський президент анонсував будівництво стіни на кордоні США і Мексики [5], а також різних словосполучень пов'язаних з феноменом стіни Трампа [6]). Такі матеріали висвітлювали контраст між гіперболізованими обіцянками та реальними можливостями реалізації проекту, тож такі популярні фрази, як "build the wall" або "Mexico will pay for it," стали мемами, які символізують як політичну риторичку, так і громадську реакцію на неї.

У другій передвиборчій кампанії 2024 року Д. Трамп продовжив закликати американців до підтримки ініціативи щодо закінчення побудови стіни між Америкою та Мексикою "Trump vows to complete border wall" [7]. У своєму виступі Д. Трамп застосовував наступні модуси мультимодальності: вербальний, візуальний (кольори американського прапора), аудіальний (інтонація голосу: ритм, паузи, акцентуація), кінестетичний (жести: рухи тіла, а також мова тіла: постава, міміка). Під час промови щодо кордону між США та Мексикою Д. Трамп наголошує: "We have to stop the invasion into our country that is killing hundreds of thousands of people a year". Під словом "invasion" кандидат у президенти Америки має на увазі неконтрольовану міграцію через південний кордон, яку він описує як загрозу безпеці, економіці та соціальній стабільності США. Термін "invasion" підсилює емоційний ефект промови, викликаючи почуття страху



та необхідності вжити рішучих заходів. Дональд Трамп, використовуючи такий словесний образ, апелює до патріотичних настроїв і бажання захистити «американський спосіб життя».

Паралельно з вербальними аргументами, візуальні та кінестетичні модуси підсилюють емоційний вплив на аудиторію. Постава Трампа демонструє впевненість, а жести (наприклад, указування пальцем) створюють образ рішучості. Кольори американського прапора у фоновому оформленні та інтонація, яка варіювала від спокійної до підвищеної, підтримували його репліки та драматичність виступу.

Таким чином, мультимодальна парадигма у виступах Д. Трампа стала потужним інструментом для комунікації з виборцями, мобілізації їхньої підтримки та створення символічного зв'язку між його передвиборчими обіцянками і національними цінностями.

Після перемоги Д. Трампа на виборах мексиканське питання почало все більше і більше поширюватись медіапростором. Наступний відео-репортаж на CBS NEWS був випущений 28 листопада 2024 року (Trump, Mexican president give differing reviews of «wonderful conversation» on border, illegal immigration [8]), у якому обговорюється питання міграції та тарифів для Мексики. Трамп натякнув на введення 25% тарифу на імпорту з Мексики та Канади як запобіжний захід проти незаконної міграції та торгівлею забороненими субстанціями.

У наступному прикладі відео-репортажу CBS News чітко демонструється застосування візуально-вербального мультимодального підходу, що поєднує текстову і візуальну складову. Твіти Д. Трампа до К. Шейнбаун зі словами: “She has agreed to stop migration through Mexico and into the United States, effectively closing our Southern Boarder”, та у продовженні: “Mexico will stop people from going to our Southern Boarder, effective immediately”, на що президентка Мексики відповіла: “We reiterate that Mexico’s position is not to close borders but to build bridges between governments and between people”. Слова президентів виділялись блакитною стрічкою, щоб звернути увагу глядача на певні фрази та їх важливість.

Твіти Дональда Трампа та президентки Мексики були показані на екрані, що є прикладом інтеграції тексту в відеоряд, що дозволяє глядачам сприймати інформацію не тільки через аудіальний канал (дикторський текст), а й через візуальний.

Використання блакитної стрічки було для акцентування уваги на важливих словах, таких як “stop migration through Mexico” або “build bridges between governments and between people”. Виділення тексту кольором привертає увагу глядача до основного змісту і спрощує інтерпретацію ключових меседжів.

Також протиставлення твітів обох президентів дозволяє глядачам побачити розбіжності у риторичі та підходах, наприклад, між політикою закриття кордонів Трампа та акцентом на «будівництві мостів» з боку президентки Мексики, що підсилює аргументативність сюжету і допомагає вибудувати контекст.

У даному репортажі поєднання візуального (графічне відображення твітів) та вербального (ключові слова виділені блакитною стрічкою) модусів створює інтегрований мультимодальний продукт. Мультимодальна парадигма є ефективним інструментом, яка дозволяє одночасно передати інформацію, зробити акценти на ключових моментах і забезпечити зрозумілість для глядача.

**Висновки.** Мультимодальний підхід до аналізу медіапростору мексиканських біженців демонструє високий рівень

релевантності для розуміння сучасних комунікаційних та адаптаційних процесів у контексті соціальної нестабільності. Проведене дослідження підтверджує, що мультимодальна парадигма, яка інтегрує текстувальні, візуальні, аудіальні та інтерактивні модуси, створює ефективну платформу для діалогу між біженцями та приймаючим суспільством.

1. Формування медіапростору: Аналіз медійних випадків, зокрема, використання новинних сюжетів, інтерактивних документальних проєктів та соціальних мереж, підтверджує, що мультимодальні засоби дозволяють транслювати не лише інформацію, але й емоції, сприяючи як емпатії, так і стигматизації мексиканських біженців.

2. Модульна структура комунікації: Медіапростір виступає як модульна система, де кожен модус спілкування – текстувальний, візуальний чи аудіальний – виконує ключову роль у створенні когерентного нарративу, що сприяє адаптації біженців до нового соціального середовища.

3. Політичний та культурний контекст: Символізм фізичних та ідеологічних бар’єрів, таких як «стіна Трампа», функціонує як центральний елемент мультимодального медійного ландшафту, що формує глобальні сприйняття біженців. Використання мультимодальних форматів дозволяє розкрити як конфліктність, так і можливості інтеграції в міжкультурному контексті.

4. Практичні висновки: Результати дослідження підкреслюють необхідність впровадження мультимодальних стратегій у роботу медіа, правозахисних організацій та урядових структур для побудови позитивних нарративів та підтримки адаптації біженців.

Отже, мультимодальний підхід розширює можливості аналізу медіапростору, виступаючи ефективною теоретичною та практичною базою для розуміння соціальних, когнітивних та культурних процесів у кризових умовах. Подальші дослідження можуть зосередитися на розробці мультимодальних стратегій для мінімізації соціальної напруги та посилення інтеграції вразливих груп у глобалізованому світі.

#### Література:

1. Доценко О.Л. Семантико-прагматичний синтаксис: особливості вираження модальності: монографія. Київ : Міленіум, 2006. 226 с.
2. Nørgaard N. Key Terms in Stylistics / N. Nørgaard, B. Busse, R. Montoro. London : Bloomsbury, 2010. 269 p.
3. Aitor Sáez. Migrants in Mexico fear Trump anti-immigration measures. Deutsche Welle. URL: <https://www.dw.com/en/migrants-in-mexico-fear-trump-anti-immigration-measures/video-70768970> (дата звернення: 17.11.2024).
4. Trump pledges to build a wall. Streaming service. CNN. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cBW8mTHDgvk> (дата звернення: 20.11.2024).
5. The Wall is Coming. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/p/BsMBelbFLxd/> (дата звернення 23.11.2024).
6. The Trump wall. *Wikipedia: the free encyclopedia*. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Trump\\_wall](https://en.wikipedia.org/wiki/Trump_wall) (дата звернення 23.11.2024).
7. Trump vows to complete border wall. PBS NewsHour. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wFPMzknVYLY> (дата звернення 10.11.2024).
8. Trump, Mexican president give differing reviews of “wonderful conversation” on border, illegal immigration. CBS News. URL: <https://www.cbsnews.com/news/trump-mexico-president-tariffs-border-immigration/> (дата звернення 28.11.2024).

**Yahodzinska V. Multimodal paradigm of mediaspace of refugees in conditions of social instability: the mexican question**

**Summary.** The article examines the multimodal structures of communications in the media space that shape the sociocultural and information environment of Mexican refugees experiencing social instability caused by the restriction of human rights. The article examines the problem of the dynamics of the integration of Mexican society into the new social environment through media analysis of communication and cultural practices. Particular attention is paid to the role of multimodal media in shaping the perception of Mexican refugees about their lives, social roles and political prospects in the United States. It also examines how the integration of textual, visual, audio and interactive modes forms an adaptive platform for media communication between Mexican refugees and American society. Specific cases of the use of social networks, political discourses, multimodal news formats using video elements, platforms for the exchange of audiovisual content and other media tools that contribute to the formation of an interactive interstate dialogue between Mexico and the United States are analyzed.

The construction of the Mexican wall, known as the “Trump wall”, is considered as a central component of a multimodal media landscape that functions as a symbolic marker of physical and ideological separation, influencing the global perception of Mexican refugees. Separately, cases are examined in which multimodal formats, in particular images of refugees, visualization of border conflicts, audio testimonies and interactive documentary projects, act as catalysts of emotional resonance, contributing to the formation of both empathy and stigmatization in public discourse.

The study is based on an interdisciplinary approach, combining methods of linguistic, cultural and sociological analysis. The article proposes to consider the multimodal media space as a new perspective for studying the media space as a modular system that determines the processes of communication, adaptation and identity in conditions of social instability. The results of the study have practical significance for the media, human rights activists and government institutions that seek to develop strategies to support refugees in the context of increasing challenges of the modern world.

**Key words:** multimodal paradigm, multimodal approach, media space, Mexican refugees, social instability, communicative linguistics, modes of communication.

*Яковенко Н. В.,**старший викладач кафедри романо-германських мов  
Національної академії Служби безпеки України*

## СЕМАНТИЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОЛОРАТИВНИМ КОМПОНЕНТОМ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

**Анотація.** У статті автор представив результати дослідження семантичних аспектів фразеологізмів з колоративним компонентом в англійській мові. Зазначено, що фразеологічні одиниці, які містять лексику на позначення кольору, є потужним стилістичним інструментом і важливим елементом культурної спадщини, яка уособлює народну мудрість, багатство досвіду та демонструє різноманітність засобів мовної виразності. Стаття спрямована на виявлення семантичних характеристик і внутрішніх зв'язків у фразеологізмах, які передають різні концепції через використання колірної лексики. Основою дослідження стали результати аналізу мовних корпусів. Методологічну базу становлять лексикографічний аналіз, семантичний дослідження та методи порівняльної лінгвістики. Зроблено акцент на тому, як колоративні елементи впливають на семантику фразеологізмів, їхню метафоричну насиченість і стилістичну виразність. Особливу увагу приділено взаємозв'язку між семантикою кольору та емоційно-експресивним потенціалом фразеологічних одиниць. Розглянуто культурні аспекти впливу на розуміння таких фразеологізмів, зазначено, що конотації кольорів можуть значно варіюватися залежно від культурного контексту. Це створює потребу в проведенні глибокого культурологічного аналізу для повного і точного розуміння семантичних нюансів. У підсумку дослідження підтверджує існування глибокого зв'язку між мовою, культурою та емоційною сферою. Фразеологічні одиниці з колоративним компонентом в англійській мові відображають складні процеси взаємодії між мовною творчістю та культурними впливами. Результати дослідження підкреслюють багатогранність використання кольорів у фразеології, сприяючи глибокому розумінню лінгвокультурних аспектів англійської мови. Дослідження відкриває нові перспективи для вивчення семантики, культурології та взаємодії мовної творчості з культурним контекстом, що може стати основою для подальших наукових пошуків у цій галузі.

**Ключові слова:** метафора, культурний контекст, фразеологічна одиниця, асоціація, варіативність, експресія.

**Постановка проблеми.** Фразеологізми з колоративним компонентом є важливою складовою англійської мови, оскільки вони відображають ментальність та культурні особливості народу. Колір у англійській мові відіграє значну роль у передачі емоцій, образів та асоціацій. Тому дослідження семантичних аспектів фразеологізмів із колоративним компонентом сприяє кращому розумінню їхньої структури, метафоричності та функції у комунікації. Такі фразеологізми надають мовним висловам експресивності, образності та глибини, значно впливаючи на виразність і зміст мовлення. Їхні семантичні характеристики розкривають емоційні аспекти, культурні конотації та візуальну ефективність мовних виразів.

Вивчення семантики фразеологізмів із колоративним компонентом дозволяє глибше зрозуміти структурні особливості мови та показує вплив британської культури, традицій і сприйняття кольорів на мовлення. Це допомагає усвідомити, які емоційні та комунікативні відтінки вони здатні передати в різних контекстах.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Фразеологія, як важлива частина лінгвістики, широко досліджувалася з теоретичної точки зору. Науковці аналізують фразеологічні одиниці через корпусні дослідження, дискурс-аналіз, вивчають їх роль у лексикографії, а також особливості фразеологічної семантики. Значна увага приділяється вивченню видів семантичних змін, структурно-семантичних і функціональних властивостей ідіом і фразеологізмів. Окрім цього, активно розвивається галузь порівняльної фразеології, що сприяє поглибленому розумінню лінгвокультурних особливостей фразеологізмів у різних мовах [1].

Останніми роками науковці зосередилися на вивченні семантичних характеристик фразеологізмів в англійській мові. Особливий інтерес викликають фразеологізми з колоративним компонентом, оскільки вони вирізняються яскравою виразністю, метафоричністю та культурним значенням. Результати цих досліджень дали змогу краще зрозуміти багатогранність семантики таких фразеологічних одиниць, їхню роль у мовній практиці та вплив на сприйняття мовлення.

Проте проблема всебічного аналізу семантичних характеристик фразеологізмів із колоративним компонентом в англійській мові залишається недостатньо вивченою. У цьому контексті опора на дослідження провідних науковців, таких як М. Домаренко, Л. Кінаш, О. Лупай, К. Палій, Ю. Плетенецька, Я. Тікан, Л. Флорйд, О. Хорош, М. Alsultan, надає теоретичну та методологічну основу для поглибленого аналізу.

**Метою статті** є аналіз семантичних характеристик фразеологізмів із колоративним компонентом в англійській мові, що дозволить розкрити їхню лінгвокультурну значущість та роль у комунікації.

**Виклад основного матеріалу.** Багатозначність кольорів у фразеологізмах часто виходить за межі простого кольорового спектра. Кольори можуть позначати властивості, характеристики або аспекти, які не завжди прямо пов'язані з їхньою природною семантикою. Ця метафоричність збагачує мовлення, робить його виразнішим і більш "кольоровим" як у прямому, так і в переносному сенсі.

Кольори, що входять до складу фразеологізмів, можуть змінювати чи доповнювати їхнє значення, надаючи емоційного або образного виміру. Той самий відтінок кольору може бути спільним для різних фразеологічних одиниць, але його тлумачення залежить від контексту. Семантика вибору

кольору розкривається через принципи метонімії та мовної асоціативності.

Детальний аналіз конотацій кольорів показує, як культурні особливості впливають на сприйняття і трактування фразеологізмів. Це підкреслює важливість урахування культурних нюансів під час вивчення семантики фразеологізмів із колоративним компонентом.

Кольори посилюють емоційний вплив висловів, додають їм глибини та змінюють їхній настрій. Кольорове сприйняття світу знаходить своє відображення в лексичній та фразеологічній системах мови. Різні ставлення до того чи іншого відтінку відображається в образних висловах, ідіомах та приказках, що існують у мові, адже вони акумулюють соціально-історичну, інтелектуальну й емоційну інформацію певного національного характеру. Фразеологізми є досить поширеним засобом вираження образності. Вони допомагають по-іншому сприймати інформацію, впливаючи на людську уяву. Специфіка структури фразеологічних одиниць із колоративним компонентом розкривається через аналіз взаємодії їхніх складових [2].

Розглянемо семантичні характеристики фразеологізмів із колоративним компонентом в англійській мові:

**1. Емоційна виразність.** Фразеологізми з колоративним компонентом мають високу емоційну насиченість. Кольори викликають певні емоції, настрої та асоціації, що додає певного емоційного забарвлення висловам, робить їх більш яскравими та виразними. Різні кольори асоціюються з різними почуттями, посилюючи реакцію слухачів або читачів.

Наприклад, у фразеологізмі *feel blue* («сумувати») компонент *blue* асоціюється зі смутком і передає відчуття печалі. У виразі *see red* («розлютитися») червоний колір символізує гнів або обурення, підкреслюючи інтенсивність емоцій.

Фразеологізми з колоративним компонентом демонструють мовну креативність. Мовці можуть варіювати, трансформувати й комбінувати ці вирази, створюючи нові образи та асоціації. Такі творчі маніпуляції додають гумору, жартівливості й оригінальності мовленню. Ці фразеологізми часто застосовуються у мовних іграх, комедійних ситуаціях або жартівливих репліках. Їхнє несподіване використання створює комічний ефект і робить спілкування більш цікавим та динамічним.

**2. Метафоричність.** Метафора визначається як перенесення значення слова на основі подібності явищ, предметів чи ознак. Особливістю кольорових метафор є участь чотирьох компонентів у їх побудові: це два об'єкти, основний і допоміжний, які співвідносяться між собою (їх називають суб'єктами метафори), і властивості кожного з них. Метафора не лише формує нові мовні конструкції, але й відображає картину світу, використовуючи відомі мовні знаки для позначення нових явищ, тобто для нового денотата використовується відомий мовний знак [3].

Кольорові символи є універсальними, але їхній символізм варіюється залежно від мови. У межах англійської мови ці символи мають специфічні конотації. Наприклад, говорячи про чесну людину, яка завжди діє морально правильно, вживають вираз *white hat* («гарний хлопцев», «позитивний персонаж»); *put out the red carpet (for someone)* («вітати когось із особливими почестями, церемоніями») вживається для позначення дії людини; *green with envy* («зздрити», «ревнувати») – для опису почуттів, емоцій; *keep the bones green* («мати міцне здоров'я») – для опису здоров'я людини; *buy a white horse* («розки-

датися грошима», «марно витратити гроші») – для фінансового стану [4].

Колоративні компоненти у фразеологізмах слугують метафоричними символами, що дозволяють передавати концепції, емоції чи характеристики. Це підкреслює глибоку культурну специфіку англійських фразеологізмів, де кольори стають засобом вираження складних ідей та станів.

**3. Експресивність.** Фразеологізми з колоративним компонентом значно підсилюють виразність мови, додаючи висловом візуальної та емоційної інтенсивності. Вони роблять мовлення яскравішим, більш привабливим і таким, що легко запам'ятовується.

Семіотика кольору є важливим маркером у багатьох сферах людської діяльності. Її характер часто має етноспецифічні риси, що зумовлені історичними, географічними, соціальними, мовними та культурними особливостями нації. Кольорове маркування не лише візуалізує художній образ, але й допомагає актуалізувати комунікативно значущі смисли. У фразеологізмах колір виступає формотворчим чинником, що визначає стиль і сенс вислову, а також може виконувати роль «метафоричного концепту», здатного розвивати естетичні та символічні значення [5].

Наприклад, у фразеологізмі *red-hot* («розпечений», «розлючений до червоного») компонент *red* підкреслює інтенсивність гніву, люті чи роздратування. У вислові *white as a sheet* («білий як полотно») колір *white* передає блідість обличчя, викликану страхом або шоком. Фразеологізми з компонентами-колоронами використовують колір як головний засіб емоційного забарвлення. Ці приклади показують, як англійські фразеологізми стають емоційно насиченими, метафоричними та експресивними завдяки кольоровим компонентам.

**4. Культурна варіативність.** Різні кольори можуть мати різні конотації та асоціації залежно від культурного контексту. Фразеологізми з колоративним компонентом часто набувають унікального значення в різних культурних середовищах, що підкреслює відмінності у сприйнятті кольорів. Це вказує на важливість урахування культурних особливостей під час аналізу та тлумачення таких фразеологізмів.

Наприклад, у багатьох англомовних країнах фразеологізм *green with envy* («зелений від заздрості») асоціюється з ревнощами чи заздрістю. Водночас у деяких культурах, де зелений колір символізує щастя або гармонію, таке значення може викликати плутанину.

В англійському вислові *caught red-handed* («бути спійманим на гарячому») компонент *red* асоціюється зі злочином або кров'ю. Проте в азіатських культурах червоний часто символізує щастя або удачу, що може змінювати семантику вислову. У фразеологізмі *yellow-bellied* («боягузливий, лякливий») колір *yellow* має негативну конотацію, що виражає слабкість чи боягузтво. Водночас у східних культурах жовтий може символізувати благородство, радість або сонце.

Ці приклади демонструють, як культурна варіативність впливає на розуміння фразеологізмів з колоративним компонентом. Різні сприйняття кольорів у різних культурах формують різні асоціації, що визначає їхнє використання та тлумачення.

**5. Переносне значення.** Фразеологізми з колороназвою часто мають переносне значення, яке виходить за межі прямої асоціації з кольором. Наприклад, червоний – це колір крові, і в цьому контексті фразеологізм *see red* («розлютитися») має

переносне значення, що українською перекладається як «очі налилися кров'ю».

Цікаво, що фразеологізми з компонентом *red* можуть здаватися синонімами, але насправді мають різну емоційну тональність або описують різні людські стани. Наприклад, фразеологізм-порівняння *as red as a poppy* («зашарівся, як маків цвіт») описує сором або збентеження; *as red as a beetroot* («червоний від сорому») також вказує на збентеження, але може передавати сильніше емоційне забарвлення; *as red as a lobster* («червоний, як рак») часто використовується для опису шкіри, що почервоніла від спеки чи сонця; *as red as a turkey-cock* («червоний, як індик») підкреслює гнів або обурення; *as red as fire* («вогняно-червоний») акцентує інтенсивність червоного кольору; *as red as blood* («червоний, як кров») асоціюється з драматизмом або сильним почуттям [6]. Ці вислови демонструють, як фразеологізми з кольорами створюють багатий емоційний спектр, допомагаючи передати різні стани, настрої та характеристики.

**6. Культурна символіка.** Символіка кольорів має свої особливості в різних мовах, адже фразеологічні одиниці з колорнімами слугують засобом репрезентації зв'язку кольорів із культурно закріпленими емоційно-психологічними станами. Вони відображають своєрідний «концепт світобачення» певного народу [5].

Наприклад, колір *green* («зелений») у багатьох культурах асоціюється з природою, відновленням і гармонією. В англійських фразеологізмах він найчастіше символізує молодість, свіжість, свободу та природу. Цей колір зазвичай має позитивну конотацію, передаючи поняття доброти, умиротворення, дозволу чи свободи дій. Такі асоціації безпосередньо впливають на сприйняття фразеологізмів та їхню внутрішню семантику.

Різні культури формують власні системи колірної символіки, які можуть суттєво відрізнятися або навіть бути протилежними. Це впливає на тлумачення фразеологізмів. Такі вислови не лише втілюють знання й уявлення певного народу, але й відображають його культурні цінності та вірування.

Розглянемо кілька прикладів: фразеологізм *black sheep of the family* («паршива вівця») позначає людину, яка псує репутацію своєї родини чи спільноти. У багатьох культурах *black sheep* символізує відчуження або відмінність. Однак у деяких культурах чорний колір може асоціюватися з силою, гідністю чи елегантністю, що здатне змінювати семантичний відтінок цього вислову.

Фразеологізм *golden opportunity* («золота нагода») означає рідкісну можливість, яка має велику цінність. У цьому випадку *gold* («золото») асоціюється з чимось цінним, важливим і значущим. Проте в інших культурах золото може мати інші символічні конотації, наприклад, багатство або корупцію, що також може впливати на інтерпретацію вислову.

Ці приклади демонструють, як культурна символіка кольорів визначає значення та сприйняття фразеологізмів. Різні асоціації та символічні значення кольорів у різних культурах формують відмінні інтерпретації та використання фразеологічних виразів, що відображають унікальність кожного мовного середовища.

**7. Мовна образність.** Кольорові компоненти значно підвищують образність фразеологізмів, додаючи тексту візуальну виразність і здатність передавати складні ідеї або стани в одному словосполученні.

Чорний колір у багатьох мовах викликає асоціації з нечистою силою, дияволом або пеклом, що знайшло відображення у таких висловах, як *as black as hell* («чорний, як пекло»), *as black as the devil's heart* («чорний, як серце диявола») чи *as black as the devil's hind foot* («чорний, як нога диявола»). Це також простежується в прислів'ях: *The devil is not so black as he is painted* («Не такий страшний чорт, як його малюють») і *To paint the devil blacker than he is* («Згущувати фарби»). Крім того, часто використовуються образи чорних птахів – ворони чи крука – як символи чогось зловісного: *black as a crow*, *black as a raven* або *black as a crow's / raven's wing* [7].

Такі семантичні характеристики підкреслюють значення фразеологізмів з кольоровими компонентами в англійській мові, демонструючи їхню роль у виразності, мовній культурі та ефективності візуальних асоціацій.

Фразеологізми, які включають кольорові компоненти, є потужним засобом створення яскравих образів і атмосфери в літературних творах. Вони додають тексту глибину й емоційну насиченість, роблячи художній вислів виразнішим та зворушливішим. У поезії такі фразеологізми відкривають нові можливості для гри слів, асоціацій та образів. Вони не лише збагачують мову, але й підсилюють її ритмічні й звукові відтінки, підкреслюючи поетичну природу тексту.

У публічних виступах фразеологізми з кольоровими компонентами допомагають акцентувати увагу на ключових ідеях, підкреслювати емоційність висловлювань і забезпечувати їхню запам'ятовуваність. Вони сприяють залученню аудиторії, надаючи промові виразності й переконливості. Такі фразеологізми активно використовуються в англійських медіатекстах, які набувають все більшої популярності завдяки розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Вони роблять текст яскравішим і привабливішим, допомагаючи висловити думки та емоції в обмеженому просторі, наприклад, у соціальних мережах чи заголовках новин [8].

**Висновки.** Отже, фразеологізми з колоративним компонентом відіграють ключову роль у формуванні виразності, метафоричності та культурної специфіки мови. Вони демонструють багатогранність сприйняття кольору в різних культурах, слугуючи засобом передачі емоцій, настроїв та асоціацій. При цьому значення кольорів може суттєво змінюватися залежно від культурного контексту: те, що сприймається як позитивне в одній культурі, може мати негативний відтінок в іншій. Це накладає певні обмеження на взаєморозуміння між носіями різних мов, але водночас відкриває цікаві перспективи для міжкультурних досліджень.

Результати роботи підкреслюють важливість подальшого вивчення фразеологізмів з компонентом-колоронімом, що дозволить глибше розкрити їхні семантичні та лінгвокультурні особливості. Такі дослідження можуть стати цінним внеском у розвиток фразеології, лінгвістики та культурології. Крім того, матеріали цієї статті можуть знайти практичне застосування у викладанні та вивченні англійської мови, особливо у контексті міжкультурної комунікації.

#### Література:

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

2. Alsultan M. Colour idioms: phraseological units with the colour designation component. *QALAAI ZANIST JOURNAL*, 2020. № 5 (4). P. 820–836.
3. Флойд Л. Лінгвоментальна специфіка непрямих назв кольорів (на матеріалі іспанської, англійської, української, російської мов): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.15. Одеса, 2014. 21 с.
4. Палій К. В., Домаренко М. В., Лупай О. Ю. Колоративи у фразеології та пареміях англійської мови. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвуз. зб. наук. пр. молодих вчених Дрогоб. держ. пед. ун-ту ім. Івана Франка*. Дрогобич: Гельветика, 2022. № 56. Т. 4. С. 199–206.
5. Плетенецька Ю. М. Функціонування референтів білого та чорного кольору в індивідуальній картині світу Ч. Дікенса та їх україномовна репрезентація. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2017. № 9 (3). С. 94–99.
6. Хорош О. Фразеологізми з компонентом-колоронімом red та white як засіб характеристики людини. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 2020, № 30. Т. 3. С. 152–156.
7. Кінаш Л. Я. Семантичні групи фразеологізмів із колірним компонентом. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер.: Філологічна*. 2013. № 37. С. 136–139.
8. Тікан Я. Функціонування фразеологічних одиниць з колористичним компонентом в англомовних медіатекстах. *Advanced Linguistics*. 2020. № 5. P. 33–40.

**Yakovenko N. Semantic characteristics of phraseological units with a colour component in the English language**

**Summary.** In the article the author presents the results of the study of semantic aspects of phraseological units with colour components in the English language. It is noted that phraseological units containing colour-related vocabulary

are a powerful stylistic tool and an important element of cultural heritage that embodies folk wisdom, richness of experience and demonstrates a variety of expressive means. The article is aimed at identifying semantic characteristics and internal relations in phraseological units that convey different concepts through the use of colour vocabulary. The study is based on the results of the analysis of language corpora. The methodological basis is lexicographic analysis, semantic research and methods of comparative linguistics. The emphasis is placed on how colour elements influence the semantics of phraseological units, their metaphorical richness and stylistic expressiveness. Particular attention is paid to the relationship between the semantics of colour and the emotional and expressive potential of phraseological units. The author considers the cultural aspects of influence on the understanding of such phraseological units and notes that the connotations of colours can vary significantly depending on the cultural context. This creates the need for an in-depth cultural analysis for a complete and accurate understanding of semantic nuances. The study confirms the existence of a deep connection between language, culture and the emotional sphere. Phraseological units with a colourful component in English reflect the complex processes of interaction between linguistic creativity and cultural influences. The results of the study emphasise the versatility of the use of colours in phraseology, contributing to a deeper understanding of the linguistic and cultural aspects of the English language. The study opens up new perspectives for the study of semantics, cultural studies and the interaction of linguistic creativity with cultural context, which can become the basis for further research in this area.

**Key words:** metaphor, cultural context, phraseological unit, association, variation, expression.



**Бартіш С. В.,**

кандидат філологічних наук,

викладач кафедри української та зарубіжної літератур і методик їх навчання  
Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

## ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ДІТЕЙ / ДИТЯЧА ЛІТЕРАТУРА В КОНТЕКСТІ ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧИХ СТУДІЙ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ

**Анотація.** У статті досліджено розвиток літератури для дітей / дитячої літератури як окремого напрямку літературного мистецтва, який довгий час залишався поза увагою науковців. Описується еволюція термінології, зокрема різниця між поняттями «дитяча література» (твори, написані дітьми) та «література для дітей» (твори, адресовані дитячій аудиторії), які часто вживаються як синоніми. Підкреслено, що дитяча література окремим феноменом, який потребує комплексного підходу та врахування унікальних аспектів дитячої психології й соціалізації. Науковці акцентують на тому, що дитяча література формується на перетині трьох компонентів: самих творів, дитячого читання та фізичної книги, створеної з урахуванням потреб молодшого читача. Водночас, дитяча література не лише задовольняє інтереси дитини, а й закладає суспільно значущі цінності, формуючи свідомість своїх читачів. Дискусії між дослідниками також стосуються питання взаємодії мистецтва і педагогіки в дитячій літературі. Західні літературознавці, наприклад, наголошують на комунікативній функції літератури для дітей, акцентуючи на створенні діалогу між поколіннями, тоді як вітчизняні дослідники часто підкреслюють дидактичний аспект, вбачаючи органічне злиття виховного потенціалу з художньою формою. Автори досліджують дитячу літературу з різних підходів. Педагогічний підхід розглядає дитячу літературу як засіб виховання і навчання дітей, акцентуючи на дидактичній функції творів. Психологічний підхід зосереджується на вікових характеристиках реципієнта, що визначають спосіб сприйняття та зміст дитячих творів, тоді як рецептивно-естетичний підхід підкреслює значення взаємодії між автором і дитячою аудиторією, акцентуючи на «дитячому коді» у текстах. У статті також йдеться про значення дитячої літератури для соціалізації та передачі культурних цінностей, що закладаються дорослими письменниками. Дитяча література постає важливою частиною загальної літератури, що допомагає розвивати пізнавальні здібності дітей, естетичний смак і мовні навички, створюючи основу для формування ціннісних орієнтирів у підростаючого покоління.

**Ключові слова:** дитяча книга, дитяча література, дитяче читання, дитячий твір, література для дітей, педагогічний підхід, психологічний підхід, рецептивна естетика.

**Постановка проблеми.** Тривалий час література для дітей перебувала поза увагою літературознавців. І теоретично, і практично існування дитячої літератури визнавалось *de facto*. Намагання осмислити це явище та описати його в адекватних термінах наражалося на вагання та неприйняття. Існування та специфіка дитячої літератури іноді просто заперечувались.

На сьогодні в напрямку теоретичного осмислення різних аспектів літератури для дітей здійснено низку досліджень. Науковці У. Гнідень, Т. Качак, В. Кизилова, Л. Мацевко-Бекерська, О. Папуша, Б. Салюк, М., Б. Шалагінов та ін. намагаються обґрунтовано пояснити вживання термінів «дитяча література», «література для дітей», визначити місце позначуваних ними понять у теоретико-літературному дискурсі, зрозуміти специфіку написання та сприйняття текстів, адресованих дітям, окреслити іманентні ознаки літератури для дітей та запропонувати підходи її вивчення.

**Мета статті** – зробити загальний огляд понять «література для дітей» і «дитяча література», проаналізувати основні підходи, які застосовують у дослідженнях цієї галузі словесного мистецтва.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У літературознавчому словнику-довіднику за редакцією Р. Гром'яка література для дітей тлумачиться як «художні, науково-популярні та публіцистичні твори, написані письменниками безпосередньо для молодшого читача різних вікових категорій починаючи з дошкільнят» [1, с. 398], а дитяча література розуміється як «література, творена безпосередньо дітьми» [1, с. 198]. Проте в сучасних літературознавчих дослідженнях терміни «дитяча література» та «література для дітей» подекуди вживають як синоніми. Т. Качак у поняття «дитяча література» закладає «вузьке (твори, написані дітьми) і широке значення (твори, написані для дітей)» [2, с. 15]. Про це свідчать і тлумачення термінів «дитяча література та «література для дітей» у сучасному літературознавстві. У «Лексиконі загального та порівняльного літературознавства» подається таке трактування: «Дитяча література – художні, наукові, науково-популярні твори, які написані для дітей. Найчастіше в це поняття включаються також твори «дорослої літератури», що назавжди ввійшли в коло дитячого читання. Дитяча література – це та література, що відповідає рівневі знань, життєвого досвіду, психологічному розвитку дитини й має відповідну тематику й поліграфічне оформлення. Специфіка дитячої літератури зумовлюється віковими особливостями читачів, адресується дітям певних вікових груп... Твори для кожної вікової групи мають жанрові й художні особливості, відповідну тематику. Дитяча література допомагає читачам краще усвідомити актуальність сьогодення, пізнати минуле, розширює кругозір, збагачує знаннями, розвиває мову, пам'ять, естетичний смак. До дитячої літератури належить низка творів усної народної поезії (міфи, казки, пісні, приказки, загадки), а також літературні казки. Її систематично поповнюють твори для дорослих (чи повні тексти, чи адаптації)...» [3, с. 149].



У навчальному посібнику «Українська дитяча література» Л. Кіліченко йдеться про те, що дитяча література є органічною, хоч і специфічною частиною всієї художньої літератури. «Література для дітей – вічнозелена гілка, парость художньої літератури, що відповідає віковим особливостям дитини, враховує її вразливість й емоційність, безпосередність та довірливість у сприйманні дійсності і людей, допитливість» [4, с. 9].

Посібник з української дитячої літератури Д. Білецького містить таке трактування дитячої літератури та її специфіки: «... Дитяча літературою... є органічною частиною всієї художньої літератури і всіма своїми засобами здійснює спільну всієї літературі мету – виховує молоде покоління... Отже, дитяча література – невіддільна від загального літературного процесу: вона формується на ґрунті загальної художньої літератури, тобто літератури для дорослих, на основі законів педагогіки і психології і здійснює єдність принципів мистецтва і педагогіки... [5, с. 8].

У дисертації О. Папуші «Наратив дитячої літератури: специфіка художнього дискурсу» відповідь на питання про те, що таке дитяча література, подана як цілком очевидна та елементарна – «те, що читається дітям чи дітьми». «Дитяча література – певна сукупність літературних творів, створених (адаптованих) для дітей із цілком певною метою: звертатися до дитячої уяви, емоцій та почуттів, впливати на дитячі пізнавальні здібності, розвивати смаки та вподобання, розважати дитину» [6, с. 8]. Але, аналізуючи дефініції з різних джерел, О. Папуша звертає увагу на «нетермінологічний характер цілком сформованого поняття». Як недоліки дослідниця називає ряд семантичних дублетів («дитяча література» – «література для дітей» – «література для дітей та юнацтва» – «література дитячого кола читання»); зазначає, що зміст цих визначень охоплює поняття не лише «художньої літератури», а й того, що за своєю суттю не є «літературою» (абетки, розмалюйки, читанки, енциклопедії тощо); підкреслює акцентування суто «педагогічного» виокремлення виховних та дидактичних функцій дитячої літератури («розвивати», «навчати», «повідомляти» тощо замість «розважати», «вітшати», «дарувати задоволення»), однак цілком справедливо відзначає «культурологічне значення дитячої літератури у процесах культурації, соціалізації дітей у суспільстві» [6, с. 11]. Такий аналіз понять приводить дослідницю до невтішних висновків: «зімплікована ідея комунікативної природи цього явища не розгортається в осмислення специфіки комунікативного коду, природи естетичної функції дитячої літератури» [6, с. 11–12]. Тому, розмірковує далі О. Папуша, «дитяча література» виникає на перетині трьох уявлень – про *дитячий твір* (як результат цілеспрямованої діяльності письменника), *дитяче читання* (як взаємодію дитини з текстом твору – читання, слухання, перечитування, переказування, доповнення і т.д.) та *дитячу книгу* (як канонізовану форму, фізичний спосіб існування твору)». «Таким чином, дітям пропонується результат *дорослої креативності і дорослого вибору*, але цей результат називається «дитяча література» [6, с. 13]. Дослідниця нагадує всім відомий факт, що «дитяча література» складається не з того, що читають діти, а формується тим, що діти *повинні* читати [6, с. 13]. У сучасному літературознавстві, розмірковує О. Папуша, існують спроби звести до єдиної форми поліморфні явища дитячої літератури, складність походження, розвитку і функціонування літератури для дітей пояснити її «педагогічною необхідністю», а специфіку – «психоло-

гічною достовірністю», установлюючи тим самим норми для кола дитячого читання і принципів творення художніх текстів для дітей. Тому «дитяча література, з одного боку, – це назва реальної форми літературного буття, а з іншого – ціннісне судження, метамовна *фігура*:

- *етимологічна* (опірне слово вимагає літературознавчого контексту);

- *кондиційна* (онтологічна визначеність не може обійти соціальної природи явища як процесу і продукту суспільної комунікації, що загалом включене у широку антропологічну перспективу культурної трансляції досвіду, однак під дією повсякденних стереотипів й впливом інших суспільних дискурсів редукується до проекту такого собі «педагогічного монологу» засобами слова, у тому числі й художнього, яке дитину з суб'єкту розвитку перетворює на об'єкт впливу);

- *маргінальна* (потребує додаткового обґрунтування та нових, ще не зовсім відрефлексованих координат: «тип культури / тип естетичної свідомості»; «література / не-література»; «літературне буття / буття книги»))» [6, с. 13].

Президент Центру дослідження літератури для дітей та юнацтва У. Гнідець наголошує, що сьогодні література для дітей та юнацтва як предмет дослідження не лише розглядається крізь призму педагогічно-виховної функції, а й сприймається літературознавцями як явище, котре заслуговує на особливу увагу. Дослідниця розглядає літературу для дітей «як самобутній, самодостатній феномен, який є специфічним, очевидно, вже тому, що його комунікативний код заздалегідь закладений у звороті для дітей / юнацтва». Не погоджуючись з О. Папушею, що особливість дитячої літератури визначається «позалітературною реальністю – суспільними нормами, цінностями, уявленнями про соціальну стратифікацію» [7, с. 27], У. Гнідець визнає, що розуміння явища дитячої літератури «безпосередньо пов'язане з панівними ідеями суспільства щодо дитинства: що таке діти, хто вони такі, як і що саме їм потрібно читати. Саме ідеї актуального, близького дітям соціуму, його розуміння, форми існування та співіснування в ньому дітей та дорослих, закладаються дорослими письменниками безпосередньо у тексти для дітей та юнацтва» [7, с. 27–28]. За допомогою цих текстів як носіїв певної ідеологічної системи суспільство намагається закласти певні цінності у свідомість дитини, зауважує дослідниця [7, с. 28]. Аналізуючи праці вітчизняних та зарубіжних науковців, У. Гнідець робить висновки, що «тим часом як для зарубіжного літературознавства основною характерною функцією дитячої літератури є комунікативна, а педагогічні настанови повинні бути назавжди витіснені рівноправ'ям дітей та дорослих та налагодженням доброзичливого діалогу між ними, віднаходженням порозуміння у єдиному часовимірі, наші дослідники здебільшого дотримуються думки, що «органічне злиття мистецтва і педагогіки є основною характерною рисою дитячої літератури» [7, с. 32].

Складність визначення поняття «література для дітей» / «дитяча література» свідчить про його багатовимірність та динамічність. Дитяча література інтегрує в собі твори, створені як для дітей, так і твори, що стали частиною дитячого читання завдяки своїй універсальності. Її специфіка полягає не лише у врахуванні вікових та психологічних особливостей читача, а й у здатності доносити важливі ідеї мовою, зрозумілою й близькою дітям. Водночас важливо, щоб література для дітей не зводилась виключно до інструменту виховання чи

педагогічного впливу. Її справжня цінність полягає у здатності пробуджувати увагу, емоції, естетичні переживання та любов до читання, що залишаються з дитиною на все життя. Саме у гармонійному поєднанні освітньої, розважальної та естетичної функцій розкривається її найглибший сенс. Лише за умов такого підходу дитяча література виконує свою ключову місію – виховання любові до читання та формування культурного й духовного світогляду майбутніх поколінь.

Як бачимо, дитяча література є унікальним феноменом, який перебуває на перетині художньої творчості, педагогіки, психології та культурології. Вона не тільки задовольняє потреби юних читачів у пізнанні, розвагах та естетичній насолоді, а й відіграє важливу роль у формуванні їхнього світогляду, моральних цінностей та соціальних навичок.

Ми цілком погоджуємось із Б. Салюк, що «основним питанням, що хвилює літературознавчу думку, стає не вибір єдиного загально визнаного терміну, який би задовольнив усіх учасників наукової дискусії, а проблема оптимального підходу до студіювання дитячої літератури, що відповідав би сучасному станові філологічної науки та розширив методологію досліджень художніх творів для дітей і про дітей» [8, с. 10].

Дослідниця з Болгарії М. Славова, проаналізувавши праці своїх попередників, виокремила основні підходи, які застосовують у дослідженнях дитячої літератури:

1) *педагогічний підхід* розглядає дитячу літературу як допоміжний засіб у навчанні та вихованні дітей. Хоча «літературний дидактизм» вважається пройденим етапом у розвитку дитячої літератури, дидактичний критерій на підставі вікової дистанції між автором та реципієнтом і до сьогодні «претендує на роль одного із основоположних критеріїв цієї літератури» [9, с. 91]. Дослідниця наголошує, що мається на увазі «дидактичність як незмінна особливість твору, призначеного для дітей, а не відверта дидактика, синонім напоумлення, моральної проповіді, які протипоказані дитячій літературі і від яких відмовилася теорія і критика» [9, с. 10];

На виховній функції дитячої літератури наголошує й українська дослідниця Н. Богданець-Білокаленко. Вона зауважує, що дитяча література відіграє велику роль у вихованні духовно багатого та національно свідомого підростаючого покоління. Дослідниця зазначає, що «саме через літературу, через рідне слово дитина духовно поєднується зі своїм народом, знайомиться з історією, культурою своєї землі, вчиться розуміти Добро, Красу, Любов. Художнє слово збагачує дитину досвідом, сприяє вихованню естетичних смаків, а в старшому віці – формуванню високих духовних цінностей» [10, с. 11].

2) *психологічний підхід* вважає вікові особливості реципієнта та природу авторського хисту основними критеріями дитячої літератури. Відповідно до цього підходу, «дитяча література – це література, призначена для особливого читача (дитина чи підліток), чий вікові характеристики вимагають певних якостей від твору та письменника» [9, с. 10], тобто «вміння письменника адаптуватися до дитини-читача та знаходити з нею спільну мову разом з глибоким пізнанням дитячого світу та врахування динаміки і перспектив його розвитку мають велике значення в успішній творчості для дітей» [9, с. 11];

3) *рецептивна естетика* розглядає під терміном «дитячий аспект» фактор публіки як конститутивну силу в літературі для дітей. М. Славова висловлює думку, що «віковий критерій у дитячій літературі моделює особливий тип естетичної кому-

нікації між письменником (дорослим) та реципієнтом (підлітком). В процесі цієї комунікації дорослий актуалізує дитяче у собі і прагне до творчої реалізації через дитячий код, а дитина стає його «співатором» із вирішальним голосом при виборі репертуару та стратегій тексту, які забезпечують його «потенціал сприйняття». Дитячий аспект і визначає протоестетичну специфіку дитячої літератури» [9, с. 12].

Ми вважаємо, що розрізнення цих підходів є важливим для глибшого розуміння природи дитячої літератури, ефективного створення текстів і врахування потреб реципієнтів. Кожен підхід зосереджується на специфічному аспекті літератури для дітей, тому їх окремих розгляд дозволяє комплексно охопити весь спектр характеристик, які формують цю літературу, зокрема:

*Педагогічний підхід*: Важливо окремо вивчати цей підхід, щоб усвідомити роль літератури як засобу навчання й виховання. Лише розуміння педагогічного впливу тексту допомагає уникнути надмірної дидактики, яка може зробити літературу нецікавою для дітей. Водночас педагогічний аналіз дозволяє письменникам та педагогам інтегрувати навчальні елементи у творчість органічно, без шкоди для художності.

*Психологічний підхід*: Цей підхід звертає увагу на вікові та психологічні особливості дитячої аудиторії, що є критично важливим для створення текстів, які будуть зрозумілими, цікавими та емоційно близькими для дітей. Без врахування цього аспекту автор може не досягти належного контакту з аудиторією, а твір ризикує втратити актуальність або стати неприйнятним для дітей певного віку.

*Рецептивна естетика*: Дослідження літератури крізь призму взаємодії між автором і читачем допомагає зрозуміти, як саме дитина сприймає текст і як текст впливає на її естетичний розвиток. Цей підхід акцентує увагу на важливості інтерактивності й участі читача в процесі «творення» сенсів. Без рецептивного аналізу література ризикує втратити свій зв'язок із аудиторією та її потребами.

Кожен із підходів має свої специфічні методи аналізу, критерії оцінки й практичні рекомендації для створення текстів. Їх розмежування дозволяє глибше дослідити літературу в різних аспектах; врахувати всі елементи, які роблять текст цікавим, зрозумілим і корисним для дитини; створювати літературу, яка буде одночасно педагогічно цінною, психологічно адаптованою та естетично привабливою. Розділення цих підходів дозволяє знайти баланс між функціями дитячої літератури, забезпечуючи її комплексний вплив на розвиток дитини.

Плідною, на нашу думку, є орієнтація теорії дитячої літератури на концепції про дитинство й субкультуру дитинства, про які згадує М. Славова, адже цей напрям не лише «розглядає уявлення про дітей і дитинство в усій літературі та культурі» (Річард Флін), а й аналізує, як суспільні та культурні ідеї про дитинство визначають корпус текстів для дітей та яким чином дитяча література транслює суспільні уявлення та зразки поведінки [9, с. 12]. Бо, як справедливо зауважує Б. Шалагінов, «предмет дитячої літератури складають, крім самих текстів, педагогічні, фізіологічні, лінгвістичні та соціологічні аспекти, тому таким важливим є визначення для кожної епохи психологічних та фізіологічних меж дитинства, а, отже, і специфіки естетичних потреб дитини» [11, с. 47]. Незаперечним залишається факт, що в дослідженні дитячої літератури необхідно враховувати соціально-культурний контекст її розвитку, оскільки

дитяча література – це «явище, що перебуває в постійному історичному розвитку» [11, с. 46].

**Висновки.** Дитяча література / література для дітей є багатовимірними явищами, які відображають складну взаємодію між мистецтвом, педагогікою та суспільством. Це складний і багатогранний феномен, що інтегрує в собі твори, створені як для дітей, так і для дорослих, але які завдяки своїй універсальності стали частиною дитячого читання. Її визначення охоплює художню, педагогічну, психологічну та культурологічну складові. Дитяча література поєднує в собі освітню, виховну, розважальну та естетичну функції. Її мета полягає не лише у формуванні світогляду, моральних цінностей та соціальних навичок у дітей, а й у розвитку уяви, емоцій та естетичних смаків.

Дослідження дитячої літератури ґрунтується на кількох основних підходах: педагогічний, психологічний та рецептивна естетика. Успішна дитяча література потребує глибокого розуміння світу дитини, врахування її психології та вікових особливостей. При цьому важливо зберігати баланс між освітньою і розважальною складовими, не зводючи дитячу літературу до інструменту педагогічного впливу. Література для дітей як явище виникає на перетині художньої творчості, педагогіки, психології та культурології, що робить її важливою як для літературного процесу, так і для суспільства загалом.

#### *Література:*

1. Літературознавчий словник-довідник / за ред. Р.Т. Гром'яка, Ю.І. Коваліва, В.І. Теремка. Київ: Академія, 2006. 752 с.
2. Качак Т. Інтерпретаційні аспекти художніх текстів для дітей. *Література. Діти. Час. Вісник Центру дослідження літератури для дітей та юнацтва*. Тернопіль, 2012. Вип. 3. С. 14–19.
3. Лексикон загального та порівняльного літературознавства / за ред. А. Волкова, О. Бойченка, І. Зварича та ін. Чернівці: Золоті литаври, 2001. 636 с.
4. Кіліченко Л.М. Українська дитяча література: навч. посібник. Київ: Вища школа, 1988. 264 с.
5. Білецький Д.М. Ступак Ю.П. Українська дитяча література. Київ: Рад. школа, 1963. 263 с.
6. Папуша О.М. Наратив дитячої літератури: специфіка художнього дискурсу: дис. ... канд. філол. наук: 10.01.06. Тернопіль, 2004. 236 с.
7. Гнідець У. Концептуалізація розуміння сучасної літератури для дітей та юнацтва у світлі наукової критики. *Література. Діти. Час. Вісник Центру дослідження літератури для дітей та юнацтва*. Тернопіль, 2011. Вип. 1. С. 25–35.
8. Салюк Б.А. *Regretium mobile* дитячої літератури: типологія традиційних образів дитини-бешкетника: монографія. Донецьк: ЛАНДОН ХХІ, 2013. 216 с.

9. Славова М. Попелюшка літератури у дзеркалі науки. *Теоретичні аспекти літератури для дітей*. Київ, 2002. С. 7–16.
10. Богданець-Білокаленко Н. Дитяча література як важливий складник у вихованні толерантності дітей дошкільного віку. *Acta Pedagogica Volynienses*, 2023. Вип. 1. С. 10–17.
11. Шалагінов Б. Дитяча література: до питання історичної періодизації. *Слово і час*. 2013. №7. С. 46–53.

#### **Bartish S. Literature for Children / Children's Literature in the Context of Literary Studies: Theoretical and Methodological Bases**

**Summary.** The article deals with the development of literature for children/children's literature as a separate direction of literary art, which for a long time remained outside the attention of scientists. The evolution of terminology is described, in particular, the difference between the concepts of «children's literature» (works written by children) and «literature for children» (works addressed to a children's audience), which are often used interchangeably. It is emphasized that children's literature is a separate phenomenon that requires a comprehensive approach and consideration of unique aspects of children's psychology and socialization. Scientists emphasize that children's literature is formed at the intersection of three components: the works themselves, children's reading, and a physical book created considering the needs of a younger reader. At the same time, children's literature not only satisfies the child's interests but also lays down socially significant values.

Discussions between researchers concern the issue of the interaction of art and pedagogy in children's literature. Western critics emphasize the communicative function of literature for children, emphasizing the creation of dialogue between generations. In contrast, domestic researchers often stress the didactic aspect, seeing the organic fusion of educational potential with artistic form. The authors explore children's literature from different approaches. The pedagogical approach considers children's literature as a means of raising and teaching children, emphasizing the didactic function of the works. The psychological approach focuses on the age characteristics of the recipient, which determine the way of perception and the content of children's works, while the receptive-aesthetic approach emphasizes the importance of interaction between the author and the children's audience, emphasizing the «children's code» in the texts. Children's literature becomes an important part of general literature, which helps to develop children's cognitive abilities, aesthetic taste, and language skills.

**Key words:** children's book, children's literature, children's reading, children's work, literature for children, pedagogical approach, psychological approach, receptive aesthetics.

*Бурко О. В.,**кандидатка педагогічних наук,  
доцентка кафедри педагогіки та психології  
ПВНЗ «Український гуманітарний інститут»**Івончак Н. Д.,**аспірантка кафедри української літератури  
Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича*

## ЛИСТИ ОЛЬГИ КОБИЛЯНСЬКОЇ ДО КИЇВСЬКИХ АДРЕСАТІВ ЯК СКЛАДНИК «ТВОРЧОЇ АВТОБІОГРАФІЇ»

**Анотація.** У статті наголошено на непроминальній постаті Ольги Кобилянської, яка залишила гідний подиву епістолярій. Уводимо в науковий обіг листівку (1903) та листи Ольги Кобилянської, адресовані киянам – Борисові Грінченку (1903), Володимирові Науменку (1903) та всій редакції «Київської старини» (1904).

У фонді Бориса Грінченка ІР НБУВ збережені, але неопубліковані два листи та листівка, що пов'язані з іменем Ольги Кобилянської. На підставі аналізу спогадів Миколи Чернявського про спільну працю його, Михайла Коцюбинського і Бориса Грінченка над виданням «Дубове листя» на честь Пантелеймона Куліша виявлено, що у листі Бориса Грінченка до письменниці, датованому 06 листопада 1903 року, йшлося саме про цей альманах. Підтвердженням нашого здогаду є також лист-подяка Ольги Кобилянської – Борисові Грінченку від 26 травня 1903 року. На основі епістоли адресат одержав можливість видати свої твори німецькою мовою, як і інші українські автори. Пізніше він опублікував статтю-некролог «Пам'яті Романа Сембратовича» (1906), відзначивши його роль у боротьбі українців за національне існування. Великий Просвітник ознайомлював читачів із поезією Генріха Гейне та Йоганна Вольфганга фон Гете, розмістивши переклади у збірці віршів «Під хмарним небом» (1893). Порівняльний аналіз листа Ольги Кобилянської (листопад 1903 року) та вступного слова автора збірки «Під хмарним небом» підтвердив здогади про те, що Борис Грінченко переслав письменниці саме цю книгу. Напис адресантки на листівці від 26 лютого 1903 року свідчить про глибоку повагу письменників.

У колекції Ольги Кобилянської в ІР НБУВ виявили неопублікований лист від 01 січня 1904 року, адресований редакції «Київської Старини». Він засвідчує факт подачі письменницею новели «Ніоба» до друку в це видання. Відомо, що редактори вперше опублікували твір у «Київській Старині» (1905), ТТ. 89–90. Вони реалізували прохання адресантки – надрукували наприкінці новели присвяту «високоповажаному Ц. К. санітарному совітникови і доцентові д-ру Фридриху Маєрови».

Нововиявлені епістоли Ольги Кобилянської, адресовані киянам Борисові Грінченку, Володимирові Науменку та всій редакції «Київської Старини», можуть поповнити скарбівню епістолярію авторки. Вони виокремлюють її «творчу автобіографію».

**Ключові слова:** адресат, адресант, лист, листівка, «Київська Старина».

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** Знаковою подією в літературному процесі України стало 10-томне зібрання творів Ольги Кобилянської, здійснене завдяки подвижницькій праці учених кафедри української літератури Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, співробітників Чернівецького літературно-меморіального музею Ольги Кобилянської та колективу Видавничого Дому «Букрек». Відповідно до плану-проспекту у десятому томі упорядники готують до друку понад 500 листів письменниці (у п'ятитомному виданні 1962–1963 рр. їх лише 216).

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спираються авторки.** У архіві Миколи Шудрі, знаного журналіста з Приірпіння, зберігся рукопис вступної статті «В любові я глибока, як смерть...» до публікації листів Ольги Кобилянської (1997) [1, с. 3]. Автор зосередив увагу на її автобіографії «Про себе саму», написаній на прохання проф. Степана Смалья-Стоцького (15/12 почато – 17/12 закінчено 1921 р.). Письменниця в них розговорилася: «Я писала, коли любила, писала, коли терпіла, писала, коли не находила вдоволення знадвору бажань моїх особистих, коли бачила кривду, заподіяну як людям, як звірятам, цвітам і птахам, писала, коли переймалася великими ідеями про визволення жінки, ідеєю соціалізму, ідеєю націоналізму, патріотизму, який зміцнила в мене Леся Українка» [1, с. 3].

Деякі аспекти її «творчої автобіографії» простежуємо в епістолярії. Анатолій Антофійчук дослідив, що «Комунікативні наміри прохання, вибачення, подяки та ін. Ольги Кобилянської оформлені різними синтаксичними побудовами, до складу яких входять обов'язкові компоненти епістолярної комунікації, як-то: етикетні формули, звертання, графічне оформлення епістолярної інформації тощо» [2, с. 12]. Вона вдавалася до них, надсилаючи епістоли із Чернівців до Києва. До кола її адресатів уходили Борис Грінченко та Володимир Науменко.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття.** Нововиявлені листи Ольги Кобилянської, адресовані киянам Борисові Грінченку, Володимирові Науменку та всій редакції «Київської старовини», можуть поповнити скарбівню епістолярію авторки.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання):**

- обґрунтувати потребу україномовних книжок у Буковині;
- з'ясувати, які видання пересилав Борис Грінченко Ользі Кобилянській з Києва до Чернівців;
- ввести в науковий обіг листівку та листи Ольги Кобилянської, адресовані киянам Борисові Грінченку (1903), Володимирові Науменку (1903) та всій редакції «Київської старини» (1904).

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** На зламі ХХ століття буковинці мали потребу в україномовних книжках. Осип Маковей у «Листах з Буковини» обґрунтував її: «...австрійський уряд, як захопив край, у свої залізні руки, то більш як сто років не давав нічого ані українцям, ані волохам (*молдаванам, О. Б., Н. І.*), тільки все понімечив, усюди позаводив німецьку мову: і в уряди, і в школи» [3, с. 2]. Важливе значення для нашого дослідження мають зізнання Ольги Кобилянської про стан просвіти в краї: «Про читання українських книжок не було мови. Залізничі в той час не курсували, книгарень не було, засобів до закуплення їх не було, тому, крім часопису «Слово» і руської книжки або брошури якої, що десь-не-десь принагідно попадали до наших рук, – не доходило до нас нічого» [4, с. 232].

Поділяємо думку Ярослави Мельничук: «Нехай невідоме стане знаним і збагатить лектуру нинішнього читача!» [5, с. 8] і вводимо в науковий обіг листівку та листи письменниці про можливість ознайомлюватися з україномовними виданнями.

Теплими і зворушливими є написи Ольги Кобилянської на листівці та рядки листа Борисові Грінченку, які свідчать про взаємні симпатії і глибоку повагу письменників. Подаємо текст нововиявленої листівки Ольги Кобилянської [*правпис адресантки зберігасмо – О. Б., Н. І.*]:

«Київ, вул Гоголевська, № 9.

Чернівці. 26 лютого. 1903.

Високоповажаний Добродію!

Книжку Вашу одержала і дуже приязно дякую, що не забули нас теж. Як подужаю, то хочу прочитати. Я через предків хора лежала. Пишусь з поважанням Ольга Кобилянська [6].

Здогадно, йшлося про альманах «Дубове листя» на честь П. Куліша. Залишилися спогади Миколи Чернявського про спільну працю його, Михайла Коцюбинського і Бориса Грінченка над виданням: «Я подав ініціативу, Грінченко, як великий прихильник Кулішів, ініціативу цю піддержав, Коцюбинський, хоч і відносився досить негативно до Куліша, зацікавився самою ідеєю видання альманаха. І разом утрюх ми взяли за роботу. І тут я зараз почув різницю між Грінченком і Коцюбинським, як взагалі щодо розуміння й оцінки творів і письменників, так, головним чином, щодо їх мови. Коцюбинського принадувала в творах, так мовити, їх екзотичність, часом, штучність, взагалі те, що здавалось йому новим і оригінальним. Грінченкові більше подобались твори вільні від штучності, він любив писання реальне, правдиве й доступне широким масам. Щодо мови, Коцюбинський був прихильником мови західноукраїнської й почасти галицької, а Грінченко навпаки.

Наш альманах ми склали для широкого кола читачів України й тому рішили щодо мови, то вона повинна бути приступною саме для них. Тому ми підбирали й відповідний матеріал, або, коли мова декотрих авторів нас не задовольняла, прохали їх виправити її або подекуди й самі це робили.

Не обійшлося тут, звичайно, й без непорозумінь з авторами й випадів з їхнього боку. Хоч ми не хотіли кого-небудь ображати, бажали тільки зостатись на наміченій нами позиції. Пригадую про це, щоб зазначити одну з характерних рис Грінченка, то – бажання його одвоювати Україні відповідне її силам і засобам місце в загальноукраїнському житті й поступі» [7, с. 22–23].

Підтвердженням нашого здогаду є також лист-подяка Ольги Кобилянської, датований 26 травня 1903 р. і адресований Борисові Грінченку:

«Чернівці. 26.05.1903

Високоповажаний Добродію!

Не знаю, як перепросити Вас за своє мовчання. Ваше шановне письмо одержала зараз, потім і всі дев'ять, отримала «Дубове листя». Дуже щиро дякую за одне і друге. «Дубове листя» – се гарне видання; дай Боже. Щоб сему виданню могли слідувати друге, і якнайскорше. Я радо причин завсігди в видавництвах українців, лиш коли б мала завше щось доброго. Тепер в мене пустка на матеріали, і жаль мені, що мусіла відповісти про забродніці Косачевій вислати що-небудь з своїх праць. То саме і добр. Коцюбинському мушу на якийсь час розстатися з пером. Вдома родичі занедужали, [*нерозбірливо, О. Б., Н. І.*] хорують, і треба займатись мені домашньою працею. Нічо не допоможе. Може, потім настануть для мене ліпші часи. Певно, буде Вам відомо, ласкавий добродію, що в Відні видає Роман Сембратович часописи в німецькій мові під заг. «Ruthenische Revue». Дуже гарно промовля в користь русинів; там будуть містити різні статті, політичні, історичні і літературні. Се часопись руська, ведена лише в німецькій мові, і промовляє до цілої Європи. Отож просимо редактора Р. Сембратовича, щоб і українці забирали в ній голос і висилали різні дописи. Нехай висилають свої дописи в руській мові, а они будут перекладатися вже на німецьке.

Адреса Roman Sembratowycr у Bidnu (Wien, XVIII). Lozzaristen, qossi № 36. І так передаю отсю прозку на Ваші руки, високоповажаний Добродію.

Ще раз сердечно дякую за пересилку «Дубового листя».

Пишусь з правдивим поважанням Ольга Кобилянська [8].

У цих словах сутність взаємин двох культурних діячів України – Ольги Кобилянської та Бориса Грінченка. Завдяки ласкавим запросинам письменниці, не тільки адресат одержав можливість опублікувати свої твори німецькою мовою, але й інші українські автори. Пізніше він опублікував статтю-некролог «Пам'яті Романа Сембратовича» (1906), відзначивши непроминальну його роль у боротьбі українців за національне існування: «Сембратович вивів нашу справу на широкий світ, поставив її перед судом Європи. І цим ділом він, безперечно, вписав своє ім'я в історію нашого національного руху» [9, с. 106].

Великий Просвітник ознайомлював читачів із надбаннями світової літератури, зокрема поезією Генріха Гейне та Йоганна Вольфганга фон Гете. Декілька перекладів розмістив у збірці віршів «Під хмарним небом» (1893). У листі від 06 листопада 1903 року до Ольги Кобилянської зазначив:

«Високоповажана Пані!

Уже налагодивсь посилати Вам свою книгу, як од дочки з Львова відібрав звістку про Вашу хворобу. Та незабаром прийшла й друга звістка, що одужуєте, і я зважуюсь тепер потурбувати Вас цим листом.

Ваша хвороба засмутила була у нас всіх Ваших прихильників. Так саме як звістка, що Вам ліпше, вчинила полегкість і нам. Наші найщиріші бажання вернути скоро здоров'я на добро собі і на славу рідному письменству.

Яко малу ознаку моєї великої поваги до Вашої праці прошу прийняти сю книгу. Коли не зараз, то, може, згодом коли зазирнете в пісні такі, які вміємо співати під хмарним небом.

З великою шанобою й щирою прихильністю Б. Г – ко  
1903.XI.06.

З Києва» [10].

Згодом, йшлося про збірку віршів «Під хмарним небом» (1893), видану під псевдонімом Василь Чайченко у Львові у друкарні Наукового Товариства імені Шевченка. У вступному слові автор зізнався: «Це південне наше небо, що повинно було б сяти живущим сяєвом, – дуже воно вже нахмарене. А під хмарним небом не заспіваш веселої пісні...» [11, с. 5].

Лист-відповідь Ольги Кобилянської її редактору Володимирові Науменку, датований 27 лютого 1903 року, став підтвердженням публікації нарису письменниці «За готар». Подаємо текст епістоли:

«Буковина. Чернівці. 27.ІІ.1903.

ул. Новий Світ, ч. 61.

Високоповажаний пане Добродію!

Ваше пч. письмо з 18 Янв. с. р. я одержала, також і число «Кіевській старини», в котрім знаходиться мій нарис «За готар». Дуже дякую за пересилку книжки. Радо вишлю ще коли знов яку працю, коли її буду мати для «Кіевської старини». Поки що я дуже домашніми привалена обов'язками, і майже цілком до літературної праці не можу дібратись. Мій батько нездухає вже цілий рік, а мати в послідних часах до такої степені на силах підупала, що я рада, коли она мені ще в постіль не лягає. Ціла господарка домова спочиває на мені, тим більше, що вдома, окрім братів, нема ніякої іншої покрівленої жіночої душі, щоб могла мене в домашній господарці заступити; а в нас родина велика і вимагає праці.

Мені дуже прикро, що мушу письменство занедбувати, а з другої сторони, думаю собі часом, що, може, оно і ліпше, коли мовчу; а от що там за такий хосен народови з моїх писем? Гадаю, але знаю себе добре – скоро в мене лиш трохи настане більше часу, тоді возьмуся знов за перо.

З Чернігова просили мене вислати до місяця Мая яке оповідання (там укладається видавництво нової книги), так само із Одеси. До Одеси вишлю, бо давніше обізвалось, але Чернігів мушу відмовити, бо не гадка в теперішніх обставинах так скоро щось прилагодити, прикро так се, але не вдію тепер проти того нічого.

Тішуся заодно виїхати знов в Україну. Заодно тягне мою душу туди. Думаю, що, може, вже сего року здійсниться то моє бажання, а то все було в мене стільки гризот і клопотів! От так мають ся справи коло мене, високоповажаний Добродію. Та маю надію, що колись все зміниться на ліпше.

Ще одно. На коли б вис. пов. редакція «Кіевській старини» платила за белетристичні праці, то я б просила б пересилку гонорару за нарис «За готар». Мушу тут заявити, що я не все поступаю собі так, але тепер, і на якийсь час, я приневілена до того.

Сподіваюсь, високоповажаний Добродію, що не возьмете мені се зазле.

Пишусь з правдивим поважанням Ольга Кобилянська» [13].

Редакція «Кіевської старини» також пересилала своє видання з опублікованими творами Ольги Кобилянської на Буковину. Аналіз листа письменниці від 01 лютого 1904 року виявив причину появи новели «Нюба» на сторінках томів 89–90 «Кіевської старини» (1905). Подаємо його текст:

«Буковина. Чернівці. 01.ІІ.1904.

ул. Новий Світ, ч. 46.

Високоповажана Редакція «Кіевская старина»!

Висилаю свою новелу п. з. «Нюба»; трохи пізно, але скорше стан здоров'я не позволяв.

Наколи би придалася, то прошу ласкаво перед надрукуванням мову евентуально вигладити, бо сама знаю, що в ній багато германістики, хоча не годна її очистити з неї як слід.

Також просила би я в разі прийняття новели додати під заголовком слідує: «Присвята високоповажаному Ц. К. санітарному совітникови і доцентові д-ру Фридриху Масрови». Чи в разі прийняття новели «Кіевскою стариною» не могла б я її ще окремо друкувати в Галичині? Здається, окреме видання в Галичині не вадило б виданню на Україні, тому що «Кіевская старина» доходить до нас лиш в дуже неможлих числах, як і навиворот «Літературно-науковий Вісник» чи видання «Видавничої спілки» доходять мало в Україну. На коли би ся справа вже була рішена, прошу о ласкаву відповідь, евентуально озворот манускрипту, щоб я знала, як ним опісля розпоряджати.

З глибоким поважанням Ольга Кобилянська [12].

Відомо, що наприкінці новели (Т. 90, кн. 3) редактори «Кіевської старини» реалізували прохання адресантки – надрукували присвяту «високоповажаному Ц. К. санітарному совітникови і доцентові д-ру Фридриху Масрови».

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.**

Нововиявлені епістоли Ольги Кобилянської увиразнюють її творчі зв'язки з Великим Просвітником – Борисом Грінченком, який пересилав їй україномовні книги. Завдяки інформаційному листу адресантки від 1 лютого 1904 року, надісланому всій редакції «Кіевської старини», довідуємося про намір опублікувати новелу «Нюба» у часописі, що й здійснилося. Лист-подяка письменниці від 27 лютого 1903 р., адресований Володимирові Науменку, стає підставою для розуміння, що її нарис «За готар» був опублікований у редагованому ним виданні «Кіевська Старина». Так що листи Ольги Кобилянської виаскравлюють її «творчу автобіографію».

#### Література:

1. Шудря М. А. «В любові я глибока, як смерть...». Вступна стаття до публікації листів Ольги Кобилянської (1997). НБУВ ІР. Ф. 299. Од. зб. 589.
2. Антофійчук В. Синтаксичні засоби оформлення епістолярного дискурсу Ольги Кобилянської. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Вип. 23 (1). С. 9–12.
3. Маковей О. Листи з Буковини. *Громадська думка*. 1906. 7 лютого. С. 2.
4. Кобилянська О. Твори : в 5 тт. Київ : Державне видавництво художньої літератури. 1963, Т. 5. 752 с.
5. Кобилянська О. Отривай, сонце... збірка малої прози ; укр. та нім. мовами, упорядкув., вступ. ст. та прим. Я. Мельничук. Чернівці : Букрек, 2011. 400 с.

6. Листівка Ольги Кобилянської Борису Грінченку від 26 лютого 1903 р. НБУВ ІР. Ф. III. Од. зб. 37421.
7. Чернявський М. Кедр Ливана (спогади про Б. Грінченка). Херсон : Українська Книгарня. 1920. 36 с.
8. Лист Ольги Кобилянської Борисові Грінченку від 26 мая 1903 р. ІР НБУВ. Ф. III. Од. зб. 37422.
9. Грінченко Б. Пам'яті Р. Сембратовича. *Нова громада*. 1906. № 1. С. 101–106.
10. Лист Бориса Грінченка Ользі Кобилянській від 1903. XI. 06. НБУВ ІР. Ф. III. Од. зб. 40909.
11. Чайченко В. Під хмарним небом. У Львові : Наукове Товариства імені Шевченка, 1893. 197 с.
12. Лист Ольги Кобилянської до редакції «Київської Старини» від 01. II. 1904. НБУВ ІР. Ф. II. Од. зб. 2986.
13. Лист Ольги Кобилянської Володимиру Науменку від 27 лютого 1903 р. ІР НБУВ. Ф. III. Од. зб. 7641.

**Burko O., Ivonchak N. Letters of Olga Kobylanskaya to Kyiv addresses as a component of the «creative autobiography»**

The article emphasizes the enduring significance of Olha Kobylanska, who left behind an admirable collection of letters. It introduces into scholarly circulation a postcard (1903) and letters by Olha Kobylanska addressed to Kyiv residents – Borys Grinchenko (1903), Volodymyr Naumenko (1903), and the entire editorial board of «Kyivska Staryna» (1904).

Based on an analysis of Mykola Cherniavsky's memoirs about his collaboration with Mykhailo Kotsiubynsky and Borys Grinchenko on the publication of «Oak leaves» in honor of P. Kulish, it has been revealed that Borys Grinchenko's letter to Olha Kobylanska, dated November 6, 1903, specifically referred to this almanac. Our hypothesis is further supported by Olha Kobylanska's letter of gratitude to Borys Grinchenko dated May 26, 1903. Through this correspondence, the addressee gained the opportunity to publish her works in German, as did other Ukrainian authors.

Later, Grinchenko published an obituary article titled «In Memory of Roman Sembratovych» (1906), highlighting his role in the Ukrainians' struggle for national existence. The Great Enlightener also introduced readers to the poetry of Heinrich Heine and Johann Wolfgang von Goethe, publishing translations in the poetry collection «Under a Cloudy Sky» (1893). A comparative analysis of Olha Kobylanska's letter (1903) and the author's preface to «Under a Cloudy Sky» confirmed the hypothesis that Borys Grinchenko had sent Kobylanska this particular book.

The newly discovered letters of Olha Kobylanska, addressed to Kyiv residents Borys Grinchenko, Volodymyr Naumenko, and the entire editorial board of «Kyivska Staryna», can enrich the treasury of the author's epistolary legacy. They illuminate her «creative autobiography».

**Key words:** addressee, sender, letter, postcard, «Kyivska Starina».

**Буряк О. Ф.,**  
кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри української філології та журналістики  
Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка

## МОТИВ УКРАЇНИ В ПОЕЗІЯХ ПРЕДСТАВНИКІВ НЬЮ-ЙОРКСЬКОЇ ГРУПИ

**Анотація.** У статті проаналізовано особливості художнього втілення мотиву України в поезіях представників Нью-Йоркської групи. Висвітлено світоглядно-естетичні орієнтири митців, зокрема їхнє прагнення відмовитися від народництва й патріотичної тематики, що пояснювалося естетичною девальвацією патріотичних віршів, зокрема створених із конформістських міркувань у підрадянській Україні, що суперечило прагненням нью-йоркців творити високоякісну художню літературу.

На противагу теоретичним міркуванням у творчому доробку Б. Бойчука, Б. Рубчака, Ю. Тарнавського, Е. Андіївської, В. Вовк, Ю. Коломійця оригінально представлено мотив України, актуалізується патріотична ідея у виразно драматичному ключі, що обумовлено болем за долю Батьківщини й ностальгією.

В еміграції, з одного боку, загострювалося почуття соціального відчуження й самовідчуження в українців, з іншого, – спрацьовував інстинкт духовного самозбереження, що вимагав національної самоідентифікації, яка й відбувалася шляхом болісного самоусвідомлення у слові.

Літературні здобутки Нью-Йоркської групи свідчать, що патріотична тема може мати високохудожнє самобутнє вираження.

Автори у своїх поезіях торкаються драматичних сторінок української історії, табуйованих в радянський період: голод 1933 року (Б. Бойчук «Краєвид 1933 р.»), драма українського кобзарства (Б. Бойчук «Сліпі бандуристи»), діяльність УПА (В. Вовк «Повстанка»). Особливе місце належить темі Чорнобиля (Е. Андіївська «Без шкіри – на вітрі», В. Вовк «Чорнобильська богоматір» (цикл «Молебень до Богородиці»)).

Поети іронічно-саркастично говорять про ворога України (Ю. Тарнавський «росія», Ю. Коломієць «Початок сагани»).

Автентичне українське начало в поезії нью-йоркців оприявнюється по-різному – на світоглядному, змістовому, поетикальному рівнях, у процесі формування авторської концепції, засвідчуючи нерозривний зв'язок письменників із Вітчизною.

**Ключові слова:** Нью-Йоркська група, світоглядно-естетичні орієнтири, мотив, ліричний герой, художній образ, ідея, пафос.

**Постановка проблеми.** Історико-літературний феномен Нью-Йоркської групи виник далекого 1958 року в США об'єднавши митців, які опинилися на чужині під час третьої хвилі еміграції, що розпочалася наприкінці Другої світової війни. Ця група проіснувала до 90-х років ХХ століття, динамічно оновлюючись у своєму складі, розпросторювалася географічно й трансформувалася естетично, збагачуючи українську літературу самобутніми зразками. До сьогодні окремі митці, які пред-

ставляли це умовне об'єднання (на чому вони самі постійно наголошують), продовжують творити переважно як модерністи в розмаїтті течій цього напрямку.

Нью-Йоркська група, представлена самобутніми творчими особистостями, – магнетично привабливий об'єкт для науковців.

**Аналіз останніх публікацій.** Вагомий внесок у дослідження феномену зробив М. Ільницький, йому належить десять публікацій, присвячених і творчості цього об'єднання в цілому, й окремим митцям. Серед літературознавчих реценсій – глибока розвідка В. Моренця [1], де осмислюється природа модернізму Нью-Йоркської групи через призму «модерне – народне». В. Мацько [2] увиразнює світоглядно-естетичні параметри діяльності цього еміграційного об'єднання. І. Котик [3] робить огляд журналу «Нові поезії», в якому презентували свою творчість нью-йоркці. Особливо цінна праця американсько-української літературознавці М. Ревакович «Persona non grata : нариси про Нью-Йоркську групу, модернізм та ідентичність» [4], де застосовано подвійну оптику: Нью-Йоркська група досягається як явище української і європейської культур. Своєю ґрунтовністю вирізняється монографія відомого польського дослідника Т. Карабовича «Міфопоетика Нью-Йоркської групи» [5], в якій застосовано міфологічний теоретико-літературний інструментарій при аналізі феномену, як на рівні його художньо-філософської концепції, виявленої в індивідуальних авторських творчих проєктах, так і в процесі продукування колективного автобіографічного міфу.

У своїх студіях науковці порушують і проблему художнього втілення мотиву України, патріотичної тематики, але цей аспект не був самодостатнім предметом вивчення, звідси впливає актуальність нашої статті.

**Мета нашої розвідки** – висвітлити особливості художнього втілення мотиву України в поезіях представників Нью-Йоркської групи.

**Об'єкт дослідження** – твори, в яких утілено мотив України, Б. Бойчука, Б. Рубчака, Ю. Тарнавського, Е. Андіївської, В. Вовк, Ю. Коломійця, представлені в антології «Поети "Нью-Йоркської групи"» (2003) та авторських збірках.

**Виклад основного матеріалу.** Юрій Тарнавський у нарисі «Босоніж додому і назад» [6] намагався визначити засади, які об'єднували письменників Нью-Йоркської групи: принцип свободи творчості (спільна настанова, що кожен поет мусить іти індивідуальним шляхом), екзистенціалізм як підґрунтя світоглядно-філософської концепції; неприйняття народництва, свідомо відмова від патріотичної тематики. Остання позиція обумовлювалася тим, що патріотичні вірші в часи тоталітаризму, панування соцреалізму найчастіше писалися на замов-



лення або за логікою конформізму, відповідно, асоціювалися з ерцац-мистецтвом, ремісництвом, що ніяк не узгоджувалося прагненням нью-йоркців творити високу літературу й таким чином поліпшувати естетичну якість українського мистецтва.

Проте літературна практика нью-йоркців, зокрема Юрія Тарнавського, Богдана Бойчука, Богдана Рубчака, Емми Андієвської, Віри Вовк, Юрія Коломійця заперечила тезу про відмову від патріотичних мотивів. Хоча відразу зазначимо, патріотична ідея втілюється у їхніх поезіях не прямо, публіцистично, на кшталт, сосяриного «Любись Україну!», а по-особливому, в гостро драматичному ключі, близькому за пафосом до франкового: «*я ж не люблю її / з надмірної любови*» (І. Франко «Сідоглавному»).

В. Мацько слушно зауважує: «Уже те, що в поліетнічному середовищі група писала твори українською мовою – ознака прихильності до свого роду і народу» [2, с. 61].

О. Астаф'єв наголошує, що «... при аналізі, при глибшому проникненні у тканину їх творів стає помітно, що їхня лірика глибиними мільйонними зв'язками тісно пов'язана з духовною українською традицією, в ній дивовижно матеріалізується архетипний матеріал колективної духовності нашої нації...» [7, с. 8].

Справді, український первінь у поезії нью-йоркців оприявнюється в різний спосіб – на світоглядному, змістовому, поетикальному рівнях, почасти через експлуатацію української фольклорно-міфологічної поетики, врешті-решт на рівні формування авторської концепції під потужним впливом української ментальності.

Наприклад, через українську автентичну образність у поезії В. Вовк представлений образ Божої матері як уособлення вершинного вияву жіночності: «*Ти знову йдеш, Богородице, / дрібними кроками / і хилишся золотим снопом, / з якого ось-ось вилетить / золота душа*» [8, с. 132]. Авторка, спирається на засади питомо української кордоцентричної філософії, представленої іменами Г. Сковороди, П. Юркевича, Д. Чижевського. Поетеса віртуозно зберегла баланс між земним і небесним, отілесним і духовним: завдяки заданому вектору, олюднення обертається піднесенням образу: «*вилетить золота душа*» [8, с. 132].

В іншому творі мисткині перифраз має українське історичне підґрунтя, червоний колір квітки асоціюється з козацькою китайкою: «*канна світання / китайка у вітрі*» [8, с. 120].

В еміграції, з одного боку, загострювалося почуття соціального відчуження й самовідчуження в українців, з іншого, – спрацьовував інстинкт духовного самозбереження, що вимагав національної самоідентифікації, яка й відбувалася шляхом болісного самоусвідомлення у слові.

У поезії «Україна» Богдан Рубчак досягає нерозривний, сакральний зв'язок із Батьківщиною, ліричний герой відчуває себе її невід'ємною частиною: «*Вона осіла в моїй підсвідомості, / і як лише закриваю / темрявою очі, / її болі / вцеплюються в мої нерви / і лускають парості. / Її слези / видають мої зиниці / її рани / дірявлять моє тіло, / її радощі / вивонюють мої бажання*» [8, с. 87–88].

Мотив України у творах представників Нью-Йоркської групи, зазвичай, наснажений драматичним пафосом: біль за Україну посилюється ностальгією за Батьківщиною:

*Коли впливе на горизонт, як крила мєви,  
Смуга землі, що вєкєла тугу в моєму серці?*

*З її святого чорнозєму я ліплєна,*

*І слово її цілює мене оживило.* В. Вовк. Канаан [8, с. 109].

Варто зауважити, що не всі науковці погоджуються з думкою про оприявнення почуття ностальгії у творах нью-йоркців. Зокрема І. Фізер стверджує, що навпаки «НІГ допомогла зупинити процес пересаджування вишневих садків та струнких тополь на нью-йоркські бруки...» [9, с. 64], а гра «на наболілих спогадах і переживаннях» – ознака графоманства [9, с. 64], від чого нью-йоркці категорично відмежувалися.

На наш, погляд літературна практика Нью-Йоркської групи свідчить про природній вияв ностальгійних почуттів поетів, і це автоматично не обумовлює низький естетичний рівень їхніх поезій, навпаки, більшість з них – зразки оригінального високохудожнього втілення мотиву туги за Україною.

У «Листі додому» Б. Рубчака антеїстичний світогляд автора виражається через експлуатацію образу євшан-зілля – символу пам'яті про Батьківщину й лексем із коренем «кров», що увиразнює кровний зв'язок із рідною землею:

*Невже назавжди євшан-зіллям струїм  
Мою струнисту кров, кровисті будні?* [8, с. 168].

Розлука з отчим краєм, постійні віртуальні мандрівки в ностальгійні спогади руйнують, знищують людину, позбавляють її повноцінного життя.

Роззахнутість між реальністю й уявою, яка нав'язливо повертає додому, призводить до відчуття втрати свого Я, розтерзаного між чужим теперішнім і рідним минулим:

*Закам'яніє в далєчі облудній,  
Як випрозорєностарі статуї* [8, с. 168].

Богдан Рубчак досягає відірваність від Батьківщини як приреченість на вічну безпритульність:

*Не буде обіймів дому,  
не буде куди прийти.*

*Смертну відчуєш втому,  
та не причалиш ти* [8, с. 178].

У вірші Юрія Коломійця «Емігрантська смерть» ліричний герой, який «... *переплакав з дому / всі листи*» [8, с. 228], відчуваючи тотальну самотність, екзистенційне сирітство, зважується на самогубство.

Таким чином Україна постає у творах нью-йоркців визначальним фактором, що впливає на їхній стан, з'ясування їхнього сенсу буття на чужині.

Вражаючий емоційний портрет України, побачений очима, точніше, відчутий серцем людини, вирваної з коренем із рідного ґрунту, представлено в поезії Ю. Тарнавського. Митець стверджує існування Батьківщини не в географічному, а в духовному вимірі, апелюючи до концепту «серце» в традиціях українського кордоцентризму:

*Не степами і не горами  
простяглася твоя географія, –  
на півкулях мільйонів сердець  
і крізь невидимі простори тісень* [10, с. 299].

У Тарнавського образ серця, що символізує домінуючу духовність у людині, генетично споріднений із скородинівською теорією про структуру всесвіту: макрокосм (світ), мікрокосм (людина), біблія (посередник між цими двома сферами), де особистість осмислюється як окремий світ. Таким чином образ серця глобалізується, набуває вселенського масштабу, увиразнюючись через асоціацію із зображенням фізичної карти півкуля: «*на півкулях мільйонів сердець*», що розширює сферу

духовного буття України. Разом із тим, емоційно осягаючи драматичну долю Вітчизни через картографічну призму, митець порівнює географічний «портрет» України із агресивно понівеченим «розжованим серцем», натякаючи на численні спроби знищення держави, ворожі напади в її історії.

Юрій Коломієць у вірші «Початок сатани» подає образ ворога України через інтертекстуальний елемент – біблійний образ Сатани, символ світового зла:

*«і проковтує / світ / скрученим гадом»* [8, с. 225].

Поет поєднує традиційну символічну трансляцію диявола як змія, бо його слово отруйне, смертоносне, з геральдичним маркуванням образу, що конкретизує ворога: «*прихитривсь / Сатана / Двоголовим кондором»* [8, с. 225].

Ідка іронія, яка переростає в сарказм, звучить у поезії Тарнавського «росія»:

*Країно, що страждаєш на комплекс материнства  
І обмотуєш інші нації колючим дротом своєї любови,  
Хіба не знайдеться серед твоїх синів  
Хоч одного, який сказав би: “Залиши їх, мамо!”* [12, с. 314].

Автор блискуче обіграє ідеологічну парадигму – лицерність росії, яка за личиною удаваної материнської турботи й любові приховує намір задушити колючим дротом свободу інших держав.

Поет безжалюбно критикує й Україну, яка легко піддається нівеляційному чужоземним впливам, зросійщенню, втрачаючи своє єство:

*На поверхні хортиць, запалі, як цоки,  
виходять ті, що залишилися з запорожців,  
одягнені в модерні шаровари піжам  
і з мовою, знищеною Рязанню, як хімікалією* [10, с. 315].

Спроби зберегти національну культуру перетворюються на фарс, імітацію й декорацію, марковану «*вишивками*», «*бандурами*», «*борцям*» і «*варениками*» [10, с. 315].

Представники Нью-Йоркської групи у своїх творах торкаються драматичних сторінок української історії, які вилучалися ідеологами в радянський період: голод 1933 року (Б. Бойчук «Красвид 1933 р.» [8, с. 74]), знищення українських кобзарів як носіїв української автентичної культури (Б. Бойчук «Сліпі бандуристи» [8, с. 82]), діяльність УПА (В. Вовк «Повстанка» [11, с. 10]).

Особливе місце у творчості нью-йоркців належить темі чорнобильської катастрофи.

Юрій Тарнавський зізнається: «Коли стався Чорнобиль, мене це жахливо потрясло: раптом я усвідомив, що Україна може пропасти, якщо ще не пропала. Особисті емоційні почуття й були причиною, чому я написав ту поему. “У ра на” – це “Україна”, із якої впало дві літери, ніби на занедбаному готелі, який скоро закриють... В “У ра ні” багато гніву, я говорю про Україну і з любов’ю, і з ненавистю. Мій патріотизм – це патріотизм особистих емоцій» [12].

Емма Андієвська звертається до теми Чорнобильської трагедії, засуджуючи злочинні дії влади, яка приховує від народу правду, наражаючи українців на смертельну небезпеку:

*Вся країна – трупарня, де ще живі мерці  
Виголошують промови  
Про нешкідливість опромінення,  
Школярі, яким жити лише кілька днів,  
Влаштовують велосипедні перегони  
Землю, що дихає смертю* [13].

Апокаліптична візія жахає цинічним ставленням можновладців до людей, засвідчуючи девальвацію гуманістичних цінностей.

Чорнобильська тема оригінально втілена в циклі «Молебень до Богородиці» (14. Чорнобильська богоматір) Віри Вовк. Продовжуючи традицію шістдесятників поетеса презентує образ чорнобильської Богоматері, суголосний Чорнобильській Мадонні І. Драча, в ореолі страдництва як варіант України-матері:

*Я бачила тебе в іскрах мороку:  
вітер ніс по обдертому полі  
сірі нитки волосся, і капала кров  
з порепаних п’ят у чорнозем.  
Потім ти впала між скиби  
і в корчах материнства  
дала виродкові життя,  
назвавши Христом* [14, с. 19].

Алюзії на збожеволілу після смерті маленької доньки героїню М. Вовчка з оповідання «Горпина» увиразнюють історичну тяглість трагічної долі України:

*І ти, причинна, пішла мерехтити шпагами  
в серці та роздавати калаталки маківок  
з насінням стронцію для бездомних дітей,  
що зводили до тебе рученята* [14, с. 19].

Вписування образу Богородиці в історичний часопростір України, означений трагедією голодомору в одному ряду з Чорнобилем, актуалізує ідею надії на спасіння серед болю і страждання: «*Я тебе бачила на Україні / в голодні роки під тинном, / коли з землі вибухали джерела крові, / а потім в іскрах Чорнобиля –/ живим смолокіттом»* [14, с. 18].

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Отже, мотив України має розмаїтий спектр варіантів художнього вираження в поезії нью-йоркців, звучить у гостродраматичному ключі. Патріотична ідея часто втілюється на підтекстовому рівні, оприявнюється через емоції, переживання, почуття ліричного героя, серед яких домінує біль за Батьківщину й приглушується ностальгія. Ліричний герой нью-йоркців, зазвичай, має психологічне автобіографічне підґрунтя.

Літературний доробок Нью-Йоркської групи – розкішний об’єкт для подальших наукових досліджень, зокрема вивчення презентації української теми в прозовому доробку митців дасть можливість повноформатно осмислити концепцію України у творчості представників цього еміграційного об’єднання.

#### Література:

1. Моренець В. П. Нью-Йоркська група: інтродукція до нових полемік на давній темі (уривок з авторської монографії). *Maricetrium. Вип. 29. Літературознавчі студії / упоряд. Моренець В. П.* 2007. С. 43–53. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/59b8a25e-5989-4b4e-9f54-c2fc92ecad8> (дата звернення: 9.11.2024).
2. Мацько В. Творчий феномен Нью-Йоркської групи: свобода, екзистенція, сюрреалізм, експеримент текстотворення. *Філологічний дискурс. Вип. 6.* 2017. С. 56–68. URL: <https://ojs.kgpa.km.ua/index.php/phildiscourse/article/view/632/581> (дата звернення: 25.10.2024).
3. Котик І. «Нові поезії» – журнал поетів без країни. *Екземлярі ХХ: Літературно-мистецька періодика ХХ століття.* URL: <https://chytomo.com/ekzemliary-xx/novi-poezii-zhurnal-poetiv-bez-krainy/> (дата звернення: 10.11.2024).
4. Ревакович М. *Persona non grata* : нарис про Нью-Йоркську групу, модернізм та ідентичність / з англ. пер.: М. Дмітрієва та ін.; Укр.

- наук. ін-т Гарвард. ун-ту, Наук. т-во ім. Шевченка в Америці. Київ : Критика, 2012. 335 с.
6. Карабович Т. Міфопоетика Нью-Йоркської групи: монографія / відп. ред. Р. Радишевський; наук. консультант О. Астаф'єв. Київ : Талком, 2017. 464 с.
  7. Тарнавський Ю. Босоніж додому і назад. *Тарнавський Ю. Не знаю: вибрана проза*. Київ : Родовід, 2000. С. 243–413.
  8. Астаф'єв О. Передмова. Поети “Нью-Йоркської групи”. Антологія / упор. О. Астаф'єв та А. Дністровий. Харків : Ранок, 2003. С. 3–42.
  9. Поети “Нью-Йоркської групи”. Антологія / упор. О. Астаф'єв та А. Дністровий. Харків : Ранок, 2003. 288 с.
  10. Фізер І. Інтерв'ю з членами Нью-Йоркської групи. Нью-Йоркська група: Антологія поезії, прози та есеїстики / упоряд. М. Ревакович і В. Габор. Львів : Піраміда, 2012. С. 44–67.
  11. Тарнавський Ю. Поезії про ніщо і інші поезії на цю саму тему. Поезії 1955–1970. Нью-Йорк : Видавництво Нью-Йоркської групи, 1970. 384 с.
  12. Вовк В. Зоря провідна. Мюнхен : Молоде життя, 1955. 76 с. URL: <https://diasporiana.org.ua/wp-content/uploads/books/23913/file.pdf> (дата звернення: 25.10.2024).
  13. Юрій Тарнавський: “Мій патріотизм – це патріотизм особистих емоцій”: інтерв'ю Б. Романцової. *Український тиждень*. 5 жовтня 2019 р. URL: <https://tyzhden.ua/iurij-tarnavskij-mij-patriotyzm-tse-patriotyzm-osobystykh-emotsij/> (дата звернення: 25.10.2024).
  14. Андіївська Е. Без шкіри – на вітрі. *УКРЛІТ.ORG. Публічна електронна бібліотека української художньої літератури*. URL: [http://ukrlit.org/andiiivska\\_emma/bez\\_shkiry\\_na\\_vitri](http://ukrlit.org/andiiivska_emma/bez_shkiry_na_vitri) (дата звернення: 25.10.2024).
  15. Селянська-Вовк В. Молебень до Богородиці. С. 15–20. *Зерна. Літературно-мистецький альманах українців Європи*. 1996, ч. 3. URL: <https://diasporiana.org.ua/wp-content/uploads/books/25438/file.pdf> (дата звернення: 10.11.2024).

### **Buriak O. The Motif of Ukraine in the Poetry of the New York Group Representatives**

**Summary.** This article analyzes the artistic representation of the motif of Ukraine in the poetry

of the New York Group. It explores the worldview and aesthetic orientations of these artists, particularly their desire to distance themselves from folk-based and patriotic themes. This approach stemmed from the aesthetic devaluation of patriotic poetry, especially works created for conformist reasons in Soviet Ukraine, which contradicted the New Yorkers' aspirations to produce high-quality artistic literature.

Contrary to their theoretical positions, the works of B. Boychuk, B. Rubchak, Y. Tarnawsky, E. Andiyewska, V. Vovk and Y. Kolomiyets offer original portrayals of the Ukrainian motif. They emphasize patriotic ideas in a distinctly dramatic manner, driven by a sense of sorrow for the homeland's fate and nostalgia. In emigration, on one hand, Ukrainians experienced heightened feelings of social alienation and self-estrangement; on the other, a survival instinct for spiritual self-preservation emerged, demanding national self-identification, which was realized through painful self-reflection in words.

The New York Group's literary achievements demonstrate that patriotic theme can achieve a unique, high-artistic expression. In their poetry, authors address dramatic pages of Ukrainian history that were taboo in the Soviet period: the famine of 1933 (B. Boychuk, «Landscape of 1933»), the plight of Ukrainian kobzars (B. Boychuk, «Blind Bandurists»), and the activities of the Ukrainian Insurgent Army (V. Vovk, «Rebel Woman»). A special place is given to the theme of Chernobyl (E. Andiyewska, «Without Skin – in the Wind»; V. Vovk, «The Chernobyl Madonna» (cycle «A Prayer to the Mother of God»)).

The poets speak with ironic sarcasm about Ukraine's enemy (Y. Tarnawsky's «russia», Y. Kolomiyets' «The Beginning of Satan»). The authentic Ukrainian spirit in the poetry of the New Yorkers appears on various levels – worldview, thematic and poetic – as they develop their authorial concepts, underscoring the writers' inseparable connection to their homeland.

**Key words:** New York Group, worldview and aesthetic orientations, motif, lyrical hero, artistic image, idea, pathos.

**Віват Г. І.,***доктор філологічних наук, професор,  
професор кафедри української та іноземної філології  
Одеського національного технологічного університету***Філіпенко О. І.,***кандидат філологічних наук, доцент,  
завідувач кафедри української та іноземної філології  
Одеського національного технологічного університету*

## ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ЗВОРОТИ В ПОЕТИЧНОМУ ПРОСТОРИ ІВАНА СВІТЛИЧНОГО

**Анотація.** У статті заактуалізовано увагу на фольклорі як на значущому сегменті культури, що оприявнює глибинні духовні цінності народу та його цивілізаційний поступ загалом. Особливу увагу звернено на фразеологію як на окремий жанровий різновид фольклору. Відзначено, що багатою на такі мовні засоби є поезія Івана Світличного, які він майстерно вплітав у контекст своїх віршових творів, що, на думку авторів дослідження, надає його текстам індивідуальної виразності і своєрідної спрямованості. Зазначено у статті, що цей аспект творчості Івана Світличного мало вивчено, тобто незважаючи на те, що творчість Івана Світличного була опрацьована багатьма дослідниками, проте в тих дослідженнях більше звернено увагу на Світличного-літературознавця, критика, перекладача. Що ж до Світличного-поета, то таких праць є дуже мало, а відтак автори цієї статті вважають дослідження цього аспекту його творчості вартим уваги. Безпосередньо у цій статті йдеться про ті фразеологічні звороти, які Іван Світличний використовував, щоб яскравіше зобразити реальну дійсність тоталітарного суспільства з його обмеженнями, заборонами та жорсткими стосунками між владою і свідомими громадянами, які не згодні були підлаштовувати своє життя під ті заборони та перепони деспотичної влади. Зазначено, що в поетичному просторі Івана Світличного наявний фразеологічний контент як української, так і інших мов. Розглянуто у статті фразеологічні звороти з українського фольклору, якими автор окреслював свої переконання про стосунки митців і тоталітарної влади. Задіяно також лінгвістичні контамінації, які автор майстерно використовував для акцентуації уваги читача на актуальних питаннях описуваних ситуацій. Цікавим є й використання поетом паремій про тварин, тобто таких, де людські вади, риси характеру, недоліки тощо порівнюються із окремими тваринними рисами, поведінковими характеристиками, як-от: «заяча душа», «ні за цапову душу», «корова язиком злизала», «покірне телятко дві мамки ссе», «з поганої вівиці – хоч вовни жмут» тощо.

Оскільки латинська мова у великій мірі виконала роль донора для формування фразеологічного корпусу багатьох мов, то не обійшла вона стороною й українську. Іван Світличний заангажував латинські фразеологізми і в своїй творчості, зокрема ті, які пропагують гідну поведінку людини в суспільстві та поважне ставлення до людської особистості. Задіяно у творчості поета й біблійні фразеологізми, зокрема ті, що зафіксовано в основному в чотирьох Євангеліях та у Книзі Екклесіястовій.

**Ключові слова:** фразеологічні звороти, контамінація, поетичний простір, біблійні цитати, латинські фразеологізми.

**Постановка проблеми.** У житті кожного народу фольклор є значущим сегментом культури, що оприявнює його глибинні духовні цінності та цивілізаційний поступ загалом. Фразеологію класифіковано як окремий жанровий різновид фольклору, який у свою чергу поділяється на різні жанрово-стилістичні сегменти. Прислів'я, приказки, стійкі словосполучення та різноманітні афоризми можна зарахувати до фразеології у широкому розумінні цього поняття. Фразеологія, як розділ науки про мову, збагачує лексику, виразноє гостроту й тематичне розмаїття мовленнєвої творчості народу. Недарма ж митці слова часто використовують перлини народної творчості, органічно й доречно вплітаючи їх у свої твори.

Як відомо, у поетичному тексті вагома роль зазвичай відводиться формі висловлювання, оскільки поезія є мистецтвом образу, сконцентрованого у слові, а відтак мовні засоби є значущим джерелом яке передбачає максимальне використання різноманітних мовних засобів. Особливо цікавими у цьому сенсі нам видаються паремії, що майстерно вмонтовані в віршові тексти, надаючи тим текстам гостроти й витонченості, а відтак концентрують увагу реципієнта на проблемах, заангажованих в тематиці вірша і є важливим складником цілісного образу, який відкриває шлях до якнайглибшого прочитання контекстуальних елементів поетичного тексту. Багатими на такі мовні засоби є поетичні твори Івана Світличного, тобто у поетичному просторі митця наявні фразеологізми, які він майстерно вплітав у контекст того чи того віршового твору, що надає його текстам індивідуальної виразності і своєрідної спрямованості. Саме дослідження ролі і значення фразеологічних зворотів у поетичних текстах Івана Світличного і є **метою** цієї праці.

Зазначена **мета** передбачає реалізацію таких завдань: 1) дослідити феномен функціонування фразеологічних зворотів у поетичному спадку Івана Світличного; 2) продемонструвати вплив латинських крилатих висловів на спосіб мислення Івана Світличного на підставі використання їх у його поетичному космосі; 3) осмислити глибинну суть біблійних цитат у поетичному опрацьованні митця.

Для отримання достовірних даних у роботі застосовано методи опису, індукції та дедукції, а також демонстраційно-порівняльний, компонентний і контекстуально-інтерпретаційний методи.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Іван Світличний – непересічна постать в українській літературі. Він був блискучим літературознавцем, літературним критиком, перекладачем і поетом. Перекладацьку творчість Івана Світличного досліджувала Ірина Добрянська. На матеріалі епістолярної спадщини Івана Світличного Наталія Загоруйко студіювала літературознавчу концепцію поета та його літературну критику. Як літературознавця-критика Івана Світличного студіювано також Ігорем Качуровським, Григорієм Костоком, Галиною Гайович, Тетяною Шестопаловою та ін. Леся Біловус опрацювала інтертекстуальні аспекти у творчості поета. Деякі напрацювання щодо творчості Івана Світличного є й у наших попередніх розвідках [1], [2]. Однак, незважаючи на те, що всі вищезазначені дослідники так чи так здійснили опрацювання творчості Івана Світличного, поки що не досягнуто повноти вивчення його творчого доробку, зокрема поетичного, оскільки свого часу поетична творчість Івана Світличного не привернула пильної уваги читача. Її «затінив» активний Світличний-критик, автор глибоких теоретико-літературознавчих досліджень. Вважається, що вчений як письменник – рідкісний феномен, отож «опінія читача була на боці першого» [3, с. 56].

Отже, у цій праці хочемо розглянути роль і значення фразеологізмів у поетичному просторі Івана Світличного, оскільки цей сегмент його спадщини, на нашу думку, є досить значущим і вартим уваги.

**Виклад основного матеріалу.** Особливістю поетичної творчості Івана Світличного є те, що переважна більшість його віршів мають присвяти або епіграфи. Таким чином автор чітко окреслює адресата або ситуацію, на якій зосереджує увагу реципієнта. Так, у вірші «Язык» перед текстом подано як епіграф крилатий вислів «Язык до Києва доведе», однак автор не просто подає цей вислів як приказку, а передає його у контексті діалогу, де відповіддю подає фразу «Кого до Києва, а кого до тюрми», своєрідно окреслюючи тлумачення цього вислову.

Варто зазначити, що є різні трактування цієї паремії і різні твердження про її походження. Так, якщо подати цей фразеологізм у вигляді приказки, тобто як стислий крилатий вислів без повчального значення («Язык до Києва доведе»), то зміст його трактують у позитивному сенсі: як необхідність цікавитися чимсь, розпитувати про щось, набиратися знань комунікативним методом. Однак цю приказку трактують по-різному, перетворюючи її на прислів'я додаванням до неї різних повчальних значень: «Язык до Києва доведе, а в Києві заблудить», «Доведе язык не тільки до Києва, але й до ки». У першому випадку зміст прислів'я можна трактувати як твердження, що життя у великому місті (світі) не є простим і в ньому можна погубитися: заблукати чи наробити життєвих помилок. У другому ж прислів'ї простежуємо попередження про негативні наслідки від недотримання мовленнєвого етикету при розмові або від надмірної балакучості. Саме за надмірну балакучість був покараний киянин у одній із версій походження цього начебто миролюбного вислову, тобто існує легенда, що у 999 році один киянин заблукав у степу, де й потрапив до половців. Коли ж ті спитали, звідки він, відповів, що з багатого, дуже гарного міста Києва. Та так розписав його

переваги й багатства, що половецький хан Нунчак вирішив Київ завоювати. Балакучого киянина він прищепив за язык до хвоста свого коня і так привів у Київ. Так нещасливого героя язык і привів до Києва [4].

Цікаво цю паремію потрактував також Іван Світличний: «– Язык до Києва доведе. / – Кого до Києва, а кого до тюрми». Поет розглянув цей фразеологізм у контексті правової ситуації антидемократичного суспільства: «Ідем у Київ, як прочани, / Крізь нетрі, безбач, крадькома. / А вождь – язичник, і дарма / До схими нехриста привчали. / Він без кісток! Він без керма! / Трубить речистими речами, / Січе словами, як мечами. / Не Київ жде його – тюрма. / Він – еретик. Мовчать не звик він. / Тож відкуси його і викинь / І йди у Київ навпрошки. / Та це вже піддавки, бзики: / Потрібен Київ без'язиким! / А язикам – Соловки!» [5, с. 31].

Автор окреслює тлумачення цього вислову в контексті ситуації, в якій знаходиться українське суспільство періоду панування радянської влади, тобто в ті часи, коли так зване вільнодумство було під суворою забороною. Навіть будь-які натяки на свободу слова чи думки було знищено в зародку. Тих осіб, які все ж наважувалися висловити незгоду з політикою партії та уряду, чекала сувора кара у вигляді ув'язнення з усіма його наслідками, а відтак тут наявні й інші паремії, можливо, у дещо зміненому вигляді: «язик – без кісток (що хоче, те й лопоче)»; «прикуси (свій) язык»; «тримай язык за зубами».

Як відомо, деякі паремії містять у собі злу і дошкульну іронію, тобто сарказм, де задекларовано відвертий вияв ненависті, осуду, презирства до зображуваних явищ, подій чи рис людського характеру. Саме таким гострим сарказмом переповнені останні рядки вірша Івана Світличного, у яких наявна констатація факту про відсутність можливості розвитку вільної думки в радянському суспільстві й сувору покару за будь-які спроби її висловлення: «Потрібен Київ без'язиким! / А язикам – Соловки!»

Проблему про значення правдивого слова і про небезпеку вільно оперувати ним у тоталітарній державі, якою був Радянський Союз, простежуємо й у деяких інших віршах митця, заактуалізовану через майстерно вмонтовані в поетичні тексти відповідні фразеологічні звороти. Наприклад, у вірші «Глядачі»: «Отелло душить Дездемону. / Хрипить приречена. Фінал. / А глядачі – пасив, загал. / Їм смерть – як проповідь з амвону. / ... / Смерть і плач / Вивисують, підносять душу... / Отелло Диздимону душить – / Мовчить, як в рот води, глядач» [5, с. 76]. А так ось у вірші «Моему землякові»: «Тому ім'я, тому сім'я / Язык на прив'язі тримає, / (А в того, крім сім'ї, й кума є) – / І правда в кожного своя [5, с. 55]. У поемі «Рильські октави» є теж кілька таких висловів: «Мовчав до посиніння, до нестями / І ладен був, щоб задушити крик, / Ковтнути непрожований язык». / ... / «А тих, кого в Сибір, на Колиму, / Як в прірву, гнали, хто поліг костями, / Тих пом'янути не було кому. / Про них Боян неложними устами / Мовчав, немов заціпило йому...» [5, с. 152].

Рядки, де згадано Бояна з «неложними устами», містять у собі елементи стародавності, що мало б піднести поетичність стилю, надати творові урочистості, але, на жаль, Боян, за змістом вірша, «мовчав, немов заціпило йому...». Словосполучення «немов заціпило» означає стан, коли людина втрачає здатність говорити. Таким чином автор критикує тих поетів, змальованих через образ мовчазного Бояна, які відмовилися від свого покликання співців правди.

«Великомовно мовчать» також ліричні герої деяких інших віршів поета-дисидента: «Гей ви, друзі-побратими, нерозлий-вода! / Ти, громадо, ніби пень, глухоніма! / Що за напасті у вас, яка там злигода, / Що для нас у вас і слова вже нема? / А було ж їх, доброзичливих добродіїв! – / Мед із уст і, хоч до рани, – добряки. / Тільки гримнуло з язого неба – й годі їм, / Посмикнуло велемовні язика. / Поховалися по шпарах душі заячі, На устах у них розкаяння печать. / І сидять, на білий світ не вилізаючи, / І мовчать великомовно, і мовчать...» («Не доходять ненаписані листи») [5, с. 134].

У останньому цитованому нами уривку вірша можемо спостерегти лінгвістичну контамінацію: «Мед із уст і, хоч до рани, – добряки». Контамінація (в лінгвістиці) – виникнення нового слова, його форми або виразу внаслідок зближення чи поєднання частин двох подібних слів, форм, виразів [1, с. 159]. Одним із різновидів лінгвістичної контамінації є такий, де кілька фразеологізмів, приказок або інших паремій об'єднують у одну, щоб підкреслити безглуздість ситуації, її сміховинність, абсурдність. Наявні такі приклади використання контамінації і в деяких інших поетичних творах Івана Світличного: «Ви ж були мені нерозлий-брати, / Я ж до вас без облуди, / Не резон мені шкуру свою берегти, / Барабана з неї не буде». («Архімед») [5, с. 144]. Або: «Пощо страсті, коли кругом / Всі собою і світом горді, / П'ють амброзію-самогона / Мочеморди!» («Архімед») [5, с. 145]. Або: «Ти кинула своє життя. / І душу гвалтом рвуть на шмаття / Самопокаянні прокляття, / Самопрокльонні каяття». («Епітафія») [5, с. 65].

Існує в українському фольклорі багато паремій про тварин, тобто таких, де людські вади, риси характеру, недоліки тощо порівнюють із окремими тваринними рисами, поведінковими характеристиками, як-от у вищезазначеному творі поета: «Поховалися по шпарах душі заячі...» [5, с. 134]. Подібними характерними особливостями («заячими серцями») наділяє поет українське суспільство радянських часів, яке мовчки чекає свого кінця, й у вірші «Тюрма»: «І світ – ідилія сама. / І люди – стовпице моголів / З кокардами, а серцем голі: / Кричать, а мова в них німа / Полуда очі заступила, / На світ їм глянути несила, / Всі ждуть... початку чи кінця? / Відпущення гріхів чи страсти? / І гупають об ребра-грати / Безвинно заячі серця» [5, с. 33]. У іншому випадку ідеться про слухняність і пристосуванство: «А він, здоровий глузд, на те й здоровий, / Що із лайна видобуває сене, / І, як теля слухняне, дві корови / Здоровий глузд – дай Бог здоров'я! – ссе». («Рильські октави») [5, с. 153].

Фразеологічних зворотів такого типу у поетичній творчості Івана Світличного є багато: «Хіба ж бо прів і дувся я / За актуальний зміст, / Щоб вся моя продукція, / Звиняйте, псу під хвіст?» («Супліка графомана-демократа») [5, с. 141]. Або: «Я мішух? / А тому лише сльози ллю. / Що мене за дроти, за грати? / Грішний, каюсь, не люблю / Ні за цапову душу вмирати». («Архімед») [5, с. 142]. Або: «І все ж я, випаденець, під замком / Сиджу собі, некондиційний виплід, / Складаю іспит на циганський випіт / (Колись би вже – корова язиком)». («Випадковий сонет») [5, с. 54]. Або: «Покарай же немилосердно / зухвалу, / щоб не мали / прикладу смерди. / Викорчовуй крاملу під корінь! / Бо попустиш віжки – / і від влади Твоєї / і твоїх законів / залишаться ріжки та ніжки». («Тражим кажнъавань») [5, с. 66]. Або: Тож хай лунає сміх: погана / Вівця, а й з неї – вовни жмут. / Герої – й ті тремтять зі

страху. / Одначе я не гну хвоста. («Моя, може, остання пісня») [5, с. 321].

Іноді у фольклорі трапляються паремії, де згадано клички тварин (зооніми), за якими стає відомо, про яку саме тварину йдеться. Типовими для собак, наприклад, є клички Бровко, Рябко, Сірко. Наявні такі фразеологізми й у поезії Івана Світличного, де він із сарказмом відгукується про деяких своїх колишніх приятелів та про людські права в тоталітарній державі: «Святому братству верен я». / А братство... Де воно? Немає. / Той у Сірка очей найма, – / Того тягар пошан зім'яв». («Моему землякові») [5, с. 55]. Або: «Відбій! – якого їм відбою? / Вступає глупа ніч в права, / І тиша – сіра, нежива – / Свинцем. Відбій? Ха-ха! Рябої / Кобили сон. Твої права...» («Відбій») [5, с. 24].

Прислів'я: «було би корито, а свині знайдуться» або «на повне корито свині знайдуться» означає, що на будь-яке добро знайдуться охочі і часто вони ведуть себе некоректно, тобто «по-свинськи», звідси й виник образ корита, оскільки з корита, як правило, годували свиней. Вислів «дбати про власне корито» вказує на зневажливе ставлення мовця до людей, що дбають лише про власні інтереси. Саме у такому контексті вживає цей фразеологізм Іван Світличний у вірші «Посполиті»: «Та й вдагне ж плем'я – посполиті, / Не посполиті – благодать! / Кістками вимощена гать, / Канали, кровію политі, / До суду-віку простоять. / А посполиті – малим ситі, / Аби не порожньо в кориті, / Рубають ліс – тріски летять, / Летять тріски – й дуби з трісками, / Кістки – і голови з кістками. / Відьомський шабаш! Дикий стрес! / Трищать хребти і гнуться спини... / Ніхто, ніяк, нічим не спинить / Людьми угноєний прогрес» [5, с. 106]. Ідеться в цьому вірші не про якихось рядових людей, а про державних мужів, які за своїм службовим призначенням мали би дбати про інтереси громади, а не лише про власні вигоди, як вони то роблять. Також у цьому вірші, крім обговорюваної паремії, наявна й інша: («Ліс рубають – тріски летять»), яка в унісон із попередньо підкреслене байдухе ставлення державних мужів («посполитих») до людських дол, бо дбають вони не про людей, але лише про своє благополуччя навіть за рахунок страждань інших людей.

Як можемо спостерегти, Іван Світличний у своїх віршах використовує в основному фразеологізми з українського фольклору. Наприклад, про кума, якому варто спуститися на дно, або про Макара, який телят кудись там не ганяє тощо: «Кажуть: куме, не трать / Сили, спускайся на дно. / Кажуть: вже стільки втрат, / Що – чи не все одно? / Плюнь, кажуть, і розітри. / Ясно ж: діло – табак. («Цветаєве») [5, с. 131]. Або: «У сні – свобода: без цензури, / Без кодексу й прокуратури / Твори, мели, варякай все, / Що хочеш... Поки твій сусіда / Про ту крاملу не провідав. / А там... Макар телят пасе...» («Свобода сну») [5, с. 42]. Або: «За таку крاملу в нас / Запроторюють негайно, / Де й Макар телят не пас». («Стій або системаа тлумачення») [5, с. 637]. Однак наявні у його творчості фразеологічні звороти й із іншомовних джерел, як от, наприклад, із латиниці чи з Біблії.

Вплив латинської мови на формування та розвиток лексичного фонду багатьох європейських літературних мов є фактом незаперечним, оскільки протягом багатьох століть вона залишалася мовою освіти й науки. Латинська мова також у великій мірі виконала роль донора для формування фразеологічного корпусу багатьох мов, тобто фразеологічний фонд латинської мови містить численні прислів'я та приказки,

які вживаються в інших мовах як у перекладній формі, так і як прямі запозичення [1, с. 196].

Іван Світличний, людина неабиякого кругозору, глибини знань та поетичного таланту, володів багатьма мовами, робив переклади поетичних творів різних іншомовних авторів. Використовував поет і латиницю у своїй творчості. Зустрічаємо, наприклад, у його поетичних творах фразеологізм «істина в вині», яка існує в латиниці в різних варіаціях. Цей широковідомий вислів, автором якого є Пліній Старший, «*in vino veritas*» (істина в вині), трактують по-різному і він навіть має відповідники в українському фольклорі («вино розв'язує язика» або «що у тверезого в голові (на умі), то в п'яного на язичі»). Саме так в основному трактують цей вислів Плінія Старшого, оскільки вважається, що, випивши вина, людина втрачає пильність і розказує свої потаємні думки, тобто говорить те, що думає (правду, істину) або робить такі речі, які б не дозволила собі у тверезому стані, тобто втрачає контроль над поведінкою і набуває відповідної свободи в учинках [2, с. 121]. Щоправда, є й інше трактування цього вислову, коли він подається не в усиченому, а в повному варіанті. Наприклад такий: «*in vino veritas in aqua sanitas*» (істина в вині, здоров'я у воді). Тут він є показово-повчальним, набуваючи притчового відтінку. Негативного трактування набуває цей фразеологічний зворот у такому варіанті: «*in vino veritas multum mirgitum*» (істина в вині не раз тонула). Саме з такого кута зору трактує цей вислів Іван Світличний: «Грішним – муки на вогні, / Ну а в рай – дівчата / та любителі в вині / істину вбачати». («Поминальний день») [5, с. 329]. Або: «Між бочками – / Ми з жінками, / Котрі роблять нас батьками: / Плодять жвавих товстунів. / Наші діти / Будуть вміти / З пелюшок ще розуміти / Істину, котра в вині». (Вселенська оргія») [5, с. 329].

Варто зазначити, що більшість античних висловів мають у своєму змісті повчання, тобто часто сприймаються як притчі, як квінтесенція здорового глузду, вишуканості, мудрості [1, с. 99]. Так, скажімо, вислів «*Mens sana in corpore sano*» (у здоровому тілі здоровий дух), що пропагує здоровий спосіб життя і адекватне мислення, позитивно сприймають у всьому світі. Іван Світличний, відштовхуючись від цього фразеологізму, ніби продовжив думку, наголошуючи на негативному впливі п'янства та бездумної і навіть підлої поведінки людини в суспільстві: «В ситім тілі – ситий дух, / В п'янім тілі – п'яний, / А як в тіла псячий нюх, / Дух – вірнопідданий». / Тіло! Не зганьби мене, / Майся – ти ж це можеш – / Гонорово, щоби я / Не втратив образ Божий». («В ситім тілі – ситий дух...») [5, с. 36].

«*Quod licet Jovi, non licet bovi*» (що дозволено Юпітеру, не дозволено бичу) – під таким заголовком написав Іван Світличний вірш, у якому висловлює своє невизнання правильності політики владців у тоталітарній державі, яке вони присвоїли собі на підставі сили і можливості беззастережно застосовувати її, порушуючи людські права незгодних із ними особистостей: «– Ну хто ти проти влади? Гнида. / Хотів основи потрясти!!! / – А ти? – питаю я. – Хто ти? / Що правиш іншим панахиди / І тешеш мари і хрести? / ... / Мовчиш? Заціпило? Ні слова? / Мов квочка всівся на основах, / За право взявши власний бзик, / І кидаєш слова на вітер. / Та ти, між іншим, не Юпітер. / І я, між іншим, теж не бик» [5, с. 27].

«*Homo sapiens*» (людина розумна), «*Homo ludens*» (людина, що бавиться), «*Homo faber*» (працьовита людина),

«*Homo hebes*» (обмежена людина), «*Nihil hominum*» (нікчеми) – такі визначення до образу людини вживає Іван Світличний у поемі «Архімед», написаної під враженням від Плужникового твору «Галілей»: «Ви – образці? / Нехай. / Ну, а ми – не люди? / Всі ми – ви і вони – хто ми? / *Homo sapiens*? / *Homo ludens*? / *Homo faber*? / Яке ж ми homo? / Та й чи homo, ми взагалі? / Коли генії і герої / Благоденство по всій землі / Кроплять братньою кров'ю? / *Nihil hominum*! / Страховидла! / Дикі монстри – / Остогидло! / Осточортіло! / Осто...» [5, с. 145]. Подаючи латиницею образ людини в низхідній градації значень, Іван Світличний із жалем констатує факт деградації людської особистості в тоталітарному суспільстві, що й підтверджує наступними рядками: «*Homo* цільте у мій кримінальний лоб / (*c'est la vie*, всі ми люди). / Цільте в серце крамольне і вперте. / Щоб – наповал, як команда буде. / *Homo* й сам – автомат» [5, с. 146]. А далі поет наголошує, що ліричний герой його поеми не хоче «самогонного щастя» і «самочинного раю», створених п'яними деградантами, а відтак категорично не погоджується із твердженням жорстоких пристосуванців, які виправдовують свої злочини фразою «*c'est la vie*» (таке життя): «Я не вірую в правду пророчу, / Самогонного щастя не треба мені! / Самочинного раю не хочу! / К чорту всі ваші «*c'est la vie*!» / Чим я винен, / Що в дурній моїй голові – / Рудименти звини? / Що ви правите їх на рівні? / Убезпечете від збочень? / А вони – Хоми невірні, / А вони – не хочуть, / І не буде з них прямої. / Тільки чом я радити мушу, / Що колись за ті звини гнули хребти, / А тепер – тільки душу?» [5, с. 147].

Як бачимо, тут автором подано не лише латинські фразеологізми, а й біблійний також («Хома невірний»). Хома невірний – це той, хто не вірить, тобто людина, яку важко в чомусь переконати. За Біблійними описами, апостол Хома не повірив розповідям про воскресіння розп'ятого Христа. Він сказав, що переконається в цьому лише помацавши рани від цвяхів на руках Христа. Тоді йому явився Ісус Христос і сказав: «Подай перст твій і подивися на руки мої, подай руку твою і вклади в ребра мої, – і не будь невірний, а вірний». (Євангеліє від св. Івана, 20: 27) [6].

Біблія позначилася на розвитку світової літератури та культури загалом, забезпечуючи їх інтертекстами (метафори, порівняння, алегорії, афористичні висловлювання, притчі тощо). Світова культура в усі часи зверталася до біблійно-християнської тематики, інтерпретуючи біблійні образи, мотиви, сюжети, узгоджуючи їх із сакральним змістом Біблії [7, с. 87]. Поезія Івана Світличного теж збагачена біблійними фразеологізмами. Так, у вірші «Покаяння» ліричний герой твердить, що хотів-таки в рай пробратися крізь вушко голки: «Я, звичайно, верблюд. Я підступно й злочинно / В вушко голки циганської ліз, як маньяк. / А питаєте, чом? Та хотів самочинно / Контрабандою в рай прошмигнуть на дурняк» [5, с. 320], що відсилає до Біблійного твердження: «Верблюдові легше пройти через голчине вушко, ніж багатому в Боже Царство ввійти» (Євангеліє від св. Матвія 19:24) [6]. А ось у вірші «Ностальгія» поет згадує по «хліб насущний»: «І трудодні, й двожилні тижні. / І січка-дріботня секунд / (Дамоклів меч на волоску!). / Й куранти вічності всевишні. / І пірамідами піску / Віки й віки скоропостижні, / Насущні хліб і сіль престижні / Для лицарів і для паскуд» [5, с. 39]. Цей фразеологічний зворот

можна трактувати як метонімію або її різновид, синекдоху. Через образ хліба насущного (щоденного) тут передано потребу людини в щоденному прохарчуванні, яке є основою існування будь-якого живого організму. Джерелом цього загальноживаного фразеологізму є Біблія, слова з молитви «Отче наш...» (Євангеліє від св. Матвія 6: 9, 10, 11, 12, 13) [6].

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Сучасне послугоування фразеологічними зворотами є вільним, адаптованим до тієї чи тієї комунікативної ситуації. Вони можуть бути серйозними, навіть суворими, або жаргівливо-іронічними, настановчими, попереджувальними, застерігальними, повчальними тощо. У будь-якому випадку такі крилаті вислови збагачують мову, посилюють емоційний ефект сказаного, акцентують увагу на важливих життєвих проблемах, що складають посутню частину життєвого процесу людини. Вмонтовані ж у поетичні твори фразеологічні одиниці набувають оригінального трактування.

Мова поетичних творів Івана Світличного рясніє багатогранними фразеологічними зворотами, що свідчить про образність мислення поета, гостроту думки, витонченість та неповторний стиль його поетичної мови. У його віршах відтворено почуття любові до рідної землі, ставлення до праці, науки й освіти, свободи слова і думки, поваги до людини і ненависть до деспотичної влади. Вважаємо, що опрацювання фразеології, майстерно й доречно вмонтованої в поетичні твори, надають тим творам оригінальності й особливого звучання. Вивчення поетичного простору будь-якого митця з цього кута зору у перспективі може бути цікавим і плідним для кращого розуміння його задуму.

#### Література:

1. Віват Г. І. Їжа в пареміях: на перетині культур (монографія). Одеса: ВМВ, 2017. 296 с.
2. Віват Г., Ольховська В. In vino veritas (амбівалентність образу вина та двоїста характеристика процесу його споживання в різних культурах світу). *Густативно-сапористичні модули української та світової культури*: колективна монографія / [за заг. ред. Г. Віват]. Одеса: ФОП «Белій А.С.», 2020. С. 111–123.
3. Іванисенко В. П. Він дарував нам світло (І. Світличний у контексті 60-х рр.). *Дніпро*. 1995. № 7-8. С. 53–61.
4. Еверест філології. Язик до Києва доведе. Режим доступу: [http://tsybulyanskabigmirnet.blogspot.com/2012/03/blog-post\\_17.html](http://tsybulyanskabigmirnet.blogspot.com/2012/03/blog-post_17.html)
5. Світличний Іван. Твори поезії, переклади, публіцистика. 2012. 791 с. Режим доступу: [https://shron1.chtyvo.org.ua/Svitlychnyi\\_Ivan/Tvory\\_poezii\\_pereklady\\_publitsystyka.pdf](https://shron1.chtyvo.org.ua/Svitlychnyi_Ivan/Tvory_poezii_pereklady_publitsystyka.pdf)
6. Біблія. Книги святого письма Старого й Нового Заповіту. *Біблія. Книги Нового Заповіту – Об'єднання біблійних товариств*. 1990. 1253 с.
7. Віват Г. І. Концепція множинності інтертекстуального дискурсу у творчості поетів-дисидентів (І. Калинець, М. Руденко, І. Світличний, В. Стус): автореф. дис. ... д-ра філол. наук: 10.01.01; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. К., 2011. 38 с.

#### Vivat G. Filipenko O. Phraseological inversions in the poetic space Ivan Svitlychny

**Summary.** The article updates the focus on folklore as a significant segment of culture, which reveals the deep spiritual values of the people and its civilizational progress in general. Special attention is paid to phraseology as a separate genre type of folklore. It is noted that the poetry of Ivan Svitlychny is rich in such linguistic means, which he skillfully weaved into the context of his poetic works, which, according to the authors of the study, gives his texts individual expressiveness and a unique direction. It is noted in the article that this aspect of Ivan Svitlychny's work has not been studied much, that is, despite the fact that Ivan Svitlychny's work has been studied by many researchers, in those studies more attention is paid to Svitlychny, a literary critic, critic, and translator. As for Svitlychny the poet, there are very few such works, and therefore the authors of this article consider the study of this aspect of his work worthy of attention. This article directly deals with those phraseological turns that Ivan Svitlychny used to more vividly depict the reality of a totalitarian society with its restrictions, prohibitions and rigid relations between the authorities and conscious citizens who did not agree to adapt their lives to those prohibitions and obstacles of despotic power. It is noted that the poetic space of Ivan Svitlychny contains phraseological content of both Ukrainian and other languages. The article examines phraseological turns from Ukrainian folklore, with which the author outlined his beliefs about the relationship between artists and the totalitarian government. Linguistic contaminations are also involved, which the author skillfully used to focus the reader's attention on the actual issues of the described situations. The poet's use of parems about animals is also interesting, that is, those where human defects, character traits, shortcomings, etc. are compared with individual animal traits, behavioral characteristics, such as: «hare's soul», «not for a goat's soul», «the cow licked its tongue», «a submissive calf will suck two mothers», «from a bad sheep – even a bundle of wool», etc.

Since the Latin language largely played the role of a donor for the formation of the phraseological corpus of many languages, it did not bypass the Ukrainian language either. Ivan Svitlychny also used Latin idioms in his work, in particular those that promote dignified behavior of a person in society and respect for the human personality. Biblical idioms are also used in the poet's work, in particular those recorded mainly in the four Gospels and the Book of Ecclesiastes.

**Key words:** phraseological turns, contamination, poetic space, biblical quotations, Latin phraseological units.



**Hasanov Akram***Institute of Manuscripts named after Mahammad Fuzuli  
of National Academy of Sciences of Azerbaijan,  
Doctor of Philosophy on theology, Associated Professor  
ORCID: 0009-0003-3365-0747*

## POETIC REFLECTION OF PATRIOTIC FEELINGS IN LYRICS

**Summary.** The main objective of the article is the need for broad commentary on the patriotic theme, one of the traditional themes of Azerbaijani poetry, to deeply analyze the features of reflecting patriotic feelings, especially lyric poetry. It is noted that researchers usually talk about Azerbaijani poetry of the early 20th century in their thoughts and lectures.

First, it should be noted that the Motherland, patriotism are historical concepts. The meanings were commented on at different times, in different forms, depending on the socio-political system of society. In the early stages of the development of society, during the tribal system, when the concepts of the Motherland and patriotism had not yet arisen, people explained their love for the native land on which they lived in different ways.

It is emphasized that at subsequent stages of historical development, a class society was formed, the borders of the countries in which people lived were determined, and thus, the concept of the Motherland was formed in their minds. It was reflected in oral folk literature and examples of expressing the feeling of love for the homeland in bayati and songs were formed.

Method and methodology of the study. During the study, the texts were analyzed, historical-comparative and other general scientific analytical methods were used.

The novelty of the article is that it examines the issues of poetic reflection of patriotic ideas propagated in Azerbaijani poetry.

Conclusion. The author draws attention to the fact that in the poetry of the Azerbaijan Jumhuriyat period, the expressions “Turkish people”, “Turanian people”, “Flag of the Turk” were often encountered. It is noted that this is not accidental, since in those years Turkism was the source of national ideology and ideas for Azerbaijani poets. They wanted all Turks to unite into a single front. This desire was a dream, but in any case it was the result of a great goal, will and intention. It is noted that such outstanding intellectuals as Ahmed Javad, Jafar Jabbarli were the first of the authors to dedicate a poem to the national flag of Azerbaijan.

**Key words:** poetry, lyrics, poet, patriotism, struggle, freedom, future.

**Introduction (setting the tasks).** The understanding of patriotism in fictional literature, in the word art is the process of understanding of unit Azerbaijan concept.

This process is characterized by very difficult, as well as a glorious path of development. The great writer Jalil Mammadguluzada writes in his article named “Azerbaijan” published in “Molla Nasraddin” magazine in 1917: “*Oh, my beautiful homeland, Azerbaijan! Where have you been? ... Hey, my brothers from Tabriz, who eat the bread of the land, oh my moonlike faces, round-cheeked, bright-eyed, with bright and sparkling looks brothers, hey my beautiful*

*and charming citizens from Maragheh, Mervand, and Gülüstan, with the beauty of the land and the richness of the soil, hey my brother with a shield from Ardabil! Come, come here and show me the way out! I swear, I am confused! After all the world has been changed, everything has found its original, everything was touched upon, let's gathered and we need to address the matter openly. Let's think about: where is our homeland?!*

*Come, come here, oh the poor sons of the forgotten motherland! Let's see that what a few of our national leaders, which have benefited from the resources of other nations in homeland, estranged from our homeland and unaware of our nation's spirit, will think about you?! Why are you silent, my poor brothers?!”* [1, p. 223].

This was such a period that, the sense of national self-defence was already turned into attribute of national conscious in Azerbaijan. The ideas of folk, homeland, patriotism was gradually beginning to gain conceptual importance. The carriers of these ideas, that is the main authors were Mirza Fatali Akhundzade and Hasan bey Zardabi in XIX century, Ali bey Huseynzade and Ahmad bey Aghaoghlu in XX century, Mirza Alakbar Sabir and Jalil Mammadguluzada, Mahammad Hadi, Abdula Shaig and Abbas Sahhat, Nariman Narimanov and Uzeyir Hajibeyli. “*Among them the name of Jalil Mammadguluzada has a special place. The greatest slogan of XX century was declared by him in the beginning of the century before all: Homeland, homeland, homeland! Nation, nation, nation! Language, language, language”* [2, p. 238].

**The main objective of the article** is the need for broad commentary on the patriotic theme, one of the traditional themes of Azerbaijani poetry, to deeply analyze the features of reflecting patriotic feelings, especially lyric poetry. It is noted that researchers usually talk about Azerbaijani poetry of the early 20th century in their thoughts and lectures.

**The novelty of the article** is that it examines the issues of poetic reflection of patriotic ideas propagated in Azerbaijani poetry.

**The main part.** The question “Homeland, nation, language” put by Jalil Mammadguluzada is put in his play “The book of My Mother” in all seriousness. What is Homeland? Jalil Mammadguluzada gives this question to the sons of Zahrabayim without national soul and thought, understand neither their mother, nor each-others. These three sons became three strangers did not reach at the level in where understand and comprehend this question. But the only sister of these three brothers – Gulbahar does not hesitate about this question. Homeland – unity, Homeland is to serve to the nation, Homeland is to love mother and mother tongue. That is why, Gulbahar’s monologue at the end of the work sounds just like patriotism calling: “*The Earth, sky, moons, and stars wandering through the sky, once again fill the sky at the end of the day, because they are all fragments that have been scattered since ancient times.*

*I believed that my children also would travel to everywhere in the world, again they sooner or later should visit their mother – Zahra; because as the Moon and Stars are the part of the Sun, they are also Moon and Stars of their mother. Woe to the one who wants to break the laws of the nature! His justice and conscience will torment his life continually, and if he has breath, he will regret it”* [1, p. 99–100].

We can summarize that how the feelings of Homeland and patriotism were reflected in the beginning of XX century in Azerbaijani poetry as the following:

Literary critics research the “Literature of Azerbaijan in the beginning of XX century (1900–1920)” as a separate stage. In terms of time, it covered a short period, but this period was both rich and very complex period in the literature of Azerbaijan. In the beginning of the last century, Azerbaijan was colony of Russia, here there were two social structure – feudalism and capitalism relations. Azerbaijani village were still under the feudalism, civilisation of the new century did not reach to the village. However, in Baku capitalism were already developing continuously. The reason for this was operation of “black gold”, petrol by both local and foreign ownerships. That is why, city’s economy in Baku developed and its face was taking on a new form. Cultural life was also reviving. While in 70s of the last year Azerbaijan theatre was only the primary, still not completed form, in the beginning of XX, became the theatre was leading power of the culture of Azerbaijan. However, in the field of press the improvement was front of eyes. The publication of “Molla Nasraddin” magazine, including many newspapers and journals could find a way to the spiritual world of the readers. Besides the press, the number of schools and education institutions had been increased. The famous Baku millionaire Haji Zeynalabdin Taghiyev and other local ownerships were particularly active in this endeavor. Local youths were sent abroad to study.

Of course, the cultural development, progress was right before our eyes. But the socio-politic situation in Azerbaijan was not stable. Russian Empire followed the national educated-men, outstanding thinkers who wish the independence, subjected them different punishments. Nevertheless, Azerbaijanism ideas, national independences wishes were not decreased. The struggle was among on one hand Bolshevik movement “exported” by Russia, on the other hand, well-educated men who want to see Azerbaijan become independent, and on another hand the specific classes under the foreign powers and ideologies.

Academician Kamal Talibzada writes: “*The century was new, the events brought by the century were new. Public consciousness was fastly awakening, the wish of interfering in public life was strengthen. The tasks of Literature should be determined. It was impossible to be continued the old one. Then, how should be the new literature? Which creativity methods can meet the modern requirements, how the literary traditions should be used? What should we reject, what should we master and improve? Which literary powers we should referred to internally, which literary currents and directions should be relied upon? As well as, to study the foreign literatures is one of the important tasks in new literature stage. Russian, including Eastern and European literature attracted a lot of modern writers. How should this literary learning, influence be, which should we relied on, which is it benefit to prefer to? To Russian realism, to Turkish romanticism, to many geniuses of Europe began to rapidly spread and become famous in Azerbaijan? How and in which form?*” [3, p. 238].

Of course, as in socio-political life, in literature, especially in poetry, different tendencies, contradictory relations were going on. National tradition of poems was developing, and new poem styles attract the attention.

And we are interested in the reflection of patriotic feelings in Azerbaijani poetry in the beginning of XX century and we shall forward our attention to this theme.

**Motherland – Azerbaijan personage in lyric poems.** There are two poets by Abbas Sahhat which devoted to Motherland. In the first chapter of dissertation, it was talked about the poem which begins the popular line “The beloved of my heart”. This poem is the clearest example for homeland love. In other poem of the poet which devoted to the homeland Abbas Sahhat does not limit the concept of homeland with only Azerbaijan, begins to the poem with the line “My homeland is Caucasus continent”. And the next lines we can meet the features belonged to Azerbaijan. Because Abbas Sahhat did not travel to Caucasus:

*There are thick and dense forests  
In the mountains the wild gazelles are walking.  
The sky is transparent  
And the springs are very cool and pure.  
The delicate air and water are beautiful,  
The navy-blue sky is heartwarming.  
Colourful flowers grown in the fields  
All faded hearts feel joyful.  
Beautiful land, beautiful country, beautiful place!  
A place in the world that is unique and irreplaceable!  
I love my motherland like my soul,  
Like my heart, part and blood [4, p. 81].*

**Patriotic hero personages in poetry.** XX Patriotic hero personages in Azerbaijani poetry of the beginning of XX century also attracted the readers. These personages have been created in two aspects. The first is the poem himself, he is an outstanding representative of the society in which he lives – of the educated environment, favourite of the people, nation and therefore he is authorized to speak on behalf of his people, nation. He opposes injustice, social indecency, oppression, and violence, wants to see his country become independence and free. Always he raises his voice as a lover of liberty and freedom. Let’s look through the last line of the poem “My soul” by Sabir:

*If I leave, let my aim live forever!  
Viva freedom and sovereignty!  
Viva freedom and sovereignty!  
If I leave, let my aim live forever!... [5, p. 354].*  
And Mahammad Hadi writes in his poet “I am a book”:  
*I am a book, and each of my page is a thousand books,  
Judicial verse is all revolution.  
Let it compel me to read the ideas of revolutionaries,  
Let him see how he is spiritually uplifted by these verses!  
My thoughts no longer shed light to the fading desires,  
My soul is like the sun, giving light [6, p. 114]*

In the poems by both Sabir and Hadi POET-PATRIOTIC personage attracts the attention. Both had the right to admit this truth. Because while their life they tried to spiritual progress the people, nation, voted to freedom and independence feelings. In the poems of both romanticists and critical realists, the calling to their contemporaries, fellow countrymen are related to just happy future of the Homeland. Abbas Sahhat wrote in his poem “Address to the Nation”:

*What were you yesterday, and what is you right now?  
Nation, oh, the son of the homeland, the owner of life!  
Wake up, dear nation, wake up!  
The salvation of the homeland depends on you [4, p. 41].*

While in this poem of Abbas Sahhat, a few sad moods are noticeable, “Benzetme” poem by Sabir the rebellious voice is aloud. Sabir calls the nation to the struggle:

*From the love of time  
The heads appear empty.  
Indifferent, they know  
Brothers are strangers to brothers.  
Let eyes bleed with tears,  
Let the flowing tears end.  
Let the lands, mountains, valleys,  
The stones weep for us...  
Never, let us serve  
For humanity, my companions!  
Valor, oh citizens!  
Devotion, oh citizens! [5, p. 353].*

Sabir was not happy in his life, he had a big family and of course, he lived a life full of financial struggles, moreover, in the last years of his life he suffered from illness. However, the poet did not give up, told to those did not love him, called him atheist and infidel: “I believe that Allah is the Highest and the Most Great, I am the possessor of faith, oh, people of Shirvan! I am sure the non-existence of other religion. I am an old Muslim, oh, people of Shirvan!”. The patriotic personage of Sabir was created in the first time by Abbas Sahhat in literature.

*If any foolish person wrongs, you  
Or if life does not offer you any chance  
Do not grieve, do not despair, be patient  
It won't take long, and people will erect a statue in your name.  
[4, p. 55].*

As well as, in poems by Mahammad Hadi the love for Homeland is powerful and almost, his poetry is all about patriotism.

*Rather than living in slavery,  
I prefer to die freely.  
Draw the sword and charge into the glorious battlefield,  
Courage in this world is worth a thousand precious jewels.  
Express the truth openly, is not a place for laughter or jokes?  
Because the one who says “I am God”  
Will be subjected to great torment [6, p. 135].*

When we acquired with the life of Mahammad Hadi full of tragic and straggles, we will see its relevance both to the poet himself and to the sons of the homeland to whom it is addressed.

Although poets-patriot personages have not a large place in the creativity of Mahammad Hadi, or Abbas Sahhat or Sabir, generally, their poems have been created by the spirit of patriotic.

Negative personages in satiric poems by Sabir are superior. Elegy poet, merchant, intelligent, Mullahs, false national servants, Iranian shah and so on. But there is a personality which he describes as the hero of the time, which he is called Sattar khan, the people's hero struggled against shahlig in Iran in the beginning of the last century.

*Until they destroyed the nation in Tehran  
The Turks made an agreement with Sattar khan,  
They declared hatred against oppression and tyranny,  
They sacrificed their lives for the nation.  
Demonstrated a great heroism and has been martyred,  
I appreciate wise and respectful Sattar khan [5, p. 341].*

The respect of Sabir to the Iranian revolution, Sattar khan and Mashrutah Movement was known not only in Azerbaijan, but also in Iran. It was not occasional that, in that time in the parties held in commemoration of the triumph of the Iranian Revolution this poem of the people's poet had been recited and had caused applause and joy among the attendees. Sabir showed his respect to the revolutionary movement indirectly not only in this poem, but also in satires, such as, “Nolur shirinmazaq etse meni halvayihurriyyat” (What if, the honey of freedom sweet-talks me?), “Nechin vermeyir” (Why he doesn't give), “Halal olsun sene” (Well done).

The respect to Iranian revolution is shown in the creativity of other poets (both romantic, and critic realists). Ahmad, the hero of poem “Ahmad's valour” by Abbas Sahhat is working at the fabric in “Chorni-Gorod”, This young, coming from Iran, not only takes care of himself but also helps his widowed mother and orphaned siblings. And one day he read from newspaper that: “Iran is in complete ruin”. Despite the winter season, this young man who loves his homeland “arrived in his homeland by steamboat”. After a few days, he saw the Fedayeen group with red flags and joined them. He is seriously injured in one of the battles.

*Until that time, the brave Ahmed did not receive any wounds,  
But in the “miserable” period of the military a bullet  
Came and struck his right arm, made him to be covered in  
the blood,  
He became weak, blood was flowing, and he fell to the land.  
With this condition, the struggle lasted for ages.  
In the end, the fedayeen won a glorious victory [4, p. 76].*

On May 28, in Tbilisi Azerbaijan National Board declared the Independence declaration, established Azerbaijan People's Republic. Finally, Azerbaijani people attained the freedom and independence that had been desired for centuries. New revival has been emerged in literature, poets and writers, who dreamed independence and wished to see their people free and happy for a long time, began to describe the independence and the joy of freedom. The poets such as Jafar Jabbarli, Abdulla Shaig, Ahmad Javad, Ungulsum began to be known that independence poet. The literary critic, Professor Alkhan Bayramoghlu, who studies the literature of the Azerbaijan Democratic Republic period, writes in his article “The Essence and Word of Independence” “In that period, although the domestic opposition forces, neighbour peoples, and international imperialism tried to fall dawn Azerbaijan Democratic Republic, there were also its defenders and parties, and national government could find power and skill to use these opportunities. The power and skill that found within the people were more prominently reflected in the literary and artistic thought of the period. It is related to, first, national identity sense, and national patriotism feeling. It is known that national self-understanding is formed based on this patriotism. Because the main source from which each nation draws its strength in the way of socio-political and national-spiritual clashes is the historical way of roots to which he belongs” [7, p. 49].

So, in poetry of Republic times the main leitmotif was feelings of patriotic and independence. For example, the poem “Long live, Azerbaijan” by Jafar Jabbarli has been written in the spirit of patriotism and nationalism:

*In the foggy mountains of Caucasus,  
Azerbaijanian solider  
Is running joyfully,  
Overcoming all obstacles.*

*Protects the borders of his fiery homeland  
Without flinching from the enemies,  
Is killed like the lion,  
Azerbaijani soldier  
March forward, march forward, Azerbaijan.  
March forward, march forward  
Long live, Azerbaijan [8, p. 67].*

Mahammad Hadi who lived with the wish of seeing independence his homeland, was happy for the existence of Azerbaijan Democratic Republic, without doubt, and called his people to educate, to be courage and to acquire knowledge:

*If you have knowledge, skill and wisdom, come in,  
If not, don't be an obstacle to this world of life!  
You must know that this field is for the perfected ones  
The fool on the earth shall live a miserable life.  
The powerful people will have place, be sure,  
Hey weak one, you too shall be buried in the land!  
Progress cannot be achieved with mere words, nor wealth with  
speech  
Wealth and power shall be gained by the knowledge.  
The light and dark cannot be equal,  
Of course, the ones with eye will be leader on the blinds  
[6, p. 311].*

The researcher Ali Saladdin puts forward such an idea that: *"The main poet of People's Republic has been Ahmad Javad. His comprehensive activity, youth, knowing many languages, talent, being loyal to its belief, persuasion, ability to catch the pulse of the times sensitively and other features brought him lasting fame. On the second hand, a great personality like Mahammad Amin Rasulzada took him as his "spiritual son" and supported him for many years which it has a special role in this issue"* [9, p. 92].

The poems by Ahmad Javad were very popular still his period, in the time in which Azerbaijan People's Republic exists. These poems were remembered for its melodious, fluent, and precise expressions. The researcher of Azerbaijan personage in the poetry of Ahmad Javad is especially worth noting. We should note that, in that time, in no other nationalist poet's poems the word "Azerbaijan" was featured as frequently as in the poems of Ahmad Javad.

*I said Heart to your land,  
I called coral your water!  
I have sacrificed my soul,  
My heart, sweetheart,  
My Azerbaijan!  
Hey, hey,  
Hey AZERBAIJAN! [10, p. 65].*

In the poetry of that times several poems have been written related to the flag of Azerbaijan as the expression of patriotic feelings. We can say that, related to this the best poems have been written by Ahmad Javad. In the beginning of this poem (For Azerbaijani flag) Ahmad Javad writes: *"At the moment in which I went to Baku for the first time after the arrival of the English to Baku: on April 10, 1919, to the national flag waving on the parliament building"*.

*The winds of Turkestan will kiss your forehead,  
And talk to you about his pain, my flag!  
The reflection of the three colours from the raven's sea,  
Let be sent to the lover as a gift, my flag! [11, p. 106].*

Professor, outstanding critic Yashar Garayev writes: *"There is three-coloured flag symbol in our history. Three coloured poetries first entered to the fictional mind by the pen of Ahmad Javad.*

*The celestial arc, artistic spectrum is also consisting of three paints in here. There are blue of Goygol, redness of dawn and green of religious-spiritual-national ecology in this poetry. These three colours have served the same purposes in poetry as in the life.*

*Usually, they say that: the moon, and the stars, and blue and red and green came from to our flag from the sky, from the above and top. It is true, from the sky, but the sky of poetry! One of the creators of this sky in artistic, poetic linen have been the painting brush of Ahmad Javad. Imagine: the colour of our coat of arms, music of our hymn, the rhythm of our march was taken from the poetry of Ahmad Javad" [2, p. 372–373].*

#### **Bibliography:**

1. Məmmədquluzadə C. Əsərləri: [altı cilddə] / tərt. ed. Ə. Mirəhmədov, T. Həsənzadə. Bakı : Azərnaşr, 1984. 292 s.
2. Qarayev, Y. Tarix: yaxından və uzaqdan. Bakı : Sabah nəşriyyatı, 1996. 712 s.
3. Talıbzadə K. Seçilmiş əsərləri: [iki cilddə]. Bakı : Azərnaşr, 1991. 399 s.
4. Abbas Səhhət. Seçilmiş əsərləri / tərt. ed. K. Talıbzadə/ Bakı : Lider nəşriyyat, 2005. 456 s.
5. Mirzə Ələkbər Sabir. Hophopnamə / tərt. ed. M.Məmmədov / Bakı : Yazıçı, 1980. 559 s.
6. Məhəmməd Hadi. Seçilmiş əsərləri: [iki cilddə] / tərt.ed. Ə.Hüseynov və b. Bakı : Elm, 1978. c. 1. 470 s.
7. Bayramoğlu A. İstiqlalın özü və sözü. Azərbaycan Cümhuriyyəti dövründə ədəbi hərəkət. Bakı. *Azərbaycan jurnalı*, 2018. № 5, s. 49–55.
8. Rüstəmli A. Cəfər Cabbarlı və milli istiqlal hərəkəti. Bakı : Gənclik, 2018. 168 s.
9. Saləddin Ə. Əhməd Cavad. Bakı : Gənclik, 1992. 328 s.
10. Cavad Ə. Can, Azərbaycan! Bakı. *Ulduz jurnalı*, 1992. № 5–6, s. 65–66.
11. Cavad Ə. Sən ağlama, mən ağlaram. Şeirlər, poemalar. Bakı : Yazıçı, 1991. 208 s.

#### **Гасанов Акрам. Поетичне відображення патріотичних почуттів у ліриці**

**Анотація.** Основна мета статті – потреба широкого коментування патріотичної теми – однієї із традиційних тем азербайджанської поезії, глибокого аналізу особливостей відображення патріотичних почуттів, особливо ліричної поезії. Зазначається, що зазвичай дослідники говорять про азербайджанську поезію початку ХХ століття у своїх розвідках і лекціях.

По-перше, слід зазначити, що Батьківщина, патріотизм – це історичні поняття. Значення коментувалися у різний час, у різних формах залежно від соціально-політичного ладу суспільства. На ранніх етапах розвитку суспільства, під час родоплеменного ладу, коли поняття Батьківщини та патріотизму ще не виникли, люди по-різному пояснювали любов до рідної землі, на якій вони жили.

Наголошується, що на наступних етапах історичного розвитку формувалося класове суспільство, визначалися межі країн, в яких жили люди, і таким чином у їхній свідомості формувалося поняття Батьківщини. Воно знайшло своє відображення в усній народній творчості, були сформовані приклади вираження почуття любові до батьківщини у баяти та піснях.

Метод та методологія дослідження. У ході дослідження було проведено аналіз текстів, використано історико-порівняльні та інші загальнонаукові аналітичні методи.

Новизна статті полягає в тому, що тут досліджено питання поетичного відображення патріотичних ідей, що пропагуються в азербайджанській поезії.

Висновок. Автор звертає увагу на те, що в поезії періоду Азербайджанської Джумхуріят часто траплялися висловлювання «турецький народ», «туранський народ», «прапор тюрка». Зазначається, що це не випадково, оскільки в ті роки тюркізм був джерелом національної ідеології та ідеї для азербайджанських поетів. Вони хотіли, щоб усі тюрки об'єдналися у єдиний фронт. Це бажання

було мрією, але у будь-якому разі було результатом великої мети, волі та наміру. Зауважте, що такі видатні інтелектуали, як Ахмед Джавад, Джафар Джаббарли, були першими з авторів, які присвятили вірш державному прапору Азербайджану.

**Ключові слова:** поезія, лірика, поет, патріотизм, боротьба, свобода, майбутнє.

*Жванія Л. В.,  
кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри іноземної та української філології  
Луцького національного технічного університету*

## ОСОБЛИВОСТІ РЕЦЕПЦІЇ БІБЛІЙНОГО СЮЖЕТУ В ПОЕЗІЇ ЛЕСІ УКРАЇНКИ «ДОЧКА ІЄФАЯ»

**Анотація.** У розвідці здійснено спробу інтерпретації поезії Лесі Українки «Дочка Ієфая» в біблійному контексті, що дозволило відчитати нові сенси, які відкриваються у кореляції твору з текстом Святого Письма.

Зазначено, що основою твору стала біблійна оповідь про одного з суддів народу ізраїльського Ієфая та його обітницю Богові, наслідком якої постала необхідність принесення в жертву власної дочки. Леся Українка опускає подробиці легенди, як відомі читачу, та починає вірш зворушливим зверненням героїні до батька з проханням відпустити її в гори.

Підкреслено, що емоційний тон вірша цілком відповідає змісту біблійної оповіді: дочка не дорікає батькові, не просить залишити її жити. Вона з покорою приймає необхідність самопожертви як щось остаточне й неминуче, залишаючи за собою лише право висловити останнє бажання. Образ дівчини, яка, знаючи про свій трагічний кінець, гідно приймає виклик долі, викликає повагу і глибоке співчуття. Своім добровільним вибором героїня твору демонструє вірність і покору Богу.

У поезії «Дочка Ієфая» в біблійному контексті переосмислено символіку образів сонця, вітру, весни, квітів, землі й крові. Квіти у Біблії уособлюють красу, крихкість та швидкоплинність життя. Оскільки цвітіння рослини є головним, найбільш яскравим періодом її розвитку, праведні у Святому Письмі теж порівнюються з квітучими рослинами.

Подібну паралель проведено і в творі Лесі Українки, героїня якого також «мов квітка». Вона прагне відчутти повноту життя в гармонійному поєднанні краси природи весняних гір, дружнього спілкування та моментів найвищого творчого піднесення. Саме у цей короткий час, проведений у високості гір, дівчина зможе прожити найкращі миті свого життя – цвітіння. Віддавши власну волю і мрії, відмовившись від бажань, героїня вірша повністю покладається на Бога, вона готова підкоритись Божій волі та добровільно піти на жертвну смерть.

**Ключові слова:** Леся Українка, Біблія, біблійні образи, жертва, добровільний вибір.

**Постановка проблеми.** У своїх творчих пошуках Леся Українка раз у раз зверталася до біблійних сюжетів, мотивів та образів, збагачуючи літературу оригінальними інтерпретаціями, що відображають особливості авторського художнього сприйняття світу, а також стилеві пошуки письменства кінця ХХ – початку ХХ ст. Вірш «Дочка Ієфія» постає одним з яскравих прикладів подібних творів, у якому авторка переосмислює відому старозавітну оповідь з Книги Суддів у контексті модерного світосприйняття.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Попри те, що вірш Лесі Українки «Дочка Ієфая» не часто ставав об'єктом

дослідницьких зацікавлень, деякі аспекти зазначеного твору було розглянуто науковцями.

Так, Х. Семерин, обравши для дослідження гендерний методологічний ракурс, стверджує, що центральний мотив тексту Лесі Українки – це «Страждання єврейської жінки і її вимушена рання загибель через примус патріархатної традиції, уособленої в образі Ягве» [1, с. 101]. На її думку, біблійна розповідь про жертвопринесення дівчини, що стала канвою для написання твору «...пов'язана з упослідженим становищем жінки в давньоєврейському суспільстві» [1, с. 101].

На думку І. Бетко вірш «Дочка Ієфая» – це наскрізна алегорія, написана в жанрі сповіді. В центрі твору – лірична героїня з багатим внутрішнім світом, самопожертву якої подано в індивідуально-особистісному контексті [2, с. 130].

Аналізуючи поезію Лесі Українки «Дочка Ієфая» та однойменний вірш М. Старицького на образному й жанровому рівнях, а також на рівні художніх засобів, М. Александрова застосовує порівняльний підхід. Результатом аналізу стає висновок дослідниці про те, що «...очевидна схожість під час уважного і докладного зіставлення цих творів обертається їх протиставленням» [3, с. 32]. Оскільки «Твори презентують різні художні манери і творчі темпераменти, різне поетичне осягнення світу: зовнішнє, одностороннє (лише громадянсько – політична проблематика) – у М. Старицького і внутрішнє, особистісне – у Лесі Українки (посилення індивідуально – суб'єктивного сприйняття світу) [3, с. 35]. На думку дослідниці, в образі ліричної героїні твору «Леся Українка заперечує пасивне страждання, вона стверджує особистість, здатну подолати страх і розпач перед загибеллю» [3, с. 34].

Попри зацікавленість науковців у вивченні окремих аспектів поезії «Дочка Ієфая», проблема специфіки авторської рецепції біблійного сюжету в зазначеному творі Лесі Українки досі залишається недостатньо дослідженою. Відтак **мета розвідки** – інтерпретація поезії Лесі Українки «Дочка Ієфая» в біблійному контексті, що відкриє нові горизонти для осмислення тих сенсів та ідей, які оприявнюються в результаті діалогу авторки з текстом Святого Письма.

**Виклад основного матеріалу.** Основою твору стала біблійна оповідь про одного з суддів народу ізраїльського Ієфая (в перекладі І. Огієнка – Їфтаха). Їфтах був позбавлений спадщини і вигнаний законними спадкоємцями з батьківського дому. Він оселився в землі Тов, в Сирійській області. Там, разом з своєю ватагою, він чинив набіги на ворожі землі та прославився своєю войовничістю. Під час війни амонітян з Ізраїлем старійшини галаадські просили його стати їхнім лідером та очолити військо у битві з амонітянами. Їфтах погодився, втім, з умовою, щоб у разі військової перемоги залишитися «головою та провідником» народу.

Перед боєм Їфтах двічі відправляв послів до царя аммонітян для переговорів, але вони не мали успіху. Тоді, отримавши силу Святого духу для виконання Божої волі «І Дух Господній перебував на Їфтахові...» (Суд. 11: 29), він пішов війною на амонітян та здобув блискучу перемогу. Однак, йдучи у бій, Їфтах дав обітницю Богові. У Книзі Суддів читаємо: «І обіцяв Їфтах обітницю Господеві й сказав: “Якщо справді даси Ти Аммонових синів у мою руку, / то станеться, – виходячий, що вийде з дверей мого дому навпроти мене, коли я вергатимусь з миром від Аммонових синів, то буде він для Господа, і я принесу його в цілопалення”./ І прийшов Їфтах до Аммонових синів воювати з ними, а Господь дав їх у його руку. / І прийшов Їфтах до Міцпи до свого дому, аж ось виходить навпроти нього дочка його з бубнами та з танцями! А вона була в нього тільки одна, – не було в нього, окрім неї, ані сина, ані дочки./ І сталося, як він побачив її, то роздер одержу свою та й сказав: “Ах, дочко моя! Ти справді повалила мене, і ти стала однією з тих, що нещасливають мене. Бо я дав Господеві обіт, і не можу відмовитися від нього”./ А вона відказала йому: “Батьку мій, ти дав обітницю Господеві, – зроби мені, як вийшло з твоїх уст, коли Господь зробив тобі пімсту на твоїх ворогів, на Аммонових синів”./ І сказала вона до свого батька: “Нехай буде мені зроблена оця річ: відпусти мене на два місяці, і нехай я піду й зйду на гору, і нехай оплачу дівування своє я та приятельки мої”./ А він сказав: “Іди!” І послав її на два місяці. І пішла вона та її приятельки, і оплакувала дівування своє./ І сталося в кінці двох місяців, і вернулася вона до батька свого, а він учинив над нею свою обітницю, яку обіцяв був, і вона не пізнала мужа. І сталося це звичаєм в Ізраїлі: / рік-річно ходять Ізраїлеві дочки плакати за дочкою гілеадянина Їфтаха, чотири дні в році» (Суд. 11: 30–40).

Згідно зі Старим Завітом, жертвопринесення було ключовим способом доступу, поклоніння та взаємодії з Богом, засобом отримання благодаті, возз'єднання людини з Творцем. У книзі Левіт, що містить закон, який покликаний регулювати процес жертвоприношень, докладно описано спосіб принесення жертви цілопалення<sup>1</sup>, яка символізувала обов'язок підкорятися Богові. В дар можна було приносити лише певні види тварин. Людські жертви у Біблії піддаються осуду: «Не зробиш так Господеві, Богу своєму; бо всяку гидоту, яку Господь зненавидів, робили вони богам своїм, бо навіть синів своїх та дочок своїх вони палять в огні для богів своїх» (Повторення Закону 12:31).

Хоча, як зазначає Н. Фрай, «принесення дітей у жертву Молохові... Біблія, звичайно, засуджує (напр., 2 Цар. 16: 3). Однак автори Старого Заповіту висловлюються не так категорично, коли такі жертви приносять, аби накласти прокляття, виконати обітницю чи здійснити помсту... І, хоч закон Книги Вихід погорджує жінками та іншими істотами жіночої статі, Їфтах на виконання обітниці приносить у жертву свою дочку (Суд. 11: 34 і далі). При цьому Біблія наголошує на двох моментах: на незайманості дівчини, що робить її непорочною, а отже, придатною для жертвопринесення, і на тому, що вона спричинилася до зародження місцевого культу...» [4, с. 267]

Леся Українка упускає подробиці легенди<sup>2</sup>, як відомі читачу з Біблії, та починає свій твір зворушливим зверненням героїні

до батька з проханням відпустити її в гори. Загалом весь твір побудовано у формі монологу-звертання дівчини, приреченої батьківською обітницею на смерть. Прохання «Пусти мене, мій батеньку, на гори...» [5, с. 339], що повторюється декілька разів, посилює благально-журливий загальний настрій поезії.

Слід зазначити, що емоційний тон вірша цілком відповідає змісту біблійної оповіді: дочка не дорікає Іефая, не просить залишити її жити. Вона з покірою приймає необхідність самопожертви як щось остаточне й неминуче, залишаючи за собою лише право висловити останнє бажання. Образ дівчини, яка, знаючи про свій трагічний кінець, гідно приймає виклик долі, викликає повагу і глибоке співчуття. Своїм добровільним вибором героїня твору демонструє вірність і покіру Богу, що спонукає до роздумів про цінність свободи волі, яка підкреслює гідність людини як істоти, створеної за образом та подобою Божою.

Використання біблійної символіки стає ключем до глибокого розуміння смислових прошарків тексту поезії. Так, гори в Біблії постають місцем трансцендентних духовних переживань, духовного зростання, зустрічі людини з Богом. Це простір, де відбуваються сакральні події, такі як отримання заповідей Мойсеєм на горі Синаї чи преображення Христа на горі Фавор. Прагнення дочки Іефая останні місяці життя провести в горах підкреслює внутрішню спрямованість героїні твору до духовної сфери. Про це ж свідчить і її здатність до творчої самореалізації:

Хай я сама сирій землі належу,  
– віддай мене тому, кому обр'їк,  
а те, що я на горах заспіваю,  
належить сонцю, вітрові й весні;  
кров кане в землю, а воно полине... [5, с. 339]

Здатність до творчості, згідно Біблії, – одна з властивостей, яка відбиває образ Божий в людині. Саме тому спів дівчини належить не матеріальному світові, як кров – землі, а духовному: «сонцю, вітру й весні». Вітер є символом свободи та руху, що відображає динаміку божественного впливу на людське життя. Слід зазначити, що вітер у Біблії часто асоціюється з Духом Святим або божественним натхненням, а сонце постає символом особистості Бога та Його присутності: «Бо сонце та щит – Господь, Бог!» (Пс. 83:12). Весна ж оспівується у Писні Писень як час кохання та квітнування природи (Песн. 2:11–13).

Біблійним образами сонця, вітру, весни, що символізують зв'язок з небом і життям, у вірші протиставлено образи землі й крові. Оскільки «душа тіла в крові» (Лев.17:11), пролиття крові у Святому Письмі слугує метафорою смерті: «І топтав Я народи у гніві Своїм, і ламав їх у люті Своїй, і вилив на землю їхню кров!» (Ісаїя 63: 6).

У Святому Письмі першорядне значення має взаємозв'язок людини із землею. Книга Буття розповідає, що Господь створив людину з пороку земного. Акт непослуху перших людей призвів до винесення Божого присуду: «За те, що ти послухав голосу жінки своєї та їв з того дерева, що Я наказав був тобі, говорячи: Від нього не їж, проклята через тебе земля!... У поті свого лица ти їстимеш хліб, аж поки не вернешся в землю, бо з неї ти взятий. Бо ти порох, і до пороку вернешся» (Буття 3:17, 19).

Лейтмотивом через весь вірш проходять образи квітів, що символізують красу, молодість, розквіт життя. Це й «рожевий дощ» мигдалевого цвіту і квіти золотой барви, і сама героїня

<sup>1</sup> Цілопалення – вид жертвоприношення під час якого тварину спалювали на вогні цілою.

<sup>2</sup> Н. Фрай у праці «Великий код: Біблія і література» згадує оповідь про їфтаха та «його поквашу присягу», як приклад історії «схожої на легенду й казку» [4, с.76.]

твору, яка, перед смертю на жертвному камені, нагадує похилу квітку.

Квітка у біблійній символіці часто постає уособленням краси, крихкості та швидкоплинності життя. Деякі квіти живуть лише кілька днів. Потривожені подихом вітру, пелюстки опадають на землю. Саме така метафора використовується в псалмах, у книгах пророків та в Новому Заповіті для зображення людського життя: «Людина, що від жінки народжена, короткоденна та повна печалями: вона виходить, як квітка й зів'яне...» (Іов. 14:).

З іншого боку, оскільки цвітіння рослини є головним, найбільш яскравим періодом її розвитку, коли навесні вона віддає всі свої соки і життєві сили, праведні у Святому Письмі теж порівнюються з квітучою рослиною.

Подібну паралель проведено і в творі Лесі Українки, героїня якого також «мов квітка». Вона прагне відчутти повноту життя в гармонійному поєднанні краси природи весняних гір «...де вітер цвіт з мигдалів обсипає...» [5, с. 339], дружнього спілкування з «коханими» подругами та моментів найвищого творчого піднесення, яке реалізується дівчиною у співі. Саме у цей короткий час, проведений у високості гір, героїня твору зможе прожити найкращі миті свого життя – цвітіння. Адже усвідомлення дівчиною власної приреченості до неминучої жертвної смерті, яка відкладена лише на кілька місяців, максимально підвищує цінність кожної миті буття, що дозволяє відчутти щастя у найбільш сконцентрованому вигляді:

Бо знатиму: хоч би сто літ жила,  
такої пісні вже б не заспівала,  
життя такого більше не зазнала б,  
як в час прощання на горі високій [5, с. 340].

Слід зазначити, що квітка в Біблії також є метафорою божественної благодаті, яка проявляється у світі. У творі Лесі Українки дівчина хоче віддати свої мрії золотим квіткам (золото уособлює Божу славу, досконалість, цінність), а свою волю – вітрові (образ якого символізує Святий Дух):

Я золотим квіткам віддам всі мрії,  
а вітрові свою дівочу волю,  
мов пелюстки осиплються бажання [5, с. 339].

Віддавши мрії і власну волю, відмовившись від бажань, героїня вірша повністю покладається на Бога, вона готова підкоритись Божій волі та добровільно піти на смерть: «...з гір прийду мовчазна і покірنا, / схилилось, мов квітка, на жертвний камінь» [5, с. 339].

**Висновки.** Відтворюючи трагізм старозавітної легенди у поезії «Дочка Ієфая», Леся Українка використовує не лише сюжет оповіді з Книги Суддів, а й численні біблійні образи, інтерпретація яких в контексті Святого Письма стає ключем до глибшого розуміння смислових прошарків тексту твору. Авторка переосмислює символіку образів сонця, вітру, весни, квітів, землі й крові.

Оскільки гори в Біблії постають місцем трансцендентних духовних переживань, зустрічі людини з Богом, то прагнення дочки Ієфая останні місяці життя провести в горах підкреслює, внутрішню спрямованість героїні твору до духовної сфери. Біблійним образам сонця, вітру, весни, що символізують зв'язок з небом і життям, у вірші протиставлено образи землі й крові. Оскільки «душа тіла в крові», пролиття крові у Святому Письмі слугує метафорою смерті.

Лейтмотивом через весь вірш проходять образи квітів. Квітка у біблійній символіці часто постає уособленням краси, крихкості та швидкоплинності життя. З іншого боку, оскільки цвітіння рослини є головним, найбільш яскравим періодом її розвитку, праведні у Святому Письмі теж порівнюються з квітучою рослиною.

Подібну паралель проведено і в творі Лесі Українки, героїня якого також «мов квітка». Вона прагне відчутти повноту життя в гармонійному поєднанні краси природи весняних гір, дружнього спілкування та моментів найвищого творчого піднесення. Саме у цей короткий час, проведений у високості гір, дівчина зможе прожити найкращі миті свого життя – цвітіння. Адже усвідомлення героїнею твору власної приреченості до неминучої жертвної смерті, яка відкладена лише на кілька місяців, робить надзвичайно цінною кожну мить буття, що дозволяє відчутти щастя у найбільш сконцентрованому вигляді. Віддавши власну волю і мрії, відмовившись від бажань, героїня вірша повністю покладається на Бога, вона готова підкоритись Божій волі та добровільно піти на жертвну смерть.

Образ дівчини, яка, знаючи про свій трагічний кінець, гідно приймає виклик долі, викликає повагу і глибоке співчуття. Своім добровільним вибором героїня твору демонструє вірність і покору Богу,

Таким чином, переосмислюючи проблему жертви, у біблійному контексті, Леся Українка пропонує замислитись над питаннями про вибір, про цінність свободи волі – властивості, що підкреслює гідність людини як істоти, створеної за образом та подобою Божою.

#### Література:

1. Семерин Х. Гендерні виміри єврейської теми у поезії Лесі Українки. *Studia ukrainica posnaniensia*, vol. VIII/2: 2020, pp. 97–105. ISSN 2300-4754. DOI: 10.14746/sup.2020.8.2.07
2. Бетко І. *Біблійні сюжети і мотиви в українській поезії кінця XIX – початку XX століття*. Zielona gora; Kijow, 1999. 160 с.
3. Александрова М. Дві версії біблійного сюжету «Дочка Ієфая»: Михайло Старицький та Леся Українка. *Слово і час*. № 12, 2016. С. 30–36.
4. Фрай Н. *Великий код: Біблія і література*. Львів: Літопис, 2010, 362 с.
5. Українка Леся. *Повне академічне зібрання творів у 14 томах*. Т. 5. Луцьк: ВНУ, 2021. 928 с.

#### Zhvania L. Peculiarities of the reception of the biblical plot in Lesya Ukrainka's poetry «Daughter Jephthah»

In the investigation, an attempt was made to interpret the poetry of Lesya Ukrainka “Daughter Jephthah” in the biblical context, which allowed to read new meanings that are revealed in the correlation of the work with the text of the Holy Scriptures. It is noted that the basis of the work was the biblical story about one of the judges of the Israelite people, Jephthah, and his vow to God, which resulted in the need to sacrifice his own daughter. Lesya Ukrainka omits the details of the legend, as known to the reader, and begins the poem with the heroine's touching appeal to her father with a request to let her go to the mountains. It is emphasized that the emotional tone of the poem fully corresponds to the content of the biblical story: the daughter does not reproach her father, does not ask him to let her live. She humbly accepts the necessity of self-sacrifice as something final and inevitable, reserving only the right to express her



last wish. The image of a girl who, knowing about her tragic end, accepts the challenge of fate with dignity, evokes respect and deep sympathy. By her voluntary choice, the heroine of the work demonstrates loyalty and obedience to God. The symbolism of the images of the sun, wind, spring, flowers, earth and blood is reinterpreted in the poem “Daughter Jephthah” in the biblical context. Flowers in the Bible represent the beauty, fragility and transience of life. Since the flowering of a plant is the main, most vivid period of its development, the righteous are also compared to flowering plants in the Holy Scriptures. A similar parallel is drawn in the work of Lesya Ukrainka,

whose heroine is also “like a flower”. She strives to feel the fullness of life in a harmonious combination of the natural beauty of the spring mountains, friendly communication and moments of the highest creative elevation. It is in this short time, spent in the height of the mountains, that the girl will be able to live the best moments of her life – flowering. The heroine of the poem renounces her own will, dreams and desires and completely relies on God, she is ready to submit to God’s will and voluntarily go to a sacrificial death.

**Key words:** Lesya Ukrainka, Bible, biblical images, victim, voluntary choice.

*Коломієць Н. Є.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри української та зарубіжної літератур  
Криворізького державного педагогічного університету**Яременко Н. В.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри української та зарубіжної літератур  
Криворізького державного педагогічного університету*

## РІЗДВЯНА ТЕМА В УКРАЇНСЬКІЙ ТА ЗАРУБІЖНІЙ ДИТЯЧІЙ ПРОЗІ XIX – ПОЧАТКУ XX СТОЛІТЬ: КОНЦЕПЦІЯ МІСТИЧНОГО

**Анотація.** У статті зроблено спробу дослідити концепцію містичного у творах різдвяної тематики для дітей та юнацтва вітчизняних і зарубіжних письменників XIX – початку XX століть. Встановлено, що у творах різдвяної тематики містичне насамперед обумовлене часовою маркованістю, приналежністю до свята, синкретичний зміст якого знаходить свої витoki в дохристиянській традиції. Цей період у свідомості людей асоціюється з взаємиченням, проявами надприродного.

Із XIX століття різдвяно-новорічна тема порушувалася в дитячій прозі різних національних літератур: українській (оповідання «Морозенко» Панаса Мирного, «Ялинка» М. Коцюбинського та ін.); німецькій (повість-казка «Лускунчик та Мишачий король» Е. Гофмана; казки «Ялинка», «Снігова королева» Г. Андерсена та ін.); англійській (повістях «Різдвяна пісня в прозі», «Цвіркун у запічку» Ч. Дікенса та ін.) тощо. Містичне в літературі XIX століття виходить на новий рівень, набуває різноманітних художніх форм у порівнянні з добою Просвітництва, основою якої були категорії раціонального та логічного.

Художній доробок прозаїків засвідчив, що однією з доміант різдвяних історій є відтворення сподівань людей на поліпшення різних життєвих сфер. Соціальний аспект різновекторно осмислюється в більшості аналізованих творів. Містичне сприяє виразненню можливості духовної трансформації особистості; підсиленню трагізму, зумовленого загибеллю молодих людей; утвердженню ідей гуманізму та істинних цінностей тощо. Ірраціональний світ творів спирається на нижчу міфологію. Містичні елементи аналізованих текстів продукують особливу емоційну тональність, зацікавлюють юного читача потаємним та недосяжним. Уведення надприродного в художню структуру творів дозволяє авторам вплинути на формування морально-етичних орієнтацій читача-дитини.

**Ключові слова:** мала проза, жанр, оповідання, стиль, містичний елемент, містичне, надприродне, сакральний час, різдвяні історії.

**Постановка проблеми.** Одним із актуальних напрямів, до яких звернено увагу сучасного літературознавства, є питання художньої специфіки різдвяних оповідань. Святкова художня традиція у творах для дітей та юнацтва українських і зарубіжних письменників формується з XIX століття. Характерними

особливостями текстів, у яких передано атмосферу різдвяно-новорічних свят, є подієва співвіднесеність із сакральним періодом, щасливе закінчення, увиразнення моральних цінностей та загальнолюдських ідеалів, введення містичних елементів тощо. Моделювання художнього світу цілої низки різдвяних оповідань базується на інтерпретації містичного як реальності, що є еквівалентною навколишній дійсності, попри її ірраціональні прояви. Як стверджують О. Горбонос, А. Карюхіна, апеляція письменників «<...> до містики є скоріше явищем закономірним, аніж спонтанним, адже містика – це одна із реалій світу, який оточує людину, і є складовою її світовідчуття [1, с. 7]. У творах різдвяної тематики містичне передусім пов'язане з часовою маркованістю. Із XIX століття ця тема осмислювалася в прозових творах для дітей та юнацтва різних жанрових модифікацій та національних літератур:

- українській (оповідання «Морозенко» Панаса Мирного, «Ялинка» М. Коцюбинського та ін.),
- німецькій (повість-казка «Лускунчик та Мишачий король» Е. Гофмана, казки «Ялинка», «Снігова королева» Г. Андерсена та ін.),
- англійській (повістях «Різдвяна пісня в прозі», «Цвіркун у запічку» Ч. Дікенса та ін.),
- французькій (новела «Різдвяна казка» Гі де Мопассана та ін.) тощо.

Ця ж тема актуалізується й сучасними митцями, набуваючи різних художніх форм втілення та маючи спільний часовий маркер. Низка творів має близьку за емоційним наповненням атмосферу святковості та чудес. Особливості моделювання художнього світу різдвяних оповідань обумовлені традиційним баченням зимових свят як магічного етапу, що сповнює життя дивовижними подіями; релігійним поглядом на Різдвяну ніч як чудо народження; закоріненим у міфологію трактуванням цих днів як можливості для розгулу нечисті. Цей сакральний час у свідомості людей пов'язаний із взаємиченням, містицизмом та проявами надприродного.

Вивчення концепції містичного в різдвяних оповіданнях обумовлено потребою сучасного літературознавства з'ясувати особливості художнього трактування свята, розкрити художні прийоми актуалізації ментальної пам'яті людства в літературі для дітей та юнацтва, що дозволить увиразнити особливості

творчих пошуків митців у контексті осмислення сакрально-магічної семантики.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** До вивчення питання художньої специфіки різдвяних оповідань нині звертаються вітчизняні та зарубіжні літературознавці. Генезис цього жанру, специфіку хронотопу досліджували І. Буркут [2], О. Колінько [3] та ін. На наявність у текстах різдвяних творів фантастичних або містичних елементів вказували О. Колінько [4], О. Кравець [5], та ін. І. Соловцова, О. Якименко [6], В. Добродій [7], Т. Данилюк-Терещук [8] та ін. вивчали художні особливості різдвяних історій у творчості окремих авторів. Переважна більшість науковців відзначає, що різдвяні твори мають специфічні риси, як-от: втілення ідеї трансформації світу на засадах гуманізму; щасливий фінал, оскільки Різдво асоціюється в людей із можливістю чуда, наявність загадкових модифікацій, метаморфоз, на які впливають надприродні сили. Однак концепція містичного в прозових творах різдвяної тематики для дітей та юнацтва вітчизняних і зарубіжних письменників залишається недостатньо вивченою.

**Мета статті** полягає в тому, щоб з'ясувати концептуальні особливості містичного в прозових творах різдвяної тематики для дітей та юнацтва.

**Виклад основного матеріалу.** Культурно обумовлене сприйняття Різдва, що базується на прадавніх уявленнях, релігійних канонах та міфологічних первнях, є близьким для багатьох народів світу та традиційно пов'язує цей день з оновленням, потенцією розвитку та надіями на покращення різних сфер життя. Л. Сорочук, досліджуючи українську та європейську практику різдвяно-новорічних святкувань, вказала на їхню етнографічну різноманітність та відзначила спільне, що базується на архетипних уявленнях, відстежила джерела традиції співу пісень у ці дні: «Європейські звичаї колядування закорінені в римських величальних новорічних гімнах. Це коріння сягає тих далеких часів, коли Європа ще не була християнською» [9, с. 135]. Традиції святкування Різдва, звичаєво-обрядові дієства в різних народів мають багато спільного, що виходить за етнічні та національні межі, та закорінено в міфорелігійну свідомість.

Апеляція до подібних ментальних матриць у провідній темі художніх творів сприяє наповненню текстів сакральним змістом. Семантика цього свята як часу, що уможливило незвичайні події, знаходить свою художню реалізацію в літературних творах різних народів. Т. Данилюк-Терещук відзначає, що «Різдяні оповіді» Ч. Діккенса, англійського письменника доби Вікторіанства, стали «<...> визначальними для нової жанрової ідентичності» [8, с. 12] літературного різдвяного оповідання. Дослідниця стверджує, що поступово твори цієї тематики з'явилися і в українській літературі: «Від середини XIX – початку XX ст. цей жанр активно освоюють Олена Пчілка, І. Франко, В. Стефанік, Леся Українка, С. Васильченко, Г. Хоткевич, Грицько Григоренко, М. Обачний та ін. Талановиті митці знаходили в різдвяному оповіданні нові та цікаві можливості для втілення своїх творчих задумів» [8, с. 12].

Слід відзначити, що містичне у літературі XIX століття набуває нових конотацій після епохи Просвітництва, яка на перший план висувала категорії раціонального та логічного. Відтворення надприродного «<...> змінюється відповідно до розширення поняття особистості й рефлексії про неї», воно «<...> інтелектуалізується, гуманізується й аксіологізується» [10, с. 119].

Містичні елементи є вагомим складовим творів різдвяної тематики. Прояви надприродного, починаючи від релігійного трактування дива народження Христа, наповнюють художній зміст більшості текстів. Однією з домінант різдвяних історій є відтворення надій та уповань людей на покращення різних сфер життя, утвердження гуманістичних ідеалів у соціумі. У повісті Ч. Діккенса «Різдвяна пісня в прозі» часопросторова організація, специфіка якої обумовлена приналежністю до свята, дозволила автору ввести в художню структуру творів образи духів, примар, змістити часові площини. Уявно-міграційні візії містичного змісту сприяють утвердженню гуманістичного ідеалу. Міфологічні образи Духів Різдва виявляють здатність перенести людину з реальності в неіснуючий локус, пробудити природне милосердя та моральні якості Скруджа. Це обумовлює процес трансформації персонажа від людиноненависництва до людинолюбства (нетерпимість до бідних переросла в співчуття, помста – в прощення, егоїзм – в альтруїзм).

Синтез реального та надзвичайного стає можливим у творі завдяки введенню картин сновидінь. Митець наголошує на глибині сну («<...> він заснув мертвецьким сном» [11, с. 58]); фізіологічних («Скруджа затрусило як у лихоманці» [11, с. 59]) та психічних («<...> воно здавалося йому страшнішим від цілої дюжини примар <...> мимохідь із жахом подумав» [11, с. 59]) станах; ірраціональному походженню видінь («<...> лежачи на своєму ліжку, був ніби в самому центрі плями червонуватого світла, яке заструменіло невідь звідки, щойно годинник пробив першу» [11, с. 59]).

Містична історія потойбічного каяття, митарств і поневірянь душі Марлі, його бажання морального очищення виявилася стимулом для культурного самоствердження головного персонажа. Сцени страждань померлих поєднуються з моралізарством автора, яке спрямовано на викриття помилок живих людей: «Він побачив сонми примар. Із жалібними криками й стогонами вони неспокійно носилися в повітрі туди-сюди, і всі, як і дух Марлі, були в ланцюгах <...> Усім цим духам дуже хотілося втрутитися в справи смертних і принести добро, але вони вже втратили цю можливість навіки, і саме це й було причиною їхніх мук» [11, с. 57]. Концепція містичного в цьому творі спрямована на утвердження ідеї морального переродження особистості. А Різдво в етиці митця – це відправна точка народження нової людини, або його духовно-морального відновлення.

Спільним прийомом для творів «Різдвяна пісня в прозі» Ч. Діккенса та «Лускунчик і Мишачий король» Е. Гофмана є застосування прийому сну, який дозволив пояснити переплетіння реального та містичного. У казці німецького письменника-романтика дива, що відбуваються, містять елементи перетворень, фантастичних пригод. Явище двосвіття, характерне для творчості митця, увиразнило неідеальність реальності, протиставивши їй моральні домінанти містичного світу. Усе це дозволило автору ввести дидактичні відступи, які акцентують на загальнолюдських цінностях доброти та взаємопідтримки.

В українських прозових творах різдвяно-новорічної тематики, що увійшли в коло дитячого читання в XIX – на початку XX століть акцентовано на соціально-психологічному («Ялинка» М. Коцюбинського, «Морозенко» Панаса Мирного), національному («Дим (Різдвяна казка)» В. Винниченка та ін.), морально-етичному («Сосонка» Олени Пчілки) векторах. В оповіданнях М. Коцюбинського та Панаса Мирного

виразно постає соціальний аспект повсякдення. Митцями відтворено злиденне існування бідних селянських родин, матеріальні нестатки. Містичне є складовою частиною художнього світу твору «Морозенко» Панаса Мирного. Площину невидимого репрезентовано надприродними сутностями, що беруть початок із фольклору (образ Морозенка, Віхала), і персонафікованими образами сніжинок та інею. Катря лякала Морозенком свого семилітнього сина, який вирішив іти за п'ять верст до хрещеного батька посипати на Новий рік. Жінка розповідала, що він має очі з криги, холодом дихає та снігом встилає шлях. Як Василька (персонажа з оповідання «Ялинка» М. Коцюбинського), так і Пилипка бідність та соціальна невлаштованість родини штовхає в далеку дорогу в завірюху. Дитяча фантазія трансформує незбагнений світ природи, коли ліс ввижається «<...> темним срашилом з чорними корявими ногами» [12, 252], кінцівкам якого не було ліку; вигуки сови та сича сприймаються за регіт Морозенка; галявина вбачається його горницею тощо. Зміна свідомості від переохолодження та втоми обумовлює видіння, що супроводжується дивовижними візуальними ефектами, танцями, співами та розмовами сніжинок, крутінням інею, музичним супроводом цвіркуна.

Схожі картини малює уява головного персонажа оповідання «Ялинка» М. Коцюбинського, коли хлопчик везе деревце пану: «<...> здорові кострубаті дуби стояли в лісі, мов страховища, і звідусюди простягали до нього цупкі чорні гілки. Василькові здалося, що то мерці, закутані білим покривалом, простягають до нього свої руки» [13, с. 13]. Як стверджує Н. Коломієць, сфера містичного суб'єктами творів «трактується як достеменна реальність, що втілюється в дивних формах, набуває ознак непояснюваності, моторошності, неосяжності тощо. Твори містичного звучання в реципієнта викликають відповідний почуттєвий резонанс, психічне напруження» [14, с. 194].

Панас Мирний не тільки художньо передає галюциногенні візії дитини, а й простежує фізіологічні зміни (що відбуваються від виснаження та зниження температури тіла) від сонливості до повного обмороження: «Йому було так хороше. Холоду він не почував, руки й ноги терпли-німіли, неміч чи сон колихав його стиха...» [12, с. 256], «<...> голова ходором заходила, посипались іскорки з очей і разом все перед ним освітилось» [12, с. 257], «Загуло в Пилипка у вухах, тисяча свічок засвітило в очах, і він побачив дідугана Морозенка» [12, с. 257], «Не зітхнув Пилипко, не струснувся!.. Все в йому й кругом його затихло, покритися темним холодним спокоєм...» [12, с. 257]. Опис цих трансформацій надає оповіді додаткового емоційного навантаження. Психологічний портрет хлопчика увиразнює осмислення автором теми нездійсненої мрії. Остання думка Пилипка при свідомості була: «Докажу-таки матері, що Мороза її не злякавсь. Не страшний він мені, хоч спершу було наче страшно. А тепер... ні! не боюсь... не страшний» [12, с. 256].

У фольклорному стилі, використовуючи засіб психологічного паралелізму, митець віщує недобрі новини для села: «Вже білий світ носився понад землею; надумалось сонце вставати й послало вперед себе аж два червоні стовпи. Стоять вони на краю неба, піднялися високо вгору, бувають своїм червоним світом, пророкують людям щось лихе на сьогодні...» [12, с. 257]. Ці явища природи передвіщають катастрофу. Вони сприймаються людьми як містичний знак, провісник біди. Коли сусіди знайдуть замерзлим в лісі Катрю та хлопчика, дід згадає цю прикмету: «Недаром сонце всі оці дні такі стовпи ставило <...>

Шкода молоді сили – подавив мороз» [12, с. 260]. Соціальна оцінка подій завершує твір. Фрази сусідів («Та й краще! <...> Не задавив би мороз, то голод догриз!» [12, с. 260], «Не жалкуйте, діду, малого: раніше вмерло, менше горя знатиме!» [12, с. 260]) драматизують фінал, наголошують на антигуманності світу, в якому смерть молодих людей сприймають як вирішення проблем.

Згідно з авторським визначенням жанру твір «Дим» В. Винниченка є різдвяною казкою. Митець на початку тексту апелює до уявного читача, використовуючи сакральний час Різдва як період для прослуховування казок. Основний текст твору порушує філософські, національні, морально-етичні питання через міфологічні образи Назад і Вперед, які є синами Життя.

**Висновки.** Різдвяно-новорічна тема актуалізувалася в дитячій прозі XIX століття. Прикладами можуть бути твори українських («Морозенко» Панаса Мирного, «Ялинка» М. Коцюбинського та ін.), німецьких («Лускунчик та Мишачий король» Е. Гофмана, «Ялинка», «Снігова королева» Г. Андерсена та ін.), англійських («Різдвяна пісня в прозі», «Цвіркун у запічку» Ч. Діккенса та ін.) митців. Особливістю моделювання художньої картини світу в них є введення надприродних, ірраціональних елементів. Концепція містичного обумовлена передусім зверненням до часу різдвяних свят, що надало художньої переконливості незвичайним подіям, переміщенню в просторі, введенню в систему образів представників невидимого світу, розширенню обширів твору за рахунок неіснуючих локацій.

Одним із засобів реалізації містичного ракурсу творів є сновидіння. У повісті «Різдвяна пісня в прозі» Ч. Діккенса сон сприймається головним персонажем як потрясіння, вплив якого стимулює внутрішні трансформації, стає головною умовою розвитку особистості. В оповіданні «Морозенко» Панаса Мирного та казці «Лускунчик і Мишачий король» Е. Гофмана відтворено сни-заспокоєння. У творі українського письменника видіння характеризується передсмертними галюциногенними складовими, а в казці німецького письменника-романтика має чарівні властивості. Модус містичного в усіх аналізованих творах спрямований на увиразнення потреби покращення різних сфер життя, утвердження гуманістичних ідеалів у соціумі.

#### Література:

1. Горбонос О., Карюхіна А. Містичний світ як складова простору художньої літератури: історико-культурологічний аспект. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля*. 2015. № 1(9). С. 6–10.
2. Буркут І. Співвідношення фантастичного та реального у різдвяних оповіданнях. *Літературознавчі обрії*. 2014. Вип. 20. С. 223–225.
3. Колінько О. Неймовірні дива різдвяних історій. *Philological sciences, intercultural communication and translation studies: an experience and challenges : conference proceedings, April 23–24, 2021*. Vol. 2. Czestochowa : Baltija Publishing, 2021. P. 12–16.
4. Колінько О. Різдвяні історії: між дивом і реальністю (на матеріалі зарубіжної та української літератури). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія : Філологія. Журналістика. 2021. Т. 32 (71). № 3. Ч. 2. С. 171–178.
5. Кравець О. Архетип різдвяної казки в українській та хорватській інтерпретаціях. *Султанівські читання*. 2021. Вип. 10. С. 95–103.
6. Соловцова І., Якименко О. Жанрова специфіка «Зозулі» Андре Моруа. *Fundamental And Applied Researches : Фундаментальні та прикладні дослідження: сучасні науково-практичні рішення і підходи*. Банська Бистриця – Баку – Ужгород – Херсон – Кривий Ріг : Посвіт, 2019. С. 223–226.

7. Добродій В. Жанрові особливості різдвяного оповідання Дзвінки Магіяш «Різдво брата Заїки». *Синопсис: текст, контекст, медіа*. 2019. № 25. С. 40–47.
8. Данилюк-Терещук Т. Різдвяні оповідання Модеста Левицького. *Минуле і сучасне Волині та Полісся. Модест Левицький в історії України і Волині та проблеми формування інтелектуальної еліти* : матеріали Всеукраїнської наукової історико-краєзнавчої конференції, присвяченої 150-річчю від дня народження відомого українського письменника, педагога, державного і громадського діяча Модеста Левицького (1866–1932), Луцьк, 15–16 грудня 2016 р. Вип. 60. Луцьк, 2016. С. 12–15.
9. Сорочук Л. Символіка Різдва: українська самобутність та світова практика. *Україна в етнокультурному вимірі століть*. Київ : Видавництво НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. С. 132–139.
10. Шалагінов Б. Німецький романтизм і містичне. *Поетика містичного* : колективна монографія / упоряд. О. Червінської. Чернівці : Чернівецький національний університет, 2011. С. 117–161.
11. Діккенс Ч. Різдвяні пісні. Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2007. 464 с.
12. Мирний Панас. Зібрання творів : у 7 т. Київ : Наукова думка, 1968. Т. 1 : Повісті та оповідання. 558 с.
13. Коцюбинський М. Подарунок на іменини : Оповідання, новели, повісті. Київ : Веселка, 1989. 335 с.
14. Коломієць Н. Мала проза Гі Де Мопассана: образно-стильові модули містичного. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія : Філологія. 2024. № 66. С. 194–197.

**Kolomiets N., Yaremenko N. The Christmas theme in Ukrainian and foreign children's prose: the concept of the mystical**

**Summary.** The article attempts to investigate the concept of the mystical in the Christmas-themed works for children and youth of domestic and foreign writers of the 19th and early 20th centuries. It has been established

that in works of Christmas themes, the mystical is primarily due to the temporal marking, belonging to the holiday, the syncretic content of which finds its origins in the pre-Christian tradition. People associate this period with mystery and manifestations of the supernatural. Similar signs acquire artistic expression in works for children and youth. Starting from the 19th century, the Christmas and New Year theme was discussed in children's prose of various national literatures: Ukrainian (the story «Morozenko» by Panas Myrny, «The Christmas Tree» by Mykhailo Kotsiubynskyi, etc.); German (the story-tale «The Nutcracker and the Mouse King» by E. Hoffmann; the fairy tales «The Christmas Tree», «The Snow Queen» by H. Andersen, etc.); English (in the stories «A Christmas Carol in Prose», «Cricket in the Pastry» by C. Dickens, etc.), etc. The mystical in the literature of the 19th century (from the era of romanticism) reaches a new level, acquires various artistic forms in comparison with the Age of Enlightenment, which was based on the categories of rational and logical.

The artistic output of the novelists proved that one of the dominant features of Christmas stories is the reproduction of people's hopes for the improvement of various spheres of life. The social aspect is understood in various ways in most of the analyzed works. The mystical contributes to the expression of the possibility of personal transformation, to the strengthening of the tragedy of the deaths of young people, to the affirmation of the ideas of humanism and true values. The irrational world of the works rests on a lower mythology. The mystical elements of the analyzed works produce a special emotional tonality, interest the young reader in the secret and unattainable. The introduction of supernatural elements allows the authors to influence the formation of moral and ethical orientations of the child reader.

**Key words:** short prose, genre, storytelling, style, mystical element, mystical, supernatural, sacred time, Christmas stories.

*Майстренко Л. В.,**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри англійської філології та перекладу  
Національного університету «Одеська політехніка»*

## ПСИХОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ РЕАЛІЗАЦІ ТЕМИ ЛЮБОВІ У ТВОРАХ ОВІДІЯ

**Анотація.** Робота присвячена психологічним аспектам Еросу у творах Овідія. Овідій – співець земного кохання античної людини. В «Любовних елегіях» Овідій оспівує чуттєво-земну любов до жінки. Тут любовне почуття відзначається непостійністю, надмірною відвертістю та натуралізмом. Воно несерйозне, не зачіпає глибоких життєвих стосунків, проте виражається легко і красиво, бо почуття поета – закоханість, а не любов. Любовна поезія в Овідія із суб'єктивної стає об'єктивною: втрачає безпосередність. «Героїди» поета розкривають варіативно-психологічні моделі земного античного Еросу. Лист стає причиною монологу. Покинуті закохані жінки пишуть своїм чоловікам-коханцям. Кожен лист є варіацією у риторико-психологічному ключі на тему нещасливого кохання. Героїні – жертви всемогутньої пристрасті, яка їх мучить і не дає спокою. Мотив розлуки головний, об'єднуючи страждання усіх жінок. Проте кожна жінка індивідуально неповторна. Поет розкриває характери закоханих жінок і тих чоловіків, що стали причиною жіночого болю. У «Мистецтві кохання» Овідій виступає в ролі теоретика любовних почуттів. У «Мистецтві кохання» поет викладає, як гарно, по-мистецьки кохати, але у творі Овідія йдеться не так про кохання, як про зваблення. Виклад матеріалу оживлений ефективними сентенціями, міфологічними розповідями, побутовими сценами, але ніколи поет не піднімається над рівнем грайливого кохання. У «Мистецтві кохання» Ерос вперше стає предметом дидактики у віршах. Овідій дає поради ґрунтовно, досконало, зі знанням справи, узагальнюючи власний досвід «Любовних елегій». Проте «Мистецтво кохання» – наука не кохання, а спокуси. Овідій з інтелектуальною вишуканістю пародіює філософсько-дидактичну літературу, модну в епоху Августа. Ерос Овідія у «Метаморфозах» суттєво відрізняється від Еросу попередніх творів поета. У «Метаморфозах», яка передбачає акт найвищого емоційного напруження, любов позначена глибоким психологізмом ніж у ранніх творах. Засобом метаморфози поет стверджує своє любовне ставлення до світу, до його гармонійної цілісності. У «Метаморфозах» Овідій поглиблює психологічні аспекти Еросу на прикладах різних перевтілень і вперше у своїй поемі в античній літературі стверджує любов-взаєморозуміння. Ерос ранніх творів Овідія починається з насолоди статевого потягу. У «Метаморфозах» він завершується вселенською любов'ю до всього суцього.

**Ключові слова:** Ерос, метаморфоза, Земна любов, кульмінація, інтрига, варіації.

**Постановка проблеми.** Стаття присвячена психологічним аспектам Еросу Овідія, темі, в якій Овідій, талановитий співець кохання («artifex» amoris) найглибше розкриває свій талант психолога. Феномен Любові складний, багатогранний, загадко-

вий і має довгу історію вивчення. Ерос гармонізує світ, пронизує людське існування протягом усього життя. Одночасно Ерос проявляє себе як глибоко індивідуальне, цілком особисте, унікальне почуття, як пристрасть, що належить людському роду загалом і кожному зокрема.

Першу філософську концепцію Еросу подає Платон у діалозі «Бенкет». У Платона дві моделі Еросу – Земний та Небесний. Земна, тілесно-чуттєва любов – нижчий щабель Еросу, що починається зі статевого потягу. Справжнім Еросом є небесно-одухотворена любов, що завершується любов'ю до Бога. «Бенкет» Платона – один з найвидатніших творів європейської теорії кохання. Протягом багатьох століть до проблеми Еросу зверталися різні автори – філософи, психологи і літературознавці: К.Г. Юнг, Е. Фромм, Г. Маркузе, Дені де Ружмон, Г. Сковорода. Окремі аспекти міфологеми Еросу досліджували українські вчені: У. Головач, О. Луценко, П. Павленко, Л. Грицик, А. Содомора, А. Михайлова, Ю. Микитенко та інші. Феномену українського Еросу присвячені роботи Д. Павличка, Т. Кабанець, М. Томенко та ін. Проте тема психологічних аспектів у творчості Овідія у згаданих авторів була побіжною і не стала об'єктом серйозних досліджень. Задана тема актуальна і належить до пріоритетних проблем сучасного літературознавства. Вона дозволяє детальніше заглянути у творчу лабораторію митця, осягнути особливості відображених у його творах морально-психологічних та світоглядних концептів, загально-людських цінностей, що хвилювали поета та його сучасників.

**Мета дослідження** – розкрити психологію любові чуттєво-земного Еросу, його морально-психологічні засади у творчості Овідія. Об'єктом дослідження є твори римського поета на тему любові. Шляхом систематизації, порівняння, інтертекстуального аналізу та інших методів розкриваються психологічні моделі заданої теми у поезіях Овідія....

**Виклад основного матеріалу.** Стаття присвячена психологічним аспектам творчості Овідія. У ранніх творах поета («Любовні елегії» – «Amores», «Героїні» – «Heroides», «Мистецтво кохання» – «Ars amatoria») розкриваються психологічні моделі земного Еросу Овідія. В «Любовних елегіях» поет розповідає про любов до жінки Коринни. Проте нічого біографічного в «Любовних елегіях» немає. Тут любовне почуття відзначається непостійністю, надмірною відвертістю та натуралізмом. Овідій називає свій перший твір «Amores» – «кохання» у множині. Дійсно, ці «кохання» не вкладаються у ніякі рамки традиційних визначень. «Amores» присвячені не одному коханню, а багатьом. Цю любов не можна назвати ні духовною, ні грубо фізичною. У повісті про любов до Коринни немає глибокого, пристрасного хвилювання – в ній виражена правда про любов

римлян часів поета. У той час, як Август хотів відродити добрі старі звичаї і традиційні цінності селянського життя, а війну вважав школою мужності, любовна лірика Овідія, забарвлена виключно чуттєвим характером, повністю була зосереджена на зображенні інтимного життя столичного світу. Поет прославляв Амура та його стріли, закликаючи підкоряти жінок, а не об'єкти протинника. Слушно зауважує Ружмон, що ще за часів античності поети використовували войовничі метафори для опису виявів природного кохання. Бог кохання – це лучник, що випускає смертельні стріли. Його артилерія – зітхання та обійми. Кохання бере в полон силою ласки та загрожує лише ніжними слова [1, с. 233–234]. У восьмій елегії третьої книги поет малює типовий психологічний образ мілітарного монстра, страховиська-вояки, що розбагатів кров'ю (голова в шоломі, бік з мечем, ліва з перстнем рука раніше тримала щит, кривава правиця вбивала людей, на тілі шрами). Своє багатство він здобував, перерізуючи горлянки (III, 8, 9–22).

Кохати для Овідія означає відчувати красу буття, милуватися ним як завершеною формою. Овідій дивився на гарну, зі смаком одягнену жінку як на прекрасний твір мистецтва. У третій книзі «Amores» Овідій лаконічно виразно розкриває суть свого земного Еросу: «Нехтую гидкими звичками, люблю тіло». В «Amores» поет називає жіночу красу «звабою», що приковує зір». Жіноча краса його «схилиє до любові», вона доцільна. Бо все, що відноситься в Овідія до кохання або закоханості, є передовсім образно-прекрасним, споглядально-тілесним, має естетично-доцільне підґрунтя. Ерос Овідія чуттєво-земний, пластичний, тісно пов'язаний із специфікою світовідчуття античної людини, яка завжди прагнула до гармонії та природної доцільності.

Тематика «Любовних елегій» продовжується Овідієм у «Героїдах» – серії листів відомих міфологічних героїнь до відсутніх чоловіків або коханців. В усіх посланнях покинуті жінки намагаються вправною ораторською аргументацією переконати чоловіка або коханця повернутися. На першому місці тут риторика любовної мови. За своїм сюжетом послання одноманітні. Головний мотив жіночих листів – розлука.

Повернення після розлуки могло бути завірене клятвою, а також зобов'язанням, обумовленим заслугою закоханої жінки. Горе розлуки інколи доходило до несамовитості, до переконання у зраді коханого. Проте все-таки це був нещасливий шлюб, який зв'язав її зі зрадником.

Героїні – жертви всемогутньої пристрасті, жаданої та невгамовної, яка їх мучить і не дає спокою. Любов – їх єдиний гріх. Мотив розлуки головний, проте неповторний. Троянська війна розлучила ніжно кохану Лаодамію з коханим чоловіком Протесілаєм і всі її думки, усі порухи її душі спрямовані на збереження життя чоловікові (XIII). Горе німфи Енони почалося із суду Паріса. Вона згадує, як троє – Венера, Юнона, Афіна – вийшли до Паріса, щоб вислухати його вирок. Він розповів їй про них – і вона затремтіла від страху (V, 35–38)<sup>1</sup>.

Енона не може повірити, що Паріс дав перевагу розпутній Єлені і простодушню вірить, що на Паріса подіють спогади їхнього юного кохання на лоні природи серед гаїв та розлогих дерев (V, 21–31). У листі Енони появляється мотив вирізаних ножиком Паріса на стовбурах дерев букв із її іменем. Це мотив живого напису. Дерево росте, а з ним розростається ім'я Енони.

Мотив живого напису новий у баладі Овідія і вічно актуальний для всіх часів: тополя стоїть на березі ріки і сьогодні на ній є вирізьблені букви на пам'ять про Енону (V, 21–24).

Ревнощі важливий мотив в листах жінок. Енона, Деяніра, Іпсіпіла, Медея сильно ревнують своїх чоловіків. У ревнощах або їх відсутності жіноча душа розкривається найглибше. Так Пенелопа, підозрюючи Одиссея у новому коханні, у лагідно-грайливій формі, з гумором говорить про себе як про простовату жінку, в якій не груба хіба тільки пряжа (I, 78). Вона не вірить, що Одиссей може зрадити її (I, 75–78). У розповіді про Пенелопу вирізняється мотив короткочасності жіночої краси, людського життя та неминучої старості. Пенелопа – взірць жіночої доброчесності та вірності на всі віки («Пенелопа була твоєю і буде!»). Брісеїда – взірць чистоти та вірності жіночої душі.

В оцінці жінок психологічно різні і їхні чоловіки, проте з різним ступенем розкриття – від загальновідомих міфологічних рис до повної їх відсутності. Одиссей – мужній, хитрий, хтивий; Ахілл – впертий; Іпполіт – зовнішньо прекрасний, але недоступний; Паріс – зрадник, порушник клятви; Ясон для Іпсіпіли брехун; Геркулес – могутній, проте охочий до жінок. Овідій тонко відтворює душевний світ люблячої жінки у невичерпному багатстві його проявів та неповторно-індивідуальних своєрідностей, розкриваючи свій талант психолога, знавця людських характерів. Його жінки психологічно різні, зображені Овідієм відповідно до психології сучасних римлянок поета і свідчать про те, що психологія люблячої жінки мало змінилася з часів Римської імперії.

«Мистецтво кохання» – присвячене теорії кохання. Овідій у першій частині розповідає, як знайти предмет кохання, у другій – як добитися кохання, у третій – як те кохання втримати. Настанови даються спочатку мужчинам, згодом – жінкам. У першій частині «Мистецтва» мова йде про те, де й коли вистежити «здобич». І тут – весь тодішній Рим, світова столиця: його будівлі, свята, видовища. У кожному куточку світової столиці панує Амур і його мати Венера. навіть там, де летить кров: «Той, хто на рани дививсь, – рану під серцем відчув» (I, 166). Багатолюдні театри, амфітеатр – пастки для миловидних жінок.

Під час тріумфів справжнім тріумфатором виступає Амур. Місцем любовних втіх стають Байї, розкішний аристократичний курорт неподалік від мальовничої Неаполітанської затоки. Не один мужчина, покидаючи після лікування курорт, поранений Амуром. Життя тут вирає різними барвами несподіванок, парадоксів, сміхом та сльозами. І читач не просто споглядає грайливий потік життя. Він сам – у ньому завдяки художній точності Овідієвого письма; сьогодні ми називаємо це «ефектом присутності» [2, с. 14]. Читач ніби відчуває плече гарної сусідки на лаві заповненого людом цирку, бачить її ніжку з-під подолу довгої палли, вправно підхопленої з долівки галантним кавалером. В цих описах «гостре око спостерігача, психолога, дотепника, митця, врешті – інтелігента, який не схибне на тій, хоч і важко вловимій, але таки чіткій межі, що відділяє смак від несмаку, чисте – від брудного» [2, с. 14]. Засоби оволодіння жінкою найрізноманітніші. В арсеналі мужчини і лестоці, і обіцянки, які люблять жінки, і сльози («сльозами розм'ягчите і алмаз»), і поцілунки, і насильство. і багато інших тонкощів.

Поет буде співати «про кохання легке», «про дозволені втіхи», а не «про злочинну любов» (I, 33–34). Він дійсно оспівував любов до заміжніх жінок. Проте рядки третьої книги

<sup>1</sup> При цитуванні творів Овідія римська цифра вказує на розділ, а арабська на сторінку твору

«Мистецтва кохання» (III, 771–788), мабуть, найвідвертіші в усій античній поезії, навряд чи можна віднести до порядних жінок (III, 771–788). Тому Овідія звинувачували в тому, що він поширює розпусту. І це стало причиною його вигнання.

Третя книга «Мистецтва кохання» присвячена жінкам. Поет знає усі слабкі жіночі сторони, їхні інтриги, хитрощі, викрутаси. Його сцени кохання, його роздуми тонкі, вірні та проникливі. Вони перевершують усі ті вільності, які зустрічаються на сторінках його твору, якими йому дорікали його противники. Овідій мав повне право назвати себе розумним і красномовним наставником кохання – *artifex amoris*. Поет подає різні поради закоханим: бути спритними у коханні, вивчати літературу, володіти двома мовами – грецькою та латиною. Одісеєй не відрізнявся красою, та володів даром слова, – і в нього закохалися дві богині.

Герої Овідія – це легковажні жінки та не менш легковажніші кавалери. Вони позбавлені піднесених почуттів, їх цікавлять тільки розваги та чуттєві задоволення. Рим епохи Августа був далеким від тих часів, які принцес прагнув відродити у своїй імперії. У Римі законною та відповідаючою моральним засадам вважалася любов між супругами, не заборонялися зв'язки з рабнями. Проте чесну жінку замінила гетера, досить самостійна та освічена, з якою цікаво було проводити час.

Овідій в «*Ars amatoria*» не випадково поставив мету продовжити позашлюбні любовні зв'язки між обома партнерами якнайдовше – щоб вони були не короткочасними, виключно чуттєвими, а довготривалою пристрасною, з усіма її перипетіями, заливаннями та ласками. І така своєрідна, чуттєва, але ошляхетнена любов була приналежністю виключно інтелігентного середовища. Овідій дійсно оспівував любов до заміжніх жінок. Проте рядки третьої книги «Мистецтва» (III, 771–788) мабуть, найвідвертіші в усій античній поезії навряд чи можна віднести до їх порядності. Овідій часто заявляє про те, що його еротичні настанови призначені для продажних жінок, в дійсності мова йде про покорення римлянок із благородних родин, чия моральність виявилася далеко не бездоганною. Не було сенсу писати посібник для спокуси продажних жінок, любов яких можна легко купити.

Автора «*Ars amatoria*» звинувачували у легковажності, у зневазі законів Августа. Не підтримуючи реформаторську діяльність Августа, Овідій дотепно пародіює вірші Вергілія, в яких той прославляє Італію – «велику матір урожаїв» (Георгіки, II, 136–138), що родить «славних мужів і героїв», Овідій заміняє похвалою Римові, який народжує «чарівних дівчат». У другій книзі «Мистецтва кохання» поет передає відому міфологічну сцену про те, як Вулкан упіймав на горячому Марса з Венерою (II, 580 і наст.). Марс – римський бог війни, батько Ромула і Рема, засновників Риму. Венера – мати Енея, від якої походив рід Юліїв, до якого належав Август. Крім того, Овідій, з насмішкою, радить чоловікам брати приклад з Юпітера, який спокушав красивих жінок, а жінкам – вчитися у богинь, натякаючи на Августа, що славився своїми амурними пригодами.

З «Мистецтва кохання» вимальовується психологічний портрет самого Овідія, веселого, скрізь бажаного, трохи охочого до жінок, м'якого, великодушного, інтелігентного життєлюбця. Його життя переповнене душевним миром і задоволенням, його елегія не знає смутку, а любов – диких поривів. Він весь у пошуках насолоди та любовних успіхів. Він – вічно молодий поет, надто розумний і надто щасливий, байдужий до пустих

почестей. Він любить свій вік, усі його думки присвячені рідному сучасному Риму.

У «Мистецтві кохання» Ерос вперше стає предметом дидактики у віршах. Проте «*Ars amatoria*» – наука не кохання, а спокуси і ніколи поет не піднімається над рівнем грайливого кохання, тимчасових зв'язків між знатною молоддю та напівпрофесійними гетерами. «Мистецтво кохання» – це пародійно-дидактична поема у віршовій формі елегії яка з інтелектуальною вишуканістю пародіює філософсько-дидактичну літературу, модну в епоху Августа. У «Мистецтві кохання» Овідій не тільки глибокий знавець жіночої душі, а тонкий психолог, спостерігач людського життя і людських характерів. Його картини кохання, його роздуми і спостереження правдиві та достовірні. Його мистецтво повчальне.

Ерос Овідія у «Метаморфозах» суттєво відрізняється від Еросу попередніх творів поета поглибленою інтерпретацією, яка впливає з концепції поеми, об'єднаною давнім мотивом перевтілення, що передає та зафіксує внутрішній душевний порив, виражений сильною емоційною напругою. Поет-психолог пильно приглядається до виразу людського обличчя, зазирає в душу людини, передає напружену боротьбу протилежних почуттів. Овідій у своїй поемі про перевтілення продовжує тему кохання, надаючи їй ширшого розмаху, поглиблюючи її психологічно, урізноманітнюючи її аспекти стражданням того, що перевтілюється і того, що сам себе карає перевтіленням. Слушно зауважує А. Содомора, що саме кохання є «дороговказом, ниткою Аріадни», що веде читача звивистими стежками «Метаморфоз» [3, с. 9]. І те кохання буває різним, проте його завжди відтінює туга. Саме вона буває тією прихованою пружиною, яка приводить у дію феномен перевтілення [3, с. 9]. У поемі Овідія Алкіона, побачивши свого чоловіка мертвим, так затужила, що полетіла чайкою над морем (IX, 731–735). Від німфи сумуючої за Нарцисом, залишається один тільки голос.

Дуже часто причиною перевтілення є нестерпна туга за втраченим коханням. Але за межею перевтілення ще більша мука: залишається пам'ять про минуле, проте обривається надія порозумітися з подібними істотами. Перемінена в телицю Іо безмежно мучиться, але словами не може передати свій біль рідним (I, 640–670), як не може висловити дружині свого горя Кадм, перетворений на змія. Своїй дружині він виливає його не мовою, а сичанням (IV, 580). Проникаючи у світ душевних переживань людини, Овідій детально описує процес перевтілення з душевним сум'яттям, стражданням, оголює те, що раніше було невидимим для ока, робить його помітним. У залежності від заподіяного злочину і глибини страждання, поет зображує перевтілення як болісний процес. Таким є перевтілення Мірри, що закохалася у свого батька. Розщеплені нігті дівчини врастають у землю кривим коренем, дерев'яніють кістки, кров стає соком дерева, шкіра – корою, що затягує живіт, груди, шию. Не в силі знести муки, Мірра зіщулюється, присідає, прагне обличчям якнайшвидше зануритись у кору (X, 489–498). Акт перевтілення Дафни у лавр Овідій описує психологічно продумано. Навіть тоді, коли дівчина стає лавром Аполлон, обнімаючи стовбур дерева, відчуває биття серця під теплою корою.

Овідій – неперевершений майстер психології кохання і в «Метаморфозах». Він передає різні прояви Еросу, який пронизує весь світ, усе живе. Кохання у «Метаморфозах» шалене і жагуче (Медея), чисте й промінне (Пірам і Тісба), незрозуміле й руйнівне (Мірра і Бібліда), ніжне і вірне (Кейк



та Альціона), епічно-героїчне (Девкаліон та Пірра) тощо. Ерос лагідний та ніжний у зрілого подружжя Філемона та Бавкідів, що скромно живуть у своїй старенькій хижині. Історія Пірама й Тісби у четвертій книзі «Метаморфоз» стала джерелом поетичного натхнення «найсумнішої у світі повісті» Шекспіра «Ромео і Джульєтта». Трагічним є фінал кохання Кефала й Прокріди. Проте найворушливіше, глибоко психологічно, Овідій змальовує кохання Кеїка та Альціони. Побачивши свого милого мертвим на піску морського берега, вона так затужила за ним, що відразу полетіла над морем жалісною птицею чайкою. «Крилами вже замість рук обійняла свого милого шию». Овідій, слушно зауважує Г. Гугель, весь випромінює людяність. «Великий знавець людської душі, він уміє проникнути в її найпотемніші куточки, викликати відповідні реакції» [4, с. 57].

«Метаморфози» віддзеркалюють багатоганне життя з фатальними парадоксами. Так юнак Нарцис прагне самого себе (I, 466–468). Закоханий Аполлон-цілитель, допомагаючи іншим, не може зарадити самому собі. Щастя, якого так бажав Мідас, повертається для нього нещастям. «Ти залишишся живою, але перестанеш бути собою», – пророкує Феб Аталанті (X, 566). «Якщо він пізнає самого себе, це його занапастить», – звучить пророцтво Нарцису. Парадоксальна метаморфоза торкнулась самого Овідія. Поет-життєлюб, закоханий у розкішний Рим, тонкий знавець краси волею Августа перетворюється у безпомічного вигнанця, який опиняється у найвіддаленішому куточку Римської імперії. Кожне перевтілення у «Метаморфозах» оповите серпанком туги, жалю і співчуття.

Одвічно-безконечні перевтілення, якими рясніють «Метаморфози» Овідія, і які виникають на кожному кроці в житті, безумовно, «продиктовані такими ж безконечними мінливостями долі, якими рясніла вся римська історія часів Овідія» [5, с. 149]. З великою вірогідністю можна сказати, що саме ця тривожно-неспокійна настроєність поета, який ніде не бачив твердої точки опори, змушувала його звертатися до міфологічного світу, щоб відтворити різноманітні життєві колізії, які набували форми первісного перевтілення. Заглиблення Овідія у фантастичний світ міфу в деякій мірі було також втечею від недосконалостей реального життя, яке не завжди відповідає емоційним потребам людини. Тому чисельні перевтілення в Овідія можна розглядати як своєрідний коректив до земної несправедливості, що є однією із форм замаскованого соціального протесту.

Умовно-міфологічний та естетично-еротичний характер «Метаморфоз», розрахований на вільнодумних людей, відданих красі та своїм внутрішнім переживанням, узагальнюється промовою філософа Піфагора, вчення якого імпонує Овідієві найбільше. Усі попередні метаморфози обґрунтовуються теорією переселення душ і вічних змін органічної та неорганічної природи. Овідій у промові Піфагора поширює ідею любові на все живе, пов'язуючи мотив метаморфози з ідеєю вселенської любові. Все тече, все змінюється. Все одухотворюється вічною душею, яка переливається із тіла в тіло. Тому людина повинна любити все живе. Ідею вселенської любові на зорі грецької філософії розвивав Емпедокл у своїй поемі, стверджуючи, що світобудова – це кругооберт чотирьох стихій, які притягуються між собою силою любові і відштовхуються силою ворожнечі. Відголоски цього вчення вловлюються в описі хаосу, у промові Піфагора. Проте якщо в Емпедокла любов – поняття релігійно-філософське, в Овідія – людське. Ідея вічної гармонійної

незмінності була характерною для свідомості античної людини. У «Метаморфозах» Овідія вона повернулася любовним ствердженням всього суцього: міфологічний світ, божественний та вічний світ богів змінився вічним людським світом, обґрунтованим метаморфозою, що передбачає не смерть, а тільки перехід з одного стану матерії в інший. На зміну міфологічному осмисленню світу, що тримався на родинному Еросі, приходять нове його осмислення з любов'ю до людини та всього існуючого. Овідій уперше у світовій літературі у «Метаморфозах» оспівав любов-взаєморозуміння. І ця любов може бути довгою і щасливою. Любов для Овідія – єднання та благо, бо тільки в коханні люди можуть зблизитися і порозумітися, знайти спільне рішення своїх важливих проблем. Овідій переконаний в цьому. І це переконання наповнює усю творчість поета.

**Висновки.** Головною темою творчості Овідія є любов. Любовні переживання розкриваються Овідієм у ранніх творах. Поет возвеличує любов-насолоду як найбільше задоволення, описуючи різноманітні любовні переживання та пригоди. Проте нічого біографічного в «Любовних елегіях» немає. Тут любовне почуття відзначається непростійністю, надмірною відвертістю та натуралізмом. У «Героїдах» тема кохання розкривається в листах закоханих жінок і дає багато можливостей розкрити неповторний світ люблячої жінки. «Героїди» вражають багатством яскравих образів жінок і їхніх чоловіків в оцінці жінок. У «Мистецтві кохання» Овідій виступає проповідником теорії кохання. Проте поезія Овідія тільки гра і є пародією на чисельну літературу що виникла на різні довідники, які виникли в часи Августа. В Овідієвому «Мистецтві» йдеться не так про кохання, як про зваблення.

У «Метаморфозах» Овідій поглиблює психологічно тему Еросу і вперше в античній літературі розкриває любов між двома партнерами як взаєморозуміння. Якщо в ранній творчості Овідій оспівує любов як статевий потяг, то в «Метаморфозах» він прославляє вселенську любов до всього суцього. Проте у всіх своїх творах Овідій не піднімається вище розкриття земного Еросу. Розглядаючи еротичні поезії Овідія, не варто забувати, що він не міг повністю зрестися тенденцій свого часу і тієї літературної традиції, яка завжди служила відображенням звичаїв сучасної йому епохи. Те, до чого ми ставимося з пересторогою, римляни сприймали легко.

Не треба забувати також, що умови, серед яких жили стародавні народи, сама їхня релігія, були спрямовані на спонукання у них виключно чуттєвих інстинктів. І це розвивало у них особливий погляд на мораль. Цей погляд, який є для нас непростю літературною традицією, був для них не тільки допустимим, але вважався навіть естетичним, якщо виражався у чуттєво-виглядовій формі. Головними героїнями творів Овідія є заміжня жінка або гетера. Любов до дівчини появляється тільки в середньовічній літературі під впливом культу Мадонни.

#### Література:

1. Ружмон де Д., Любов і західна культура / Дені де Ружмон ; пер. з франц. І. Тарасюк. Львів : Літопис, 2000. 204 с.
2. Содомора А. Дві барви часу Публія Овідія Назона / А. Содомора // Овідій. Любовні елегії. Мистецтво кохання. Скорботні елегії / Овідій ; пер. з лат., передмова і коментарі А. Содомори. Київ: Основи, 1999. С. 5–29.
3. Содомора А. Співець одвічних перевтілень / А. Содомора // Публій Овідій Назон. Метаморфози / Публій Овідій Назон пер. з лат., передм. та прим. А. Содомори. Київ: Дніпро, 1985. С. 5–14.

4. Gugel G. Orpheus' Gang in die Unterwelt in die Methamorphosen Ovids // In *Zwa antica godiste anne* / G.Gugel. Skoplje, 1972. S. 35–59.
5. Segal C. Ovid's Orpheus and Augustan ideology / C. Segal // *Transaction of American Philological Association* : Ginn & Co. 1972. Vol. 103. P. 473–494.

**Maistrenko L. The psychological aspect of realizing the theme of love in ovid's metamorphoses**

**Summary.** The work is devoted to the psychological aspects of Eros in the works of Ovid. Ovid is the singer of earthly love of ancient man. In “Love Elegies” Ovid sings of sensual and earthly love for a woman. Here, the feeling of love is characterized by inconstancy, excessive frankness, and naturalism. It is frivolous, does not affect deep life relationships, but is expressed easily and beautifully, because the poet's feeling is infatuation, not love. Love poetry in Ovid goes from subjective to objective: it loses its immediacy. Heroes” of the poet reveal the variational-psychological models of the earthly ancient Eros. The letter becomes the reason for the monologue. Abandoned women in love write to their husbands-lovers. Each letter is a variation in a rhetorical-psychological key on the theme of unhappy love. The heroines are victims of an omnipotent passion that torments them and does not give them peace. The motive of separation is the main one, uniting the suffering of all women. However, each woman is individually unique. The poet reveals the characters of women in love and those men

who have become the cause of women's pain. In “The Art of Love”, Ovid acts as a theorist of love feelings. In “The Art of Love”, the poet teaches how to love beautifully, artistically, but Ovid's work is not so much about love as about seduction. The presentation of the material is enlivened by effective maxims, mythological stories, everyday scenes, but the poet never rises above the level of playful love. In The Art of Love, Eros first becomes the subject of didactics in verse. Ovid gives advice thoroughly, perfectly, and with knowledge of the matter, summarizing his own experience in the Love Elegies. However, The Art of Love is not a science of love, but of seduction. Ovid parodies with intellectual sophistication the philosophical and didactic literature fashionable in the Augustan era. Ovid's Eros in The Metamorphoses differs significantly from the Eros of the poet's previous works. In the Metamorphoses, which involves an act of the highest emotional tension, love is marked by a deeper psychologism than in his earlier works. By means of metamorphosis, the poet affirms his loving attitude to the world, to its harmonious integrity. In the Metamorphoses, Ovid deepens the psychological aspects of Eros using examples of various reincarnations and for the first time in ancient literature in his poem affirms love-mutual understanding. The Eros of Ovid's early works begins with the pleasures of sexual desire. In the Metamorphoses, it ends with universal love for all things.

**Key words:** Eros, metamorphosis, Earthly love, climax, intrigue, variations.

*Міронова Н. М.,**аспірант**Запорізького національного університету*

## ДО ПРОБЛЕМИ РОЛІ МЕТАФОР ЛАБІРИНТУ, БЛУКАННЯ ТА ДЗЕРКАЛА У ПОРОДЖЕННІ НОВИХ СМИСЛІВ (НА ПРИКЛАДІ РОМАНІВ АЙРІС МЕРДОК «ПІД СІТКОЮ» («UNDER THE NET») ТА «ВТЕЧА ВІД ЧАРІВНИКА» («THE FLIGHT FROM THE ENCHANTER»))

**Анотація.** Статтю присвячено проблемі метафори, використання якої в художніх творах зумовлене інтенціональністю авторської свідомості, що апелює до інтенціонального досвіду читача, приводячи до інспірації його креативного потенціалу під час інтерпретації, яка припускає розширення рамок множини можливих сенсів у процесі переосмислення авторського повідомлення. Розглянуто застосування британською письменницею й філософінею Айріс Мердок (1919–1999) метафоризації в її ранніх романах, зокрема, метафори лабіринту (разом із такими синонімами, як *maze*, *rabbit warren* та ін.) та блукання; також зосереджено увагу на функціонуванні метафори дзеркала у перших двох романах мисткині. Завдяки детальному розгляду виявлено нові аспекти художньої картини світу творів, які проаналізовано із залученням теоретичних та філософських робіт відомих дослідників ХХ–ХХІ ст., а також зі зверненням до набутих філософської й теоретичної думки минулих епох. Проаналізовано використання метафори лабіринту на позначення обмежень, перипетій, невдалої подорожі, заплутаності у справах, обставинах та емоціях; також звернено увагу на такі значення образу лісу в романах, як лабіринт мови та лабіринт систематизації. Розглянуто деякі можливі значення метафори дзеркала, яку письменники, філософи, дослідники та ін. зазвичай використовують на позначення Всесвіту. Це такі прояви відношення до свого перебування в загальній картині реальності, як, наприклад, вбачання у своєму відображенні ідеалу, про який мріється, примірювання на себе образу, що навіяний кимось і т. д.; із власним відображенням у дзеркалі порівнюються обличчя дорогих людей. Звернено увагу на факт вияву соліпсичності людських натур, втілених у персонажах, під час їхнього знаходження поруч із тим, хто розглядає себе у дзеркалі – в цей момент кожен бачить лише те, чим він сповнений. Вказано на інтертекстуальну та текстотвірну функціональні ролі метафори у розглянутих прикладах. Наведено відомість про новітні філософські дослідження проблеми соліпсизму, у яких вимальовуються позитивні альтернативи цьому явищу.

**Ключові слова:** філософія, література, світогляд, універсум, свобода, соліпсизм, космополітизм, інтенціональність, породження смислу, метафоричність, лабіринтоподібність, заплутаність, дзеркальне відображення.

**Метою** роботи є детальний розгляд метафор лабіринту (з урахуванням таких синонімів цього слова, як *maze* (блукання лабіринтом, плутанина, збентеження), *tangle* (сплетіння, клубок), *rabbit warren* (переносне значення: заплутані обста-

вини), *entanglement* (заплутування, скрутне становище, зв'язок, що компрометує), блукання та дзеркала в першому й другому романах Айріс Мердок («Under the Net» (1954)) та «Втеча від чарівника» («The Flight from the Enchanter» (1956)) та моделювання смислоутворення ними.

**Постановка проблеми.** Хосе Ортега-і-Гассет порівнював метафору з мистецтвом через здатність створювати новий об'єкт, що свідчить про важливість її сприйняття як чогось більшого, аніж троп, що пов'язаний з перенесенням, розглядання не лише як яскравий засіб виразності.

Метафора, якій властиві такі функції, як текстотвірна, естетична, інтертекстуальна та ін., викликає образну думку, вибудовує художню картину світу. Використання художньої метафори обумовлене авторськими інтенціями і допускає різноманітне трактування реципієнтом. Метафора також здатна сприяти систематизації інформації у свідомості реципієнта, завдяки чому відбувається цілісне сприйняття літературного твору. Успіх комунікації «автор – читач» залежить від вдалої «маніпуляції семантичними й прагматичними правилами» («manipulation semantic and pragmatic rules») [1, с. 49], що впливає із когнітивної ефективності метафори.

Наскрізними вважаються такі метафори, які автор використовує у двох або кількох художніх творах, створюючи єдину площину метафоричних образів.

Арістотель у трактаті «Поетика» (335 р. до н. е.) зазначав, що метафори надають величі і являють собою дієвий засіб «уникнення буденності» («avoidance of the ordinary») [2, с. 56], та зловживати ними не варто через ризик надати творові надмірної загадковості, що граничить із незрозумілістю. Вже тоді з'явилися такі стійкі метафоричні висловлювання, як, наприклад, «вечір життя» на позначення старості.

«Отже, це свого роду примішування, ... яке дозволить уникнути буденності та банальності, ... а ясність буде збережена стандартним компонентом» («So it is some sort of admixture ... then the ordinary and commonplace will be avoided ... while clarity will be preserved by the standard component») [2, с. 56].

Античність є підвалинами Західної культури, відкритим сховищем цінностей для тем і образів, що використовуються митцями слова та представниками інших видів мистецтва.

Такий відомий античний символ, як лабіринт, для стародавніх греків був складною структурою, спланованою відомим з давньогрецької міфології скульптором Дедалом так, що вибратися з неї було майже неможливо.

За наказом царя Міноса він збудував лабіринт для Мінотавра, а Тесеєві, який вважається одним з найвидатніших міфологічних героїв Еллади завдяки своїм численним подвигам, навпаки, допоміг вибратися за допомогою нитки Аріадни.

Вигнуті деталі, повороти й закрутини зазвичай символізують злами, пертурбації та зміни напрямку долі, вибір іншого життєвого шляху. Вихід з нього може свідчити про прийняття рішень, здолаття перешкод, примирення з випадковостями хаотично налаштованого світу.

**Аналіз останніх наукових праць** показує, що проблему метафори плідно досліджують представники різних дисциплін (окрім літературознавства, це – лінгвістика, риторика, семіотика, міжкультурні комунікації, філософія, психологія, антропологія та ін.).

Сучасними дослідженнями доведено, що метафора супроводжує нас у повсякденному житті, виявляючись у нашому мисленні. Наша система понять має метафоричну природу, чого ми можемо навіть не усвідомлювати.

Автори численних наукових праць зазвичай приходять до висновку, що певні питання, які пов'язані з феноменом метафори, все одно лишаються відкритими.

Метафору лабіринту досліджували В. Буряк (стаття «Лабіринт як метафора World Wide Web»), М. Журба, О. Пагава, В. Байдик (монографія «Лабіринти віртуального: Тесеє у пошуках Аріадни»), V. Morrison («The Labyrinth as Metaphor of Postmodern American Poetics») та ін.; метафору дзеркала – Свідер І. («Образ дзеркала та дзеркальна метафора у творах Е. Т. А. Гофмана: семантичний аспект»), Петрова І. («Образ дзеркала у світовій художній культурі: узагальнення культурологічного досвіду»), Демченко А. («Метаморфози міфологеми дзеркала у романі Н. та О. Шевченків 'Бранці мороку'») та ін.

Творчість британської письменниці й філософині Айріс Мердок активно досліджувалася у вітчизняній та світовій науці [3], та проблема функціонування метафор лабіринту й дзеркала у ранніх романах мисткині потребує окремого детального розгляду. Наукова новизна роботи також полягає у виявленні нових аспектів метафоричного поля зазначених художніх творів, віднайти які стало можливим завдяки залученню сучасних філософських та наукових праць.

**Виклад основного матеріалу.** Подібно до Тесеє, полишає «лабіринт мансардного поверху» («a maze of attics») [4, с. 10] будинку своєї подруги Магделен герой першого роману Айріс Мердок «Під сіткою» Джейк Донаг'ю і йде блукати лабіринтами лондонських вулиць, що являють собою «лабіринт водогонів, пралень з пабами та георгіанськими домами між ними» («a labyrinth of waterworks and laundries with pubs and Georgian houses in between») [4, с. 38] – вдень та вночі, сам або з друзями («ми звернули ... в темний лабіринт провулків» («We turned out ... into a dark labyrinth of alleys») [4, с. 117].

Ці блукання не безцільні – герой проходить внутрішню трансформацію, що сповнена його глибоких рефлексій та переосмислення власної соліпсичної позиції. Лабіринти рідного міста «влаштовують» йому свого роду ініціацію, пройшовши яку він якоюсь мірою змінить свої погляди й життєві установки.

Достовірність сприйняття світу й адекватність його відображень лежить у основі філософії соліпсизму. Соліпсичну позицію можна порівняти з високим ступенем егоцентризму, виходячи з моральних засад. Головному герою дійсно властиве відкидання реальності й духовності всього, окрім власного «я».

Та сучасні філософи меншою мірою розглядають соліпсизм у якості чогось радикального, пропонуючи нові трактування філософських питань минулого. Наприклад, американський філософ Деніел Колак говорить про так званий відкритий індивідуалізм, головні постулати якого засновані на формулюванні «я є ти» («I am You») [5, с. xiii]. Індивідуальність не закрита кордонами, як це може здаватися на перший погляд – «метафізика космічної єдності ... логічно незаперечна» («the metaphysics of Cosmos Unity ... logically incontrovertible») [5, с. xiii].

Кіностудія давнього знайомого Джейка – Г'юго Белфаундера – теж виглядає як лабіринт, адже стосунки героїв непрості й заплутані. Їм не в змозі була б допомогти Аріадна – «цей клубок ще не був розплутаний» («the tangle had yet to be unravelled») ними самими [4, с. 187].

Вони не бачилися кілька років, протягом яких Джейк Донаг'ю відчував провинку за книгу «Мовчальник» («The Silencer»), що була створена ним за мотивами їхніх із Г'юго розмов і стилізована під платонівські діалоги. Джейк впевнений, що його друг кохає Анну Квентін (що насправді зовсім не так), одне ім'я якої «стрілою ... встромляється» («stuck ... like a dart») [4, с. 30] в нього.

Зустрівшись із цією популярною співачкою лише раз після тривалої розлуки, Джейк майже одразу втрачає її знову. Застрибнувши у вантажівку, що вивозила речі з театру, який через нову цікаву пропозицію був Анні більше непотрібний, герой на якийсь час потопає в численному реквізиті, пригадуючи спілкування зі своєю давньою подругою в день зустрічі.

Коли перед світлофором він вирішує вибратися з кузова – його нога виявляється обвитою предметом біжутерії володарки речей, що можна розуміти як неповне «обплетення» зв'язком зі співачкою: Донаг'ю спокійно обходився без неї шість років і мав особисті стосунки з Магделен, у якої мешкав. Та й значимість теж не надто переймалася взаєминами з ним, будучи «однією з тих жінок, які не можуть відмовитись від будь-якої пропозиції любовних стосунків» («one of those women who cannot bear to reject any offer of love») [4, с. 33].

Отже, спроба Джейка «виплутати ногу зі скляного намиста» («to disentangle my foot from a glass necklace») [4, с. 125] виявляється вдалою – вони з Анною не зустрінуться більше, хоч він ще намагатиметься, знаходячись під впливом зачарованості зустріччю, розшукати її.

Вибратися з лабіринту-кіностудії героям взагалі доводиться екстраординарним способом – підриваючи стіну. «Домашній детонатор Белфаундера, – сказав він [Г'юго]. Безцінний для розчищення кролячих нір» («Belfounder's Domestic Detonator, – he said. Invaluable for ... clearing rabbit warrens») [4, с. 167]. Як вже було зазначено, в англійській мові вираз «rabbit warrens», окрім прямого, має також переносне значення, тож саме семантика заплутаності ситуації впливає в даному випадку з цього словосполучення.

«Наполягаючи, ти загубишся в лабіринті» («If you press the matter you are lost in a labyrinth») [4, с. 181], – говорить Джейку після його повернення Дейв Гелман, професійний філософ, через мало не детективні історії з викраданням у Донаг'ю рукопису і викрадання ним самим німецької вівчарки, що знімалася у численних фільмах, лише підтверджуючи той факт, що головний герой вже й так знаходиться в ньому, і вихід – лише попереду.

Лабіринт у вигляді знаменитого лісу Тюльрі – історичної пам'ятки, що займає територію в двадцять п'ять гектарів у центрі Парижу – виявляється темним, і блукання у ньому супроводжується якимось дивним видінням: будучи цілковито впевненим, що переслідує саме Анну, Джейк залишається остаточно збитим з пантелику – замість неї до нього здивовано повертається стороння жінка.

Наявність численних алей у лісі відсилає до висловлювання «Мова – це лабіринт стежок» («Language is a labyrinth of paths») [6, с. 82b] Л. Вітгенштайна, інтертекстуальні перегуки з філософськими трактатами якого містяться в першому романі А. Мердок. «І уявити собі мову – значить уявити форму життя» («And to imagine a language means to imagine a form of life») [6, с. ge].

Стежки, що ведуть в різні сторони, символізують у Х. Л. Борхеса розгалуження в часі. Таким чином подаються різні варіанти майбутнього, «різні часи, які самі по собі також розмножуються та розгалужуються» («diverse times which themselves also proliferate and fork») [9, с. 40].

Досліджуючи філософські питання, що пов'язані з особистістю, мислитель XVIII ст. Д. Г'юм, до постулатів моральної філософії якого зверталася А. Мердок, на сторінках «Трактату про людську природу» («A Treatise of Human Nature») зізнається, що «заблукав у лабіринті» («involved in ... labyrinth») [7, с. 633], та все ж залишився на позиціях, що є відмінними від класичної моделі, яка була відома ще з часів античності.

Д. Г'юм вважає афективність рушієм моральних процесів, не поєднуючи її з розумом, який, на думку давньогрецьких філософів, теж спрямовував людину до добродетельності (virtue).

Г'юму належить загальноприйняте визначення причинності як співвідношення між двома подіями. Саме причини хотів би бачити у якості керування подіями його життя Джейк Донаг'ю, не бажаючи сприймати випадковість.

За У. Еко, «ліс ... є лабіринтом» («a forest ... is a labyrinth») [8, с. 36], а дерево – це завжди «уявлення логічних відношень» («a representation of logical relationships») [8, с. 6]. Ще за часів античності починалися спроби класифікації за родами та видами; пізніше неоплатоніки продовжили цю практику – наприклад, Порфірій розташовував різноманітні субстанції у вигляді дерева. Еко уточнює, що подібні дерева дозволяли «класифікувати, але не визначати» («classify, but not to define») [8, с. 169].

Символічний ліс, за формулюванням У. Еко, складають схематичні зображення метафізичних досліджень одного з найвпливовіших середньовічних мислителів Р. Луллія, у якого «різні дерева розташовані ієрархічно» («the various trees are hierarchically») [8, с. 405], серед яких є, наприклад, дерева, пов'язані з уявою, чуттям і т. ін., із чого, таким чином, вибудовується «система Всесвіту і людського знання» («a system of the universe and of human knowledge») [8, с. 405]. Взагалі, «середньовічна думка вдавалася до фігури дерева ... із метою уявити спосіб, яким роди формально включають види» («medieval thought has recourse to the figure of the tree ... to represent the way in which genera formally include species») [8, с. 406].

Теоретик XVII ст. Джон Вілкінс створив таблицю родів, котра розгалужується на особливі відмінності, які, в свою чергу, діляться на види, що представлені парами. Цей проєкт пізніше зазнав критики через недосконалість, тому що у ньому, напри-

клад, «неможливо відрізнити собаку від вовка» («impossible to distinguish a dog from a wolf») [8, с. 44].

Деякі герої першого роману Айріс Мердок не хочуть класифікувати – у когось немає на це бажання і часу, і він компенсує це увагою (відомо, що А. Мердок зверталася до філософської категорії уваги С. Вейль – тож, наділяла подібними якостями певних героїв) – для Фінна всі вівчарки є однаковими, але він турбується й піклується про все, що так чи інакше стосується Марса; хтось категорично не приймає будь-які класифікації – для Г'юго кожна субстанція є унікальною. Наприклад, він полишає успішну справу – піротехнічний бізнес – лише через те, що, будучи захопленими красою його фейєрверків, американці почали розподіляти їх за певними категоріями, надаючи їм красивих назв.

У пошуках «каталогу каталогів» («the catalogue of catalogues») [9, с. 62] блукав усе життя оповідач «Вавилонської бібліотеки». У одного з найбільш оригінальних й інтелектуально значущих письменників XX ст. Х. Л. Борхеса, який, як і героїня, про яку піде мова далі, також не має своєї «духовної батьківщини» («spiritual homeland») [9, с. 7], через що «досконалість космополітичного духу» («perfection of the cosmopolitan spirit») [9, с. 19] сповнює його, в понятті «книга» метафорично реалізується концепція самого життя.

Юна героїня другого роману Айріс Мердок «Втеча від чарівника» («The Flight from the Enchanter») Аннет Кокейн на занятті, де викладачка зачитує уривок про Мінотавра, який страждає в лабіринті (ситуацію можна розглядати як таку, що створена авторкою на позначення обмежень, що панують у приватній школі), і якого дівчині завжди шкода, кидає дорогий жіночий навчальний заклад, де дівчата потрапляють у своєрідний лабіринт, виходом з якого є лише «вихід у світ» з метою вдалого заміжжя, і відправляється блукати всесвітом, який є для неї, космополітичної особистості, домом. «У мене немає батьківщини...» («I have no homeland...») [10, с. 63], – звичай говорить дівчина, розповідаючи про себе.

Оповідання Х. Л. Борхеса «Дім Астеріона» («The House of Asterion») також можна потрактувати як невідтримання вчинку Тесея по відношенню до Мінотавра, який діяв запрограмовано, не маючи вибору і задаючись питанням: «Яким буде мій рятівник?» («What will my redeemer be like?») [9, с. 139].

Зібравши речі, Аннет Кокейн йде лабіринтами сходів і коридорів, заглядаючи в отвори дверей, де вона «майже очікувала знайти нові кімнати, що приховані за знайомими дверима» («she half expected to find new rooms hidden behind familiar doors») [10, с. 9].

Звичай такі «коридори нікуди не ведуть, окрім як в інші коридори» («corridors that lead nowhere, except to other corridors») [9, с. 10]. Врешті решт шкільні лабіринти приводять її до бібліотеки, де вона хоче взяти із собою в мандрівку життям книгу, адже, безперечно, пам'ятає зі шкільної науки, що книга – це світ; та й світ, за постмодерністами, є книгою, і обидва феномени – «лабіринтоподібні й містять загадки у собі» («both are labyrinthine and enclose enigmas») [9, с. 15].

Тобто, будучи, за жартівливим визначенням батька-дипломата, завдяки діяльності якого в неї ніколи не було постійного місця проживання, «космополітичною обірванкою» («cosmopolitan ragamuffin») [10, с. 8], Аннет знову опиняється під дахом Всесвіту, адже його, за Борхесом, «називають Бібліотекою» («call the Library») [9, с. 62].

Шафа з вигаданого світу Борхеса, в якій «можна спати стоячи» («one may sleep standing up») [9, с. 62], знаходить своє втілення і у Мердок – як у більшості випадків, іронічне: покинувши школу й навідавшись у гості до друга її родини, куди, слідом за нею, прийшов також Міша Фокс, той самий «чарівник», чії можливості вважаються майже необмеженими, Аннет була змушена до запаморочення стояти в шафі, переховуючись там за наказом Рейнборо.

Отже, перш ніж покинути навчальний заклад назавжди, вона обирає збірку поезій Р. Браунінга – теж свого роду космополіта, що, відповідно до віршів «Home-Thoughts, from Abroad», де поет ностальгує за квітневою Англією (в романі дії теж відбуваються у квітні) та «England in Italy», може бути своєрідною проєкцією на подальшу оповідь про події в двох країнах: Англії та Італії, які поет контрастно схарактеризував як «тепла, чуттєва» («warm, sensual») і «холодна, прискіплива» («cold, pettifogging») [11, с. 256].

Та алюзії в А. Мердок зазвичай є «дзеркальними», що цілком відповідає дзеркальним композиціям романів, яким мисткиня надає перевагу, тож Італія не стала для Розі Кіп, в якій Аннет зупинилася в Лондоні, чуттєвим і теплим прихистком, як колись, у вікторіанські часи, для Браунінга.

Її подорож туди була схожа на мандрівку лабіринтом: потягнувшись повільно, виснажуючи пасажирів у спеці, кінна бричка довго везла її курним шляхом, а візником був той, хто наступного дня став у цьому вояжі-лабіринті глухим кутом: Келвін Блік (так звали «праву руку» Міші Фокса) підступно влаштував для давньої подруги шефа пастку, після чого їй довелося повертатися тим самим шляхом назад.

Алюзії до «England in Italy» («вдома, в моїй Англії, чоловіки збираються на серйозну зустріч і сперечаються») («in my England at home, men meet gravely today and debate») [11, с. 269] у Мердок виявляються в залученні до сюжету парламентських дебатів, які відіграли вирішальні ролі в долях героїв роману – переміщених осіб, які опинилися в Лондоні під час Другої світової війни.

У світі передчуття свободи, прямуючи до виходу зі школи, Аннет все здавалося іншим, «неначе вона пройшла крізь дзеркало» («if she had walked through the looking-glass») [10, с. 9]. Алюзію, знову ж таки, можна потрактувати навпаки: як Аліса Л. Керрола потрапила до світу усіляких нісенітниць – так Аннет повернулася із абсурдного простору, яким була для неї школа, до омріяної свободи.

Конотація дзеркала в Х. Л. Борхеса є негативною. Дзеркала примножують світ, та читається він навпаки, і під час такого читання ми відчуваємося «мов кролики у фантастичних історіях» («like rabbits in fantastic stories») [12].

«...нескінченний Всесвіт зітканий з віддзеркалень» («endless universe woven by reflections») [12], і завдяки «поєднанню дзеркала й енциклопедії» («conjunction of a mirror and an encyclopedia») [9, с. 20], наприклад, можливе відкриття планети.

Вигадана планета Борхеса (його твори взагалі є метафоричними – «амбівалентним мистецтвом, ... котре не передбачає описового відтворення реальності») («ambivalent art works ... which do not involve a descriptive reproduction of reality») [13, с. 166]) чимось нагадує платонівську державу – «народи цієї планети є вроджено ідеалістичними... [В них] все передбачає ідеалізм... Література [їх] сповнена ідеальних об'єк-

тів» («the nations of this planet are congenitally idealist ... all presuppose idealism ... The literature ... abounds in ideal objects») [9, с. 24], і цей «повний ідеалізм робить недійсною всю науку» («complete idealism invalidates all science») [9, с. 25]. А дехто «заходить так далеко, що відкидає час» («goes so far as to negate time») [9, с. 26] – як відомо, Платон не вважав час чимось реальним.

Зверненням до філософської думки цього давньогрецького мислителя, на якій, як відомо, базується Західна філософія, вирізняється художня література Айріс Мердок, особливо романи 1970-х років. Та вже в ранніх художніх творах можна віднайти ремінісценції й алюзії до його діалогів. На початку вже згадувалося про ідіостиль Донаг'ю-письменника, що тяжіє до античного зразку, як один із прикладів.

З діалогів, які Платон присвятив формуванню ідеальної держави майбутнього, де кожен буде сумлінно займатися своєю справою, можна дізнатися чимало цікавого не лише про людей, які її населятимуть, а й про тварин – зокрема, собак, які також, як і люди, виконують певну роботу.

З «Держави» також дізнаємося, що собакам властиві «чесноти, котрі роблять їх хорошими» («the virtue that makes dogs good») [14, с. 11], а також притаманна філософія («чи не думаєте ви, що [собака] також має бути, за своєю природою, філософською? ... і вона справді філософська») («Now, don't you think that [dog] must also be, by nature, philosophical? ... and one that is truly philosophical») [14, с. 55].

Німецька вівчарка, яку шанобливо величають Містер Марс, старанно працювала в кінематографі довгих чотирнадцять років, «перепливаючи річки під час повені, здираючись на високі паркани і міряючись силою з ведмедами...» («swim flooded rivers ... , or scramble over high fences, or fight with bears») [4, с. 200].

Джейка Донаг'ю, чий побут не облаштований, а життя – неприкаєне, і який теж є свого роду вигнанцем і космополітом, хоч його доля, що починалася з непростого дитинства, відрізняється від життя Аннет, не надто бентежить, що оточуючі їх із собакою приймають за блукачів, адже він зник, що його неодноразово в житті виганяли із різних закладів.

Та «філософи ... схильні таємно проводити блукальців крізь чорний хід вночі лише з метою уявити їх пізніше біля парадних дверей, оповитими респектабельністю денного світла розуму» («philosophers ... tend to sneak the vagabonds in through the back door at night only to present them later at the front door cloaked in the respectable daylight of reason») [5, с. xiv], тож Д. Колак надає шанс своїми непересічними розвідками.

Ємною фразою «якщо ви коли-небудь намагалися переночувати на набережній Вікторії...» («If you have ever tried to sleep on the Victoria Embankment...») [4, с. 174] починає герой-оповідач дебютного роману Мердок свою розповідь про незручні лондонські лавки, що перегорожені посередині, і додаючи, що має досвід щільного замотування ніг газетами задля збереження тепла під час ночівлі просто неба. Тож, філософські питання свободи й космополітизму у Мердок висвічують різноманітними гранями в її белетристиці.

Прагнення до свободи символізує також розгойдування Аннет на величезній люстрі в шкільній їдальні – таким чином, дівчина підіймається над лабіринтом ненависної школи, не здогадуючись, що «школа життя» («School of Life») [10, с. 12], до якої вона має намір «вступити», підготувала для неї новий, про

що може свідчити її падіння в момент появи директорки. Тож, прагнення протиставитися «особливому закону гравітації, котрий тягне тіло ... вниз» («a specific law of gravity that has pulled the body ... down») [15, с. 7] дає тимчасовий ефект.

«Вавилонська бібліотека – це образ Всесвіту, нескінченного і такого, що завжди починається заново» («The Library of Babel is the image of the universe, infinite and always started over again») [9, с. 9]. Букви в книгах там перемішані хаотично, та «інколи в цьому лабіринті букв можна знайти розумний рядок чи речення» («sometimes, in this labyrinth of letters, a reasonable line or sentence is found») [9, с. 9].

«Навіщо блукати в цих лабіринтах? ... з естетичних причин; запаморочливі симетрії мають свою ... красу. Форма важливіша за зміст» («And why wander in these labyrinths? ... for aesthetic reasons; ... vertiginous symmetries have their ... beauty. The form is more important than the content») [9, с. 10].

Юна Аннет поки що обирає форму, тож і блукає вона, мешканка Всесвіту, містом і світом з естетичних причин (хоча зміст і надає естетичності формі – цей процес не пов'язаний з логікою, а інтуїтивно вісімнадцятирічна Кокейн ще не відчуває бажання співвідносити). Як жодний куточок світу «не працює» на позначення її місцезнаходження, так жодне неестетичне, на її думку, зовнішнє виявлення (шрам, рубець, прокол і т. д.) не має бути «знаком» для інших, адже «писані тіла – ... [є] кодами» («written bodies – ... the codes») [15, с. 11], від яких вона вважає себе вільною.

Бажання бути «скрізь і одразу» («everywhere at once») [10, с. 14] приводить її на вечірку до Міші Фокса, «палаццю» якого (за аналогією до італійських середньовічних і ренесансних палаців) являє собою «лабіринт величі» («maze of splendours») [10, с. 201] і складається з чотирьох будинків, що об'єднані в одну квадратну конструкцію.

Підпавши під чари «мага», вона робить усе можливе, щоб закохати його в себе, не будучи посвяченою в таємницю, що, можливо, вона – його позашлюбна донька. Після сутички з Розою Кіп, яку з «чарівником» пов'язує давнє кохання, Кокейн опиняється в лабіринті не тільки кімнат, дверей, сходів, а й ситуацій, емоцій та почуттів.

«Вона пробігла через двері й опинилась у порожній кімнаті; ... пробігла прямо через двері з іншого боку в іншу кімнату, з якої вниз вів проліт сходів; ... побігла вниз сходами і зупинилася... десь праворуч вона почула, як зачинилися двері. Кімната, де вона стояла, не давала їй доступу в цьому напрямку» («She ran through the door and found herself in an empty room; ... ran straight through a door on the other side and into another room out of which a flight of stairs led down; ... ran down the stairs and then paused. ... Somewhere away to her right she heard a door closing. The room in which she stood gave her no access in that direction») [10, с. 214].

«Інструкції [до лабіринтів пропонують] завжди повертати ліворуч» («The instructions ... to turn always to the left») [9, с. 37], тож «останні двері раптово і несподівано вивели її на вулицю» («a final doorway suddenly and unexpectedly let her out into the street») [10, с. 214]. Ця «схема» блукання дівчини, мов дзеркало, відобразила її наступні особисті перипетії.

Аннет дуже схожа на свого старшого брата як зовні, так і за вдачею, тож, на його фотокартку вона дивиться, мов у дзеркальне відображення, а, стаючи перед дзеркалом, відчувається задоволеною тим, як виглядає «в чоловічому вбранні, будучи

схожою на юного денді» («in male attire, looking like a very young dandy») [10, с. 64].

Коли Роза говорить їй, що вона схожа на маленьку рибку і могла б бути русалкою, Аннет так занурюється у ці образи, що, відійшовши від дзеркала, стрибає, повторюючи слова старої подруги.

Дівчина хотіла б мати різні за кольором очі, як у містера Фокса, що можна потрактувати як прийняття своєї амбівалентної природи, перебування у гармонії зі своїми внутрішніми контрастами.

Підопічні Розі Ян і Стефан, розповідаючи про своє життя до війни, пригадують, як любили дивитися в дзеркало і бачити в ньому себе високими, красивими й сильними.

Тож, коли людина дивиться в дзеркало, «це зображення не є самою цією людиною, хоч воно й не є чимось іншим» («that image is not that very person himself, but it is not other than him») [16, с. 292]. Середньовічний іспанський вчений Ібн Арабі, який описував «світ всього творіння як своєрідне дзеркало» («the world of all creation as a kind of 'mirror'») [16, с. 291] проводив таку паралель зі слугуванням «Absolute Existence» та «Absolute Non-Existence» [16, с. 292] дзеркалами один одному.

Отже, «зображення в дзеркалі ... в кращому випадку нагадує лише одну грань оригіналу» («the image in the mirror ... resembles at best only one facet of the original») [16, с. 342].

Цікавим виявленням соліпсичної природи є той факт, що герої, стоячи за спиною того, хто дивиться на своє дзеркальне відображення, бачуть у дзеркалі те, що хвилює їх самих: модистка бачить лише сукню, що існує ніби окремо від клієнтки, а саму Аннет сприймає як один зі своїх манекенів; Фокс бачить в дівчині її матір, з якою його колись пов'язували особисті стосунки.

Саму Аннет Міша Фокс вважає дитиною та порівнює з птахою, що є свідченням проникливості «мага» – не будучи добре знайомим із дівчиною, він інтуїтивно вловив її волелюбну сутність.

На «ліс одягу» («a forest of clothes») [10, с. 83] схоже житло модистки Ніни, яка теж, як і Стефан і Ян Люсевічі, є переміщеною особою, що потрапила до Лондону під час війни. Її життя проходить в лабіринті кімнати-ательє, де під стелею переплетені металеві стержні, до яких чіпляються вішалки з одягом, і з якого вона не бачить виходу, як і сенсу жити після прийняття парламентом нового закону (що відбулося за втручання Фокса на прохання Кіп).

У центрі кімнати братів Люсевічів розташоване велике ліжко, що складається з одного порожнього каркасу, і всередині цього старого іржавого лабіринту, з яким не можна нічого вдіяти, вони зазвичай сиділи з Розою, спілкуючись та вивчаючи англійську мову. Коли зв'язок із двома наполегливими молодими красенями вже не просто засмучував дівчину, а перетворював її життя на суцільний жах, вона прийшла «в будинок чарівника» («to the enchanter's house») [10, с. 262] по допомогу зі словами «я ... заблукала в лісі» («I'm ... lost in a forest») [10, с. 262].

Не дивлячись на численні перешкоди, які завадили їм бути разом, і на те, що доля все одно розводить їх, Міша Фокс і Роза Кіп, як і раніше, кохають один одного, тож дивляться один на одного, немов у дзеркало, що сходиться до платонівського діалогу «Федр», у якому зазначається, що той, хто кохає, навіть не розуміє, чому «він бачить себе у об'єкті кохання, як у дзер-

калі» («he is seeing himself in his lover as in a mirror») [17, с. 40]. В такі моменти дівчині здається, ніби «її власний дух закарбувався в ньому» («her own spirit had imprinted itself upon him») [10, с. 262].

Д. Колак, спираючись на попередні дослідження, вбачає наявність альтернатив у філософській проблемі особистої ідентичності. На зміну проблемному соліпсизму приходить «відкритий індивідуальний погляд» або його різновид – «відкритий індивідуалізм». Це погляд, «згідно якому Ви, я й кожний парадигмальний приклад людини ... є однією й тією ж людиною» («in which you and I and every paradigm example of a person are ... one and the same person») [5, с. 90].

Стверджуючи подібне, представники сучасної філософії намагаються вирішити епістемологічну проблему інших нетрадиційно. Твердження, що «відкритий індивідуалізм не лише можливий, а й має деякі позитивні докази і достатнє підґрунтя для того, щоб бути не просто істиною, а й кращим поглядом на нас» («open individualism not only is possible but has some positive evidence and sufficient reason for being not just the truth but the best view about us») [5, с. 94], дозволяє усвідомити, що ми «знаходимося серед інших людей» («are in the presence of other persons») [5, с. 65].

**Висновки і перспективи.** Отже, метафора може бути заснована на алюзіях, ремінісценціях, міфологемах, культурних артефактах, історичних подія і т. ін. та працювати на створення художньої картини світу героїв, сповнення літературного твору новими смислами, розширення рамок його інтерпретації. Метафоризація сприяє появі нових засобів вираження й концептів, формуванню асоціативного простору, допомагає в характеристиці персонажів, хронотопу, сюжету і т. д., відіграє значну роль у якості стильового компоненту.

Айріс Мердок використовує метафори лабіринту й блукання на позначення різноманітних викликів, негараздів, невизначеності, розгубленості героїв; таких перешкод і випробувань на їхньому життєвому шляху, що призводять до неочікуваних рішень та крутих поворотів долі.

У метафоричному сенсі дзеркало розглядається як відображення внутрішнього стану персонажів, ідеалу зовнішності, образу, нав'язаного кимось; відношення їх до свого буття в універсумі, спрямованість себе у Всесвіт саме таким, яким той чи інший герой відчуває себе всередині. Із дзеркальним відображенням також порівнюються обличчя дорогих і близьких людей через справжню чи уявну схожість родичів, давніх друзів, коханих.

Метафори, що досліджуються у цій роботі, мають інтертекстуальний, текстотвірний та естетичний функціональний потенціал, вирізняються інформативністю, смисловим навантаженням відповідно до контексту та сприянням емоційному відгуку на них, що певним чином уподібнює їх мистецтву.

Підсумовуючи, варто також зазначити, що сучасні наукові дослідження та ідеї, що з'являються у галузі філософського пізнання, дозволяють поглянути під іншим кутом зору на численні питання, що існують.

Перспективою може бути як розгляд інших метафор у романах британської письменниці й філософині (як крізь призму сучасних праць, так і спираючись на більш ранні роботи), так і продовження пошуку в цьому ж напрямку, адже інтерпретувати багатовимірні метафори, що досліджувалися в цій роботі, можна й іншими способами, формуючи нові уявлення за допо-

могою образів і символів. Можливе також дослідження взаємодії метафоричного простору інших романів А. Мердок.

#### Література:

1. Kittay E. *Metaphor : its Cognitive Force and Linguistic Structure*. Clarendon Press Oxford. Oxford, 1989. 358 p.
2. Aristotle. *The Poetics of Aristotle*. The University of North Carolina Press. Chapel Hill, 1987. 197 p.
3. Міронова Н. Рецепція творчості Айріс Мердок в українському літературознавстві. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету : зб. наук. праць. Серія : Філологія. Видавничий дім «Гельветика», 2023. Вип. 60, т. 2. С. 116–123.
4. Murdoch I. *Under the Net*. Vintage Classics. London, 2002. 286 p.
5. Kolak D. *I am You*. Springer. New York, 2004. 644 p.
6. Wittgenstein L. *Philosophical Investigations*. Basil Blackwell Ltd, Oxford, 1958. 250 p.
7. Hume D., Selby-Brigge L. A. (ed.). *A Treatise of Human Nature*. Oxford University Press, Clarendon Press. London, Oxford, 1960. 709 p.
8. Eco U. *From the Tree to the Labyrinth*. Harvard University Press. Cambridge, Massachusetts, London, 2014. 633 p.
9. Borges J. L. *Labyrinths : Selected Stories & Other Writings*. New Directions Publishing Corporation. New York, 1964. 241 p.
10. Murdoch I. *Flight from the Enchanter*. Chatto&Windus. London, 1962. 316 p.
11. Browning R. (Woolford J., Karlin D., Phelan J. – ed.). *Browning Robert : Selected Poems*. Routledge. London, New York, 2013. 901 p.
12. URL : <https://www.ronnowpoetry.com/contents/borges/Mirrors.html>
13. Rincón C. *The Peripheral Center of Postmodernism: On Borges, García Márquez, and Alterity*. Duke University Press. Vol. 20, No. 3, *The Postmodernism Debate in Latin America (Autumn,1993)*, pp. 162–179.
14. Plato. *Republic*. Hackett Publishing Company, Inc. Indianapolis, Cambridge, 2004. 358 p.
15. Nancy J.-L. *Corpus*. Fordham University Press. New York, 2008. 173 p.
16. Yousef M. H. *Ibn 'Arabī – Time and Cosmology*. Routledge. London New York, 2008. 495 p.
17. Plato. *Phaedrus*. Oxford University Press. Oxford, New York, 2002. 111 p.

#### Mironova N. *Metaphors of the labyrinth, wandering and the mirror in Iris Murdoch's novels 'Under the Net' and 'The Flight from the Enchanter'*

**Summary.** The article has been devoted to the problem of the metaphor, which is being used as a manifestation of the intentionality of the author's consciousness, which appeals to the intentional experience of the reader, leading to the inspiration of his creative potential during interpretation, which involves expanding the scope of many possible meanings in the process of rethinking the author's message. It has been considered the application of metaphorization in early novels of the British writer and philosopher Iris Murdoch (1919–1999), particularly the metaphors of labyrinth (along with synonyms such as maze, rabbit warren, etc.) and wandering; the attention is also focused on the functioning of the mirror metaphor in the Murdoch's first two novels. It has been revealed new aspects of the artistic picture of the world of literary works which has been analyzed with the involvement of theoretical and philosophical works of famous researchers of the 20<sup>th</sup> – 21<sup>st</sup> centuries, as a result of a detailed examination; there was also an appeal to the achievements of philosophical and theoretical thought of past eras. It has been analyzed the use of the labyrinth metaphor to denote limitations, twists



and turns, unsuccessful journeys, confusion in affairs, circumstances and emotions. It has been focused on such meanings of the image of the forest in novels as the labyrinth of language and the labyrinth of systematization. It has been considered some possible meanings of the mirror metaphor, which writers, philosophers, researchers, etc. commonly use to refer to the Universe. These are such manifestations of the attitude towards one's presence in the overall picture of reality, such as, for example, seeing in one's mirror image the ideal one dreams about; and such as, for example, trying on an image that someone has suggested to oneself, etc.; the faces of loved ones are compared with one's own reflection in the mirror. It has been drawn attention to

the fact that the solipsism of human natures embodied in the characters is manifested when they are next to someone who is looking at themselves in the mirror – at this moment, everyone sees only what they are full of. Using the above examples, it has been found intertextual and text-forming functional roles of metaphor. It has been given information about the latest philosophical research on the problem of solipsism which outline positive alternatives to this phenomenon.

**Key words:** philosophy, literature, worldview, universe, freedom, solipsism, cosmopolitanism, intentionality, generation of meaning, metaphoricality, labyrinthiness, entanglement, mirror reflection.

**Назарець В. М.,**

*доктор філологічних наук, доцент,  
завідувач кафедри української мови і літератури та методик їх навчання  
Кременецької обласної гуманітарно-педагогічної академії імені Тараса Шевченка*

**Овдійчук Л. М.,**

*кандидат педагогічних наук, доцент,  
завідувач кафедри української мови та літератури  
ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет  
імені академіка Степана Дем'янчука»*

**Миронюк В. М.,**

*кандидат філологічних наук, доцент,  
завідувач кафедри теорії і методики журналістської творчості  
ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет  
імені академіка Степана Дем'янчука»*

## РОЗВИТОК ЖАНРУ ЕПІСТОЛЯРНОГО І ПОЕТИЧНОГО ПОСЛАННЯ В ЗАРУБІЖНІЙ ЛІТЕРАТУРІ ВІД ЕПОХИ АНТИЧНОСТІ ДО ПОЧАТКУ ХІХ СТОЛІТТЯ

**Анотація.** Метою статті є аналіз основних етапів розвитку жанру епістолярного й поетичного послання в зарубіжній літературі від епохи Античності й до початку ХІХ століття.

Теоретико-методологічною основою дослідження виступають історико-культурний, історико-літературний, компаративний, типологічний, а також загальнонаукові методи (синтез, узагальнення, систематизація тощо).

Об'єктом дослідження виступають прозові та віршовані твори зарубіжних письменників у часовому проміжку від епохи Античності й до початку ХІХ століття, у яких найбільш яскраво і систематично засвідчений зв'язок із епістолярною літературою та адресованою лірикою.

Предметом дослідження є тематичні та структурно-семантичні пріоритети художньої еволюції дискурсу епістолярної літератури та адресованої лірики в зарубіжній словесності періоду античності – початку ХІХ ст., виявлені у творах її представників та засвідчені в площині її ідейно-тематичної проблематики, жанрово-стильових принципах художньої організації поетичного дискурсу, специфічних прийомів його поетики.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що в дослідженні схарактеризовано сукупність основних семантичних моделей та тенденцій розвитку епістолярної літератури та адресованої поезії в зарубіжній художній літературі зазначеного періоду.

Унаслідок проведеного дослідження було встановлено, що:

1) Історія розвитку епістолярної форми як засобу спілкування та обміну інформацією є досить давньою і бере свій початок від зразків давньоіндійської літератури.

2) Розквіт епістолярної культури припадає на епохи Античності та Відродження.

3) В епоху Античності епістолярна література стає не лише засобом комунікаційного обміну інформацією, а й дієвою частиною змісту художніх поетичних, драматичних та прозових творів.

4) З античності відома й віршова форма епістолярної літератури, представлена жанром поетичного послання, який набуває особливої актуальності з другої половини ХVІІІ століття, залишаючись одним із найбільш популярних жанрів поезії аж до початку ХІХ ст.

6) Жанр поетичного послання на початку ХІХ ст. був і засобом не лише художньої комунікації, але й ідейно-політичної полеміки, що чи не найбільш яскраво відображено взаємообміном поетичними посланнями між А. Міцкевичем, Ю. Словацьким, Т. Шевченком та імперським співцем О. Пушкіним.

**Ключові слова:** епістолярна література, лист, художня форма епістолярію, адресована лірика, поетичне послання, літературно-художня полеміка.

**Постановка проблеми.** До актуальних і усе ще не достатньо досліджених сучасним українським літературознавством проблем відносяться питання вивчення художніх стратегій та структурно-семантичних моделей побудови віршованих текстів адресованої лірики – такого її метажанрового відгалуження, основою якого є зосередження авторської уваги на художньому зображенні комунікації не із зовнішнім (потенційним читачем), а внутрішнім (відтвореним у самому тексті твору) адресатом поетичного діалогу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми поетичної адресації, специфіка та теоретичні принципи її художньої реалізації, образ адресата та типологічні різновиди моделей його введення в поетичний текст – це питання, які достатньо активно вивчаються дослідниками лірики (М. Бондар [1], М. Ткачук [2], В. Корнійчук [3], Ю. Клим'юк [4], В. Назарець [5] та ін.). Водночас, чимало аспектів даної проблеми залишаються недостатньо висвітленими, потребують додаткової уваги, зокрема,

у ракурсі співвідношення теоретично декларованих моделей художньої адресації та їхнього практичного впровадження у творчості того або того поета.

**Метою статті** є дослідження основних етапів розвитку епістолярного і жанру поетичного послання в зарубіжній літературі від епохи Античності й до початку XIX століття.

**Виклад основного матеріалу.** Історія розвитку епістолярної форми як засобу спілкування та обміну інформацією є достатньо давньою. До найбільш давніх історичних зразків епістолярного мистецтва літературознавці відносять листування індійського царя Стратобата і Семіраміди, Давида до Іоава, царя Прета Аргоського і лікійського царя. Розквітом епістолярної культури науковці називають епоху Античності (листи Платона, Арістотеля, Ісократ, Епікура, Цицерона, Сенеки, Плінія Молодшого та ін.), Середньовіччя (тексти Нового Заповіту, релігійно-дидактичні послання церковних діячів) та Відродження (М. Лютер, Е. Роттердамський, У. фон Гуттен, Й. Рехлін та ін.). Листи спочатку писалися на дерев'яних дощечках, змазаних воском із внутрішнього боку, пізніше на папірусі, який згортали, зв'язували й запечатували. Приватні листоніші або знайомі брали на себе їхнє доставлення до місця призначення. Аби мати можливість коректно інтерпретувати літературні листи, потрібно знати основну форму римського листа. На відміну від звичних нам зразків, адресанта згадують перед адресатом. Привітання висловлювалися на початку, а не наприкінці листа: *C Iulius Caesar M. Tullio Ciceronis (alutem) p(lurimam) d(icit), «Г. Юлій Цезар гаряче вітає М. Тулія Цицерона»*. Якщо використовувалися звернення, то їх ставили не на перше, а на друге місці. Наприкінці листа зазвичай вживали вираз «vale» або аналогічне побажання. Надалі епістолярна форма активно входить й до засобів та прийомів не тільки документально-мемуарної (за сьогоденнішими термінологічними означеннями), але й художньої літератури.

Уже в епоху Античності науковці визначали листи як окремий вид художньої словесності, який відрізнявся від усного спілкування своїм стилістичним оформленням, від публічної ораторської мови – стислістю й відсноною простотою, від наукової прози – «емоційністю та фамільярністю інтонацій, що не містили якихось логічних або абстрактних роздумів. Своєї специфіки художній лист набував, завдячуючи інтимності інтонацій та особистісності спілкування адресанта та адресата.

З епохи Античності епістолярні твори все більше сприймаються не лише як один із засобів суспільної комунікації, а і як феномен художньої словесності. Епістолярна література, донесена до нас античністю, охоплює пам'ятки різних епох, різних авторів і різного змісту від справжнього листування приватних осіб до послань, адресованих широкому колу читачів. Написання листів було підпорядковане чітким стилістичним нормам, розробленим риторикою, і належало відповідно до сфери словесно-художнього мистецтва.

Досягненнями епістолярної художньої словесності античності є прозові («Листи Хіона з Гераклеї», листи рибалок, листи селян, листи гетер Алкіфрона, листи селян

Еліана, любовні листи Арістенета, любовні листи Філострата та ін.), а також драматургічні (трагедія Евріпіда «Іфігенія в Тавриді», комедії Плавта «Бакхіди», «Перс», «Груб'яни» та ін.) твори.

Епістолярною формою широко користувалися прозаїки епохи Бароко (К. Г. фон Хофмансвальдау «Листи героїв», Ф. фон Цезен «Роземунда Ріттерхольд фон Блауен з Адріатики», А. Бен «Любовне листування дворянина і його сестри», Г. Ж. Гійераг «Португальські листи» та інші), але саме письменниками епохи Просвітництва було започатковано жанр епістолярного роману – найвищого творчого здобутку цього типу художньої прози, довершеними зразками чого є всевітньо відомі твори Ж.-Ж. Руссо «Юлія, або Нова Елоїза», С. Річардсона «Памела, або Винагороджена чеснота», «Клариса, або Історія молоді леді», Т. Смолетта «Мандри Хамфрі Клінкера», Й. В. Гете «Страждання молодого Вертера» та інші.

З епохи Античності відома й інша – віршована форма епістолярної літератури, репрезентована жанром поетичного послання.

Найбільш відомим представником античного віршованого послання називають давньоримського поета Квінта Горація Флакка, який у 20-му та між 19-м і 14-м рр. до н.е. створив дві книги «Послань», написаних гекзаметром. У першій книзі він вмістив двадцять послань філософського та сатиричного змісту. Друга книга вбирає до себе три послання: «До Августа», «До Флора» і «До Пізонів». Усі вони присвячені темі поезії. Найбільш відомим з них є послання «До Пізонів» (адресоване батькові та двом синам Пізонам), що в історію літератури увійшло за назвою «Мистецтво поезії» («*Ars poetica*»). У цьому творі Горацій репрезентував власні погляди на мету та призначення поетичного мистецтва, його прийоми та правила, а також його коротку історію. Визнано, що «Посланням до Пізонів» Горація був власне започаткований жанр поетичного послання в європейській поетичній традиції, оскільки як перший визначний віршець він був активно наслідуваний пізньоримськими та новосередньовічними поетами.

Водночас, на думку окремих дослідників, жанром віршованого послання послуговувалися в давньоримській літературі ще до Горація: його, зокрема використовував Луцій, який іменував свої віршовані твори промовама або розмовама, підкреслюючи при цьому ситуацію звернення до певного, внутрішньотекстового адресата.

У пізньоримську епоху авторами численних віршованих послань були такі відомі поети, як Авсоній, Проперцій, Клавдіан та інші. Найбільш відомим продовжувачем започаткованого Горацієм жанру поетичного послання цієї епохи є інший знаменитий поет Овідій, перу якого належить збірка «Героїди», що складається із 15 послань міфологічних героїнь до своїх коханих (наприклад, Брісеїди до Ахілла, Пенелопи до Улісса, Філіди до Демфонта, Деяніри до Геркулеса, Федри до Іпполіта, Дідони до Енея) і трьох послань героїв з відповідями на них героїнь (Паріса до Єлени і Єлени до Паріса, Аконтія до Кідіппи і Кідіппи до Аконтія, Леандра до Геро і Геро до Леандра).

Для віршованих послань епохи Середньовіччя притаманними є здебільшого твори повчального або панегричного релігійного змісту. Чи не єдиним винятком можуть слугувати іронічні послання-балади славетного поета французького Середньовіччя Ф. Війона. Гуманістичне звучання віддзеркалюють послання епохи Відродження, зокрема «Листи до нащадків» Ф. Петрарки, послання Аріосто і Сервантеса. Відомими представниками поетичних послань епохи Бароко є Теофіль де Віо, Марк Антуан Сент-Аман, Жан Оже де Гомбо (Франція), Луїс де Гонгора-і-Арготе, Алонсо де Ледесма, Франсіско Кеведо (Іспанія), Андреас Гріфіус, Георг Рудольф Векерлін, Фрідріх Шпес (Німеччина), Джон Донн, Джордж Герберт, Річард Крішо, Авраам Каулі (Англія).

Особливо популярним жанр поетичного послання став з другої половини XVIII століття. Його античні традиції відроджували французькі поети-класицисти – П. Клеман Маро, Вуатюр, П. Табуро, Скаррон та ін. Як автор віршованих послань здобув у цей період славу французький поет Нікола Буало. Попри те, що ним було написано багато інших творів цього жанру, у історію літератури він увійшов передусім як автор нав'язаної «Посланням до Пізонів» Горация дидактичної поеми «Поетичне мистецтво», яку визнано теоретичним кодексом класицизму, трактатом, що регламентував основні правила та закони поетичної творчості. Послання залишається одним із популярних жанрів й у поезії представників епох Просвітництва (Вольтера, Ж.-Ж. Руссо, Ф. Шиллера, Й.-В. Гете, Ф. Геббеля, Л. Уланда, Ф. Гельдеріна) та романтизму (Дж. Байрона, В. Вордсворта, В. Гюго, П.-Б. Шеллі, Г. Гейне, Е. По та ін.). Яскраво-показовим прикладом популярності цього жанру став своєрідний обмін поетичними посланнями між трьома визначними національними поетами Польщі (А. Міцкевич), України (Т. Шевченко) та Росії (О. Пушкін). Цей поетичний обмін ініціював А. Міцкевич, створивши невеликий віршований цикл, який у вигляді епілогу приєднав до своїх дрезденських «Дзядів». Цикл складається з 6-ти тематично об'єднаних віршів: «Шлях до Росії», «Передмістя столиці», «Петербург», «Пам'ятник Петру Великому», «Оглядай війська», «Олешкевич» і ще одного – автобіографічного вірша, який Міцкевич присвячує своїм російським «друзям». Перші шість віршів мають ознаки фабульної зв'язності: по суті – це картина етапування жандармами польських в'язнів, які дорогою до Сибіру минають Петербург. За своєю ідейною суттю цикл – гнівний памфлет, спрямований на засудження царської тиранії. Її прояви Міцкевич вбачає навіть в особливостях географії країни. Росія уявляється йому у вигляді безмежної і безлюдної засніженої пустелі, центром якої є Петербург, який поет порівнює з біблійним Вавилоном – містом, що символізує найвищу ступінь моральної розпусти й зіпсованості. І Петербург, і Росію Міцкевич порівнює з величезною казармою, на яку цар перетворює всю країну. У вірші «Пам'ятник Петру Великому» Міцкевич розповідає про свою зустріч біля підніжжя пам'ятника з Пушкіним. Сам пам'ятник польський поет сприймає як лиховісний символ російського самодержавства (зовсім у протилежному розумінні – як мудрого і далекоглядного державотворця образ Петра змалює у своїй поезії «Мідний вершник» О. Пушкін). У шостому

вірші вустами Олешкевича (це реальна особа – польський художник, який був відомий у Петербурзі своїми містичними пророцтвами) провіщає цареві Божу кару – повинь, яка покладе край його злочинній геноцидній політиці польського народу. У завершальному вірші – «Російським друзям» Міцкевич, належно пошановуючи декабристів (згадуються Рилєєв і Бестужев), різко засуджує майже усіх своїх колишніх російських знайомих, звинувачуючи їх у тому, що вони свідомо чи несвідомо підтримують антипольську політику російського царя: «Чи вам я впам'ятку? Я, тільки-но згадаю, / Як друзі гинули в вигнанні, в кайданах, / Пригадую і вас у цім далекім краї, / Встає, як живі, у мене ви в очах. // Де ви? Рилєєв той, що благородну шию / Я по-братерському колись йому стискав, – / На шибениці він: велів так цар Росії, / До дерева ганьби пророка прив'язав. // Рука Бестужева, поета і жовніра, / Тепер одірвана від шаблі, од пера, – / До тачки деспотом рука прикута щира / І польська з нею вряд і поруч, як сестра. // На інших, може, з вас ще тяжча кара впала. / Хтось, може, звабився принадою чинів, / І плазують душа перед тираном стала, / І він поклони б'є там, де поріг царів, // Продажним язиком його тріумфі славить / І з муки братньої глузує перед ним, / Мосю кровію свого меча кривавить / І гордий злочинцем, як подвигом гучним, // Коли здаля до вас, до скутого народу, / На північ прилетять мої пісні-жалі / І продзвенять вгорі над вічним краєм льоду, / Хай волю вам звістять, як весну, журавлі. // По голосу мене впізнаєте; закутий, / Тирану лєстячи, як уж, я плазував, / Лиш вам одкрив усе, що думав міг і чути, / Мов голуб, простоту для вас незмінно мав. // Тепер над світом став я з келихом трутизни, / Гірки мої слова, пекучі повсякчас; / Ця гіркість, виссана із крові й сліз вітчизни, / Хай ваші кайдани понищить, а не вас. // А хто в словах моїх образи тінь вбачає, / Той пса нагадає, що так навик носить / Свого нашійника, аж руку ту кусає, / Що від нашійника бажа його звільнить» [6, с. 112].

Цей гострий дошкульний виклик Міцкевича мав значний суспільний резонанс. На нього, зокрема, відгукнулися Т. Шевченко і О. Пушкін. Т. Шевченко підтримав Міцкевича, й у своїй поезії «Сон» намалював багато в чому схожі, також різко критичні картини Петербурга-Вавилона. О. Пушкін навпаки в поезії «Мідний вершник» вступив у полеміку з оцінкою Росії Міцкевичем, а у поезії «Він поміж нами жив» вдався і до особистого засудження поета з позицій російської імперської зверхності.

Аналогічне полемічне послання адресує А. Міцкевичу інший визначний польський поет Ю. Словацький. У поезії «Беньовський» Ю. Словацький описує історію свого поетичного двобою з Міцкевичем, окреслює його суть (як зіткнення двох концепцій патріотизму – бойової, наступальної, якої сам притримувався, і пасивно-споглядальної, декларованої Міцкевичем), закидає (несправедливо) Міцкевичу слов'янофільство (що, по суті, означало визнання російської зверхності), догідливість перед Римом (тобто політикою Папи Римського, котрий підтримав антипольську політику російського царя), протиставляє себе Міцкевичу (як сонце місяцю), порівнює свого опонента з Гектором (воєначальником троянців в поезії Гомера «Іліада»), а себе, відповідно, з Ахіллом (який вбив Гектора і волочив його тіло навколо мурів Трої).

І, зрештою, завершуючи полеміку, все ж називає Міцкевича не ворогом, а супротивником, акцентуючи на понятті рівновеликості обох поетів, що, стосовно Словацького, заперечувала переважна частина польської еміграційної критики: «Де ж той, хто Богом мірявся зі мною, / Хто до покори людство заклика? / Де він, скажіть? Я прагну знов двобою, / Нехай разить його моя рука! / Хотів народ вести він за собою, – / Та мова в нього як полин гірка, / А шлях його – не вільність, а тенета... / Його я вбив – і воскресив поета. /.../ Бувай здоров, поете! В цих словах / Кінець хай буде пісні, давній боже. / Твій лавр омив я в огняних дощах, / Та на корі щось чиниться негоже, / Бо серце тріснуло, і на листках / Зловісна тля, що їх нещадно гложе... / Прощай, прощай навик! Не вороги, / А сонць двох супротивних ми боги!» [7, с. 93–96].

**Перспективу подальших досліджень** вбачаємо у більш детальній конкретизації простежених теоретичних положень та їхньому продовженні в часовому розрізі аналізу зарубіжної адресованої лірики періоду ХІХ–ХХ століть.

#### *Література:*

1. Бондар М. П. Поезія пошевченківської епохи: система жанрів. Київ: Наукова думка, 1986. 326 с.
2. Ткачук М. Наративні моделі українського письменства. Тернопіль: ТНПУ; Медобори, 2007. 464 с.
3. Корнійчук В. Ліричний універсум Івана Франка: горизонти поезики: монографія. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2004. 488 с.
4. Клим'юк Ю. І. Лірика Івана Франка як система жанрів: монографія. Чернівці: Рута, 2006. 406 с.
5. Назарець В. Жанрові модифікації української адресованої лірики. Рівне: О. Зень, 2014. 384 с.
6. Міцкевич А. До російських друзів. // Рильський М. Зібрання творів: у 20 т. Київ: Наукова думка, 1985. Т. 7: Поетичні переклади. 1985. 380 с.
7. Словацький Ю. Бенъовський // Рильський М. Зібрання творів: у 20 т. Київ: Наукова думка, 1985. Т. 8: Поетичні переклади. 1985. 328 с.

#### **Nazarets V., Ovdiychuk L., Myronyuk V. Development of the genre of epistolary and poetic message in foreign literature from the era of Antiquity to the beginning of the 19th century**

**Summary.** The purpose of the article is to analyze the main stages of development of the genre of epistolary and poetic

message in foreign literature from the era of Antiquity to the beginning of the 19th century.

The theoretical and methodological basis of the study is historical-cultural, historical-literary, comparative, typological, as well as general scientific methods (synthesis, generalization, systematization, etc.).

The object of the study is prose and poetic works of foreign writers in the time period from the era of Antiquity to the beginning of the 19th century, in which the connection with epistolary literature and addressed lyrics is most clearly and systematically attested.

The subject of the study is the thematic and structural-semantic priorities of the artistic evolution of the discourse of epistolary literature and addressed lyrics in foreign literature of the period of antiquity – the beginning of the 19th century, revealed in the works of its representatives and attested in the plane of its ideological and thematic issues, genre-stylistic principles of the artistic organization of poetic discourse, specific techniques of its poetics.

The scientific novelty of the results obtained lies in the fact that the study characterizes the set of basic semantic models and trends in the development of epistolary literature and addressed poetry in foreign fiction of the specified period.

As a result of the study, it was established that:

1) The history of the development of the epistolary form as a means of communication and information exchange is quite ancient and originates from samples of ancient Indian literature.

2) The heyday of epistolary culture falls on the eras of antiquity and the Renaissance.

3) In the era of Antiquity, epistolary literature becomes not only a means of communication and exchange of information, but also an effective part of the content of artistic poetic, dramatic and prose works.

4) From antiquity, the poetic form of epistolary literature is also known, represented by the genre of poetic epistle, which acquires particular relevance from the second half of the 18th century, remaining one of the most popular genres of poetry up to and including the beginning of the 19th century.

6) The genre of poetic epistle at the beginning of the 19th century. was a means not only of artistic communication, but also of ideological and political polemics, which is perhaps most vividly reflected in the mutual exchange of poetic epistles between A. Mickiewicz, Y. Slovatsky, T. Shevchenko and the imperial singer O. Pushkin.

**Key words:** epistolary literature, letter, artistic form of epistolary, addressed lyrics, poetic message, literary and artistic polemic.

*Стасик М. В.,  
кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри українознавства  
Запорізького національного університету*

## КОНЦЕПТ «СВІЙ/ЧУЖИЙ» У ХУДОЖНЬОМУ ПРОСТОРИ РОМАНУ ТЕТЯНИ ПАХОМОВОЇ «СХИЗМАТИК. ДІТИ КАЇНА»

**Анотація.** Роман Тетяни Пахомової «Схизматик. Діти Каїна» є глибоким художнім дослідженням суспільних, етнокультурних та моральних питань у контексті передвоєнного, воєнного і повоєнного періодів. Центральна сюжетна лінія – це доля Степана Дідича, проте в його історії відображено випробування цілого покоління, яке пережило панування різних влад, релігійні та етнопонаціональні конфлікти, зазнало приниження та втрати. У центрі оповіді – боротьба за виживання та розкриття вічного протистояння добра і зла.

Авторка майстерно використовує біблійний міф про Каїна та Авеля, створюючи символічну дихотомію «добро – зло», «свій – чужий», що проходить через усі рівні тексту: від опису персонажів до культурних традицій. Головний герой поступово усвідомлює свою ідентичність, долаючи складний шлях переосмислення моральних цінностей. У творі порушуються важливі питання: стереотипів, моральної відповідальності, пошуку порозуміння між різними етнічними та релігійними групами. Роздуми над питаннями зради, співчуття, людяності та відповідальності за свої вчинки пронизують сюжет. Авторка також акцентує увагу на символіці хреста як знаку духовного розп'яття героїв та внутрішнього конфлікту.

Дихотомія «свій/чужий» є ключовим смисловим каркасом роману. Етнопонаціональні стереотипи та їхній вплив на суспільну свідомість розкрито через драматичні події – Голокост, війну, переслідування представників іншого віросповідання, трагедії переселення. Письменниця через образи та символи (дороги, хреста, змії) показує руйнівний вплив ненависті, страху та відчуження. Герої опиняються в пастці ідеологічних, національних та соціальних конфліктів, що перетворюють добрих сусідів на ворогів. Водночас у тексті звучать думки про християнські цінності, любов до ближнього, необхідність долати упередження, щоб усвідомити спільне людське коріння. Твір є закликком-нагадуванням, що всі ми – діти Адама і Єви.

«Схизматик. Діти Каїна» – це твір, який збагачує наші знання з історії та культури, розкриває проблеми самоідентифікації людини в умовах жорстоких суспільних змін, пропонує читачеві глибокі роздуми над питаннями вибору, взаєморозуміння та віднайдення шляхів подолання різних стереотипів. Майстерність авторки у розкритті цих болючих тем робить роман актуальним і в наш час.

**Ключові слова:** роман, концепт, сюжет, герой, вибір, стереотип, дихотомія.

**Постановка проблеми.** Тетяна Пахомова – хоча і вступила на літературну ниву не так давно, але є вже визнаною авторкою, лауреаткою І премії в номінації «Романи» конкурсу «Коронація слова» [1] та премії імені Ірини Вільде [2] (2017) за свій дебютний роман «Я, ти і наш мальований і немальований Бог» (2016).

На сьогодні у її доробку є вже чотири романи: «Я, ти і наш мальований і немальований Бог» (2016); «Таємниця галицького Версалю» (2017); «Карпатське танго» (2018) та «Схизматик. Діти Каїна» (2021), за які отримала переважно схвальні відгуки критиків і любов читачів.

Роман «Схизматик. Діти Каїна», у якому вона продовжує розробляти питання міжлюдських, міжетнічних, міждержавних стосунків та конфліктів, поки що залишається поза увагою дослідників.

**Мета дослідження** – розглянути специфіку бінарної опозиції «свій» – «чужий» як одного із засобів сприйняття і художнього пізнання світу в романі Т. Пахомової «Схизматик. Діти Каїна».

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Різновекторні дослідження творчості Т. Пахомової здійснювали І. Власенко [3], Л. Войтюк [4], Н. Горбач [5], М. Зеленюк [1], І. Небесна [6], В. Остапенко [7], Т. Пінчук [8], В. Разживін [9], В. Сорока [10], Т. Трофименко [11], М. Штолько [12] та інші. Однак, питання аналізу опозиції свій / чужий у романі «Схизматик. Діти Каїна» залишається недослідженим. Зрештою, як ми уже зазначали вище, твір загалом, поки що обділений увагою науковців.

Вивченню питання функціонування концепту «свій / чужий» в художніх текстах української літератури присвячено роботи Т. Бикової, О. Дубчак, Л. Йолкіної, Г. Косаревої, Т. Кузнєцової, В. Марценішко, І. Насмінчук, О. Олійник, Л. Присяжнюк, С. Саковець І. Стаднік, О. Філатової та ін. Можемо погодитися з думкою, висловленою у багатьох із цих робіт, що дослідження концепту свій / чужий сприяє глибшому розкриттю змісту твору. Зокрема, на думку Л. Присяжнюк, «всі основні концепти, такі, як життя, смерть, любов, ненависть тощо, слід описувати бінарно, оскільки повнота знань не може спиратися лише на одну складову» [13, с. 129].

**Виклад основного матеріалу.** Роман «Схизматик», на перший погляд, це історія Степана Дідича, на долю якого випало лихоліття передвоєнного, воєнного та повоєнного періодів, а з іншого – історія цілого покоління, яке пережило панування різної влади, зазнало приниження за соціальною, релігійною, національною ознаками. Покоління, яке змушене було «приспосовуватися» аби вижити, але навіть це не допомогло їм зберегти свою землю, свою малу батьківщину – Надсяння. Зрештою, як пише Ірина Власенко, «це книга про вічну боротьбу добра і зла в душі людини, коли зло, підживлене людським страхом, змушує людину забути, що вона людина» [3]. І як тут не погодитися зі словами, які авторка роману написала в анотації до книги, що навіть «у світі зла не все однозначно» [14, с. 335].

Опозиція «свій-чужий» простежується на усіх рівнях роману Тетяни Пахомової «Схизматик. Діти Каїна» – від опи-

сів традицій різних національностей до портретних зображень героїв твору, де тісно переплітаються такі опозиційні поняття, як добро і зло, друг і ворог тощо. Герої твору проходять складний шлях віднайдення своєї самототожності в етнонаціональному, гендерному та психологічному вимірах. Свою приналежність до України, до рідного етносу усвідомлює, насамперед, головний герой – Степан Дідич.

Складність подій, що відбуваються, – вбивство євреїв, конфлікти поляків і українців, зрада рідних людей, «радянська гостинність» – навіюють героям різні думки. Від: «Не хочу бути поляком. І українцем теж не хочу. І німцем бути не хочу. Хочу просто бути людиною. Жити і робити на землі» [14, с. 135]. До: «Кожен народ має жити там, де народився» [14, с. 127]; «Не треба шукати краще по світах. Треба робити його там, де живеш...» [14, с. 128–129].

Біблія вплинула на те, що ім'я «Каїн» набуло символічного значення, уособлюючи злу та задрісну людину, здатну на підступність і навіть на вбивство близьких. Походить воно від гебрійського слова «кіна», що означає задрісність. Народна етимологія доповнює це тлумачення ще словом «проклятий»: «Каїн править світом... Нема гіршого звіра, як на двох ногах» [14, с. 106]; «все на світі має знак Каїна... Знак зла... Воно невмируще. Живе в людях і між людьми. Сіє розбрат, множить задрісність. Штовхає до ненависті й убивства» [14, с. 106–107]. Використання цього імені в назві твору спонукає читача до роздумів про тему моральної відповідальності за свої вчинки. Це слово стає маркером, який натякає читачу на дихотомічний розподіл: свій – чужий, добро – зло, злочин і кара тощо. Отже, в описах більшості образів переважають антагоністичні деталі, які різко протиставляються позитивним характеристикам «себе». Авторка майстерно використовує біблійний міф про Авеля та Каїна й пропонує читачеві самостійно визначити, хто є хто. Адже в одній ситуації герої виступає у ролі «каїна» – задрісника, зрадника, вбивці, а в іншій – «авеля» – жертви: «Всі ж ми правнуки Адама і Єви: чути – чуємо, слухати – не слухаємо. І найсвітліша людина має чорну тінь...» [14, с. 141]. Або: «Всі люди – Юди» [14, с. 173].

Таким чином, Т. Пахомова оригінально використовує міф зради, свідомо розширюючи біблійну конотацію, додаючи перспективу неминучої розплати: «... інколи наші нащадки мають обличчя тих, кого ми образили, і душу тих, хто любив нас?..», – відповідає вже старий Степан Дідич своєму невеличкому хворому внуку [14, с. 332].

Мотив зради представлений ще одним словом-маркером, яке письменниця використовує в назві твору. Схизма – з грецької мови перекладається як розкол, а схизматик у православній і католицькій церквах – «розкольник» [15, с. 647]. При цьому католики схизматиками називають православних, греко-католиків, а православні – католиків та греко-католиків. Однак, на наш погляд, письменниця виходить за межі тлумачення цього терміна в контексті релігійної боротьби. Для неї схизматиками є усі, хто є відступниками від загальнолюдських цінностей.

Текст роману вибудовується довкола різних етнокультурних стереотипів. Отже, дихотомія «свій / чужий» є своєрідним смисловим каркасом, що поєднує ключові ідейно-тематичні осередки роману.

Етнокультурний стереотип стає відправною точкою для актуалізації різних емоцій – від негативних (зазвичай щодо «чужих») до позитивних (передусім щодо «своїх»). Письмен-

ниця пропонує читачеві самостійно накреслити шлях визволення від стереотипних уявлень про «інших», навіюючи тим самим думку, що ми усі – і українці, і євреї, і поляки, і католики, і православні – діти Адама і Єви: «Ніхто не винен, що народився українцем, чи поляком, чи турком» [14, с. 139]. І тому, якщо «хреста в душі нема, то той, що на шії, не допоможе» [14, с. 70]. Як бачимо, бінарна опозиція свій/чужий стає відправною точкою для усвідомлення читачем християнських принципів любові до ближнього свого: «І любити того, з ким порозумітися хочеш, – каже один з героїв твору. Усе добро на світі твориться лише з поваги один до одного...» [14, с. 140–141]. Показує письменниця, що й серед «інших» час від часу проростає зерно розуміння, довіри та любові. Анджей Цибульський так говорить про русинів-українців: «Тепер я розумію, що нема великої різниці між ними й нами» [14, с. 147]. Однак «важке життя і небезпека перетворює людей на звірів» [14, с. 151] і вчорашні сусіди стають непримиреними ворогами, готовими навіть вбивати. І символічним є те, що для посилення ефекту, показу кризи людської душі письменниця використовує символічний образ хреста: «Увечері горів хрест на полнятицькій горі. ... Горів довго. Язика полум'я обпікали небо й душі людей» [14, с. 156].

Аналізуючи перший роман Т. Пахомової, В. Разживін писав: «Будь-яка війна – це особисті трагедії, це кров, це смерть, але навіть для таких жадливіх речей цивілізованим світом були вироблені певні правила. Трагедія Голокосту в романі страшна перш за все тим, що люди гинули без правил, їх прирекли на знищення не за якісь ворожі дії, а лише за те, що вони – євреї» [9, с. 48].

Проблема Голокосту побіжно розглянута в романі «Схизматик. Діти Каїна» на початку та декілька разів мимохідь протягом твору, але вона задає тон усьому роману, і екстраполюється на долю героїв твору. Перший прихід нової німецької влади завершується незначними змінами у Волі-Розвинницькій: «Поки втрати були невеликі: єврейські сім'ї чогось вивезли, як і майже усе їхнє добро. Були люди – і немає, наче й не жили поруч. Лише саморобна лялька маленької Ханни осиротіло дивилася в небо очима-намистинами з осінньої калюжі. Сільські жіночки навіть втішалися: не будуть тепер чоловіки останні злоті в корчму нести. Поки нова війна видавалася не страшнішою за звичайний передновок, а завтра... А до завтра треба просто дожити...» [14, с. 14]. Так неймовірно скупко, телеграфічно і «жорстко» описано по-суті знищення євреїв. Вкраплюючи в текст такий епізод, письменниця кидає виклик людським стереотипам, пропонує усвідомити, що «людське життя... є однаково безцінним, незалежно від національності чи віросповідання» [5, с. 64]. Тим більше, що знищення одних ще не означає спокій для інших, адже, як справедливо зауважує одна із героїнь роману – Катажинка – «люди завжди чомусь шукають ворогів. Як ворогів немає, їх придумують» [14, с. 34]. І хоча батько Степана, після його сутички з однокласниками-поляками й каже, що «побилися-помирися». Адже «в одному селі нам жити і один одному в очі дивитися. ... Хату не пересунемо – треба домовлятися, сину» [14, с. 32]. Однак опозиція свій/чужий пронизує усе тіло роману. Особливо, наприклад, спостерігаємо це у ставленні поляків до українців, чи українців до поляків: «... з Івана не бендзе пана, а з русина – поляка» [14, с. 29]; «Живете на польській землі, їсте польський хліб – учіть польську мову! Зрозуміли? Не чую» [14, с. 30]; «За

стільки літ став нарешті русин при владі і брикає, холера ясна. Була б Польща зараз вільна – сидів би в хліві, а не командував поляками, не?» [14, с. 46]; «А жеби було ясно, то скажи: чого ти майже все своїм русинам пороздавав, а ми, поляки, мало, що отримали, га?» [14, с. 59].

Особливо гостро, емоційно проявляються дихотомія свій/чужий в описав шкільного навчання. Таким чином авторка загострює проблему, пов'язану з рецепцією «інших», тих, які не об'єднані з тобою спільною ментальною картиною світу. Для одних «Польща була, є і буде» [14, с. 30], а для інших на «першому місці має бути власна держава» [14, с. 55]. «Поляки мають Польщу, німці – Німеччину, а ви – українці і маєте свою Україну» [14, с. 55].

У таких описах письменниці й сама, на наш погляд, потрапила у цю дихотомічну пастку. Можливо тому й пише, що «кожен знав, як краще жити сусідові, хоч не давав ради собі сам. Ті, чия правда, найгарніші і наймудріші з колодами у власному оці визбиравали сучечки у всіх, хто не з цієї хати» [14, с. 60].

Опис етнонаціональних стереотипів спонукає до актуалізації різних емоцій і стає відправною точкою, зламом свідомості героїв. На питання Івана Дідича про те, чому німці хапають євреїв Антон, відповідає: «Їх просто вбивають, вуйку. Довго мучать і вбивають. Чоловіків, жінок, дітей, старих – усіх! – Ну а за що – не міг уторопати Йван. – За те, що вони народилися жидами і не подобаються німцям» [14, с. 69]. На думку Андрія, «ще трохи часу – і голову нам на нашій землі не дали б підвести. ... Зброю треба брати в руки. Час сліз і слів вийшов» [14, с. 68].

Поміж таких описів письменниці вкраплює ситуації, у яких маркери свій/чужий стираються і перед лицем біди люди забувають про свої етнонаціональні стереотипи: «– Йой, лихо! Йване, Зосько, рятуйте, бо біда! Вода вже в хаті! Йван переглянувся зі Софією, роздивився по хаті. – Ну, та що ми, Тадику, тут всі не помістимося чи що? Давай усе сюди!» [14, с. 47]. Опіраючись на національні стереотипи, письменниці пропонує читачеві визначитися із власною позицією, навіюючи думку, що усі ми – діти Адама і Єви.

Однак отрута ненависті пронизує людську свідомість, і вчорашні добрі сусіди стають непримиренними ворогами, тому непоодинокими у творі є такі описи: «Тільки розпочали їсти – став Тадеуш на порозі. – А ось де ти, схизмате! – наставив карабін на Йвана. – Що ти хочеш, сучий сину? – не витримав Іван. – Скажи вже, нарешті! Щоб ти звідти забрався, хочу – прогарчав з виряченими очима Тадик... Твоя хата і твоє поле до мене перейдуть!» [14, с. 184]. Або: «– Убити їх тут і вже. Щоб насіння не залишилося від схизматів... – засичала погрозово велетенська людська змія. – Вбити, вбити!» [14, с. 162]. Для посилення емоційного ефекту бачимо залучення авторкою роману народних символів. Адже змія у Біблії часто тлумачиться як символ зла, злоби, люті, підступництва, лукавства, кари Божої [16, с. 54]. Не меншим символізмом наповнений образ журавлів, який, з одного боку є символом відданості рідному краю, безсмертя, щастя, повернення до своєї землі, віддаленої мрії, а з іншого – є символом плачу і страждання [17, с. 266].

Ще одним символом, яким щедро всипаний твір, є образ дороги. Переселення на територію Радянської України для сім'ї Дідичів розпочинає новий шлях, дорогу, але прикметно, що одним із найяскравіших, метафоричних є такий опис цього

шляху: «Вхід у колишній графський парк тепер прикрашала грубо склепана арка з написом «Парк імені возз'єднання України з Росією». З гучномовця на високому стовпі лунали бадьорі пісні про Сталіна, Леніна і синій платочек... Зміни зробили містечко інакшим. Тепер усе в ньому було, як та арка при вході: зроблене нашвидкуруч, ненадійне, неоковирне і з підручного матеріалу. Починаючи з доріжки з **єврейських могильних плит** [виділення моє – М.С.]... Потихеньку інакшими ставали й люди. Переляканими, обачними й боягузливими» [14, с. 292].

Давно відомо, що дорога часто виступає символом лінії поведінки людини, як певний набір правил, принципів. А тут дорога «нового життя» починається з «єврейських могильних плит». Письмениця таким чином натякає на гріховність нової системи, яка не просто знищує попередню політичну систему, а яка знищує загальнолюдські, непорушні для будь-кого цінності, знищує людину в людині. І залишаться тільки ті, що «ім аби кусень хліба й ланцюг не надто короткий. І не буде з ними України, не бу-де-е... – сумно видихнув Михась» [14, с. 306]. Як бачимо, у свідомості героїв твору відбувається черговий злам, через який вони усвідомлюють, що потрапили в чергову політичну пастку тотального контролю над людиною.

**Висновки.** На завершення хочеться процитувати один із відгуків читачів, з яким можна погодитися: «1. Книга цікава пізнанням власної історії. Написана добре, інтригує. 2. Але категорично не сподобалася кінцівка. Якось занадто просто, обіграно. Слабенько, я би сказав. 3. Однак читати варто» [18]. З усіма трьома пунктами більшою чи меншою мірою можна погодитися, варто тільки доповнити їх думкою Т. Пінчук, яку вона висловила щоправда про дебютний твір Т. Пахомової. Дослідниця зазначила, що письменниці «пропонує реципієнтам поживу для розуму, адже всі змальовані проблеми є до болю актуальними в наш час» [8, с. 190]. Доповнимо, що і «Схизматик. Діти Каїна» – змістовний роман, який ґрунтовно досліджує стереотип свій/чужий та спонукає до роздумів. Заглиблюючись у внутрішній світ героїв, письменниці вкотре нагадує нам, що кожна людина є багатовимірною, здатною як на вчинки великого зла, так і на надзвичайне співчуття.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у глибокому аналізі просторово-часових аспектів роману Т. Пахомової «Схизматик. Діти Каїна».

#### Література:

1. Зеленюк М. «Я, ти і наш мальований немальований Бог»: роман переможниці «Коронація слова»: рецензія на книгу. *Друг читача: [сайт]*. Текст дані. [Б. м.], 2017. URL: [http://vsiknygy.net.ua/shcho\\_rochutatu/48118/](http://vsiknygy.net.ua/shcho_rochutatu/48118/) (дата звернення 08.11.2024).
2. Бернакевич Л. Літературна премія імені Ірини Вільде визначила переможців [Текст]. *Українська літературна газета*. 2017. 16 черв. С. 2.
3. Власенко Ірина. Мої думки про книжку «Схизматик. Діти Каїна» URL: <https://book-ye.com.ua/blog/osoblyva-dumka/moyi-dumky-pro-knyzhku-skhizmatyk-dity-kayina-tetyanu-pakhomovoyi/> (дата звернення 08.11.2024).
4. Войтук Л. Урок позакласного читання: «Ти знаєш, що ти людина?» (за романом Тетяни Пахомової «Я, ти і наш мальований і немальований Бог»). *Філологічні діалоги*. Вип. 7 (Лютий). 2020. С. 133-144. URL: <http://visnyk.idgu.edu.ua/index.php/fildialohy/article/view/317> (дата звернення 08.11.2024).
5. Горбач Н. Персоналії і простір пам'яті про голокост у сучасній українській літературі. *Pomiedzy: Polonistyczno-Ukrainoznawcze Studia Naukowe*. NR. 1. 2022. С. 59–67.



6. Небесна І. Львівська письменниця створила роман на основі реальної історії врятованих українцями євреїв під час Голокосту : рецензія на книгу. *20 хвилин* : [сайт]. Тернопіль, 2017. URL: <https://te.20minut.ua/Kult-podii/lvivska-pismennitsya-stvorilaroman-na-osnovi-realnoi-istoriyi-vryato-10573629.html> (дата звернення 08.11.2024).
7. Остапенко В. М. Художнє моделювання проблеми зовнішньої і внутрішньої свободи особистості в романі Т. Пахомової «Карпатське танго» : кваліфікаційна робота магістра спеціальності 035 «Філологія» / наук. керівник Т. В. Хом'як. Запоріжжя : ЗНУ, 2020. 60 с.
8. Пінчук Т. С. Єврейське питання у фокусі зарубіжної та української літератури. Проблематика роману Тетяни Пахомової «Я, ти і наш мальований немальований Бог». *Слобожанська бесіда-11. Лінгвістика тексту і вивчення української ментальності : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Старобільськ, 9 листоп. 2018 р.) / ДЗ „ЛНУ імені Тараса Шевченка” ; за ред. проф. Глуховцевої К. Д. Вип. 11. Старобільськ, 2018. С. 185–190.*
9. Разживін В. М. Втілення теми голокосту в романі Тетяни Пахомової «Я, ти і наш мальований і немальований Бог». *Перспективні напрямки сучасної науки та освіти: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції викладачів і студентів Донбаського державного педагогічного університету, учителів та учнів загальноосвітніх закладів (м. Слов'янськ, 19–20 травня 2020 р.) / відп. ред. Н. М. Маторіна. Слов'янськ : ДДПУ, 2020. С. 46–50.*
10. Сорока В. Історична правда в штатах художнього слова. *Освіта України*. 2017. 27 лют. С. 14–15.
11. Трофименко Тетяна. Книжковий огляд листопада від Тетяни Трофименко – дивуймося разом! URL: <https://novynarnia.com/2016/11/28/knizhkoviy-oglyad-listopadadivuyemosya-razom/> (дата звернення 08.11.2024).
12. Штолько Марина. [Рецензія] «...Ми такі різні, як брати одного батька» URL: <http://bukvoid.com.ua/reviews/books/2017/07/22/104841.html> (дата звернення 08.11.2024).
13. Присяжнюк Л.Ф. Свій / чужий у художній семантиці (на матеріалі романів Г. Гріна). *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. № 22. С. 129–132.
14. Пахомова Т. Схизматик. Діти Каїна : роман. Харків : Клуб Сімейного Дозвілля, 2021. 336 с.
15. Словник іншомовних слів / за ред. О. С. Мельничук. Київ : Головна редакція УРЕ. 1977. 746 с.
16. Словник символів культури України / за ред. В. П. Коцура, О. І. Потапенка, М. К. Дмитренко. Київ : Міленіум, 2002. 260 с.
17. Енциклопедичний словник символів культури України / за заг. ред. В.П. Коцура, О.І. Потапенка, В.В. Куйбіди. 5-е вид. Корсунь-Шевченківський : ФОП Гаврищенко В.М., 2015. 912 с.
18. Відгуки на книгу Т. Пахомової «Схизматик. Діти Каїна». URL: <https://bookclub.ua/catalog/e-books/e-books-adventure/shizmatik-diti-kayina-e> (дата звернення 08.11.2024).

**Stasyk M. The Concept of «Friend/Stranger» in the Artistic Space of the Novel by Tetiana Pakhomova «Schismatic. Children of Cain»**

**Summary.** Tatiana Pakhomova's novel «The Schismatic. Children of Cain» is a profound artistic study of social, ethno-cultural and moral issues in the context of the pre-war, war and post-war periods. The central storyline is the fate of Stepan Didych, but his story reflects the trials of an entire generation that survived the rule of different governments, religious and ethnic conflicts, and suffered humiliation and loss. At the center of the story is the struggle for survival and the revelation of the eternal confrontation between good and evil.

The author skillfully uses the biblical myth of Cain and Abel, creating a symbolic dichotomy of «good – evil», «friend – stranger» that runs through all levels of the text: from character descriptions to cultural traditions. The protagonist gradually realizes his identity, overcoming a difficult path of rethinking moral values. The novel raises important issues: stereotypes, moral responsibility, and the search for understanding between different ethnic and religious groups. The plot is permeated by reflections on betrayal, compassion, humanity and responsibility for one's actions. The author also focuses on the symbolism of the cross as a sign of the characters' spiritual crucifixion and internal conflict.

The dichotomy «friend/stranger» is the key semantic framework of the novel. Ethno-national stereotypes and their influence on the public consciousness are revealed through dramatic events – the Holocaust, the war, the persecution of representatives of other religions, and the tragedies of resettlement. The writer uses images and symbols (a road, a cross, a snake) to show the destructive impact of hatred, fear and alienation. The characters are trapped in ideological, national and social conflicts that turn good neighbors into enemies. At the same time, the text contains thoughts about Christian values, love for one's neighbor, and the need to overcome prejudice in order to realise common human roots. The work is a call and a reminder that we are all children of Adam and Eve.

«Schismatic. Children of Cain» is a work that enriches our knowledge of history and culture, reveals the problems of human self-identification in the face of violent social change, and offers the reader deep reflections on issues of choice, mutual understanding, and finding ways to overcome various stereotypes. The author's skill in revealing these painful topics makes the novel relevant today.

**Key words:** novel, concept, plot, protagonist, choice, stereotype, dichotomy.

Черкашина Т. Ю.,

доктор філологічних наук, професор,  
професор кафедри романо-германської філології  
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Юрченко В. В.,

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри іноземних мов  
Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

## ГЕОПОЕТИКА СВЯТОЇ ЗЕМЛІ В РОМАНІ Е.-Е. ШМІТТА «LE DÉFI DE JÉRUSALEM»

**Анотація.** У статті проведено аналіз геопоетичних образів у романі сучасного французького письменника Е.-Е. Шмітта «Le défi de Jérusalem». Актуальність теми дослідження зумовлена специфікою представленого у творі літературного дискурсу, який умовно можна охарактеризувати як нефікційний літературний дискурс християнського паломництва, або паломницький нефікційний дискурс. Твори цього дискурсу знаходять свого читача вже протягом сімнадцяти століть, що пояснюється традиційним інтересом суспільства до питань індивідуальної та колективної релігійності й духовного пошуку. Метою статті є аналіз геопоетичних образів Святої Землі в романі Е.-Е. Шмітта «Le défi de Jérusalem» та виявлення художньо-стилістичних засобів зображення простору в зазначеному творі. Під час дослідження було надано загальну характеристику хронотопу твору; проаналізовано основні геопоетичні образи твору; виявлено художньо-стилістичні засоби їх формування. Для вирішення зазначених завдань використовувалися методи літературного аналізу, стилістичного аналізу, інтерпретативний метод, метод логічного узагальнення.

За результатами дослідження визначено основні риси хронотопу твору: розгалужена система геотопосів і відповідних локусів; підвищена образність, наявність специфічних образів простору («гора») та часу («іврит – мова, спрямована в минуле», «тель»).

Під час дослідження було проаналізовано чотири групи геопоетичних образів: 1) образи міст, де свого часу жив Христос (Віфлеєм, Назарет, Капернаум), 2) образи історично значущих міст (Кесарія, Мегіддо), 3) образи відкритого простору (Генісаретське озеро, гора Блаженств, гора Фавор, Ейн-Керем), 4) образ Єрусалима як місця страти Христа і водночас центру трьох світових релігій. Усі геопоетичні образи, з одного боку, є самодостатніми, з іншого, – складаються в загальну картину, утворюючи збірний образ Святої Землі.

Основною образотворчою характеристикою є кінематографічність (зміна ракурсів, візуальний символізм, увага до окремих деталей). Доведено, що автор використовує широкий спектр стилістично-художніх: епітети, метафори, порівняння, паралелізм, градацію, персоніфікацію; гумор, іронію; символи, перифрази; повтори, сентенції, риторичні запитання, риторичні звертання.

**Ключові слова:** сучасна французька література, Ерік-Емманюель Шмітт, паломництво, паломницький нефікційний дискурс, геопоетика, геопоетичний образ, образ-символ, кінематографічність.

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Поява нового твору всесвітньовідомого автора – це майже завжди непересічна подія у сфері літературознавства. Цього разу Ерік-Емманюель Шмітт вкотре проявив себе як письменник з нового та неочікуваного боку, створивши сучасний, новаторський твір у давньому, традиційному жанрі паломницького щоденника. Його роман «Виклик Єрусалима» («Le défi de Jérusalem»), уперше опублікований французькою мовою в 2023 році у видавництві «Albin Michel», є описом подорожі сучасного паломника-християнина сучасною Святою Землею. Ця «сучасність у квадраті» обіцяє критикам оновлений літературний нефікційний паломницький дискурс, а читачам – новий погляд на Святу Землю і нові образи цієї давньої, багаторазово оспіваної території. Оновлений образ Святої Землі є цікавим предметом для аналізу, оскільки він свідчить не лише про зміни зовнішнього вигляду реально існуючих географічних референтів, але, можливо, також і про зміни авторського інструментарію, якого було застосовано при створенні геопоетичних образів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної теми.** Загальні питання теорії літературного та зокрема подорожного нефікційного літературного дискурсу у своїх роботах висвітлюють А.М. Пейре [1], Р.Т. Теллі (мол.) [2], Т. Гаврилів [3], О. Галич [4], С. Криворучко [5], Н. Колошук [6], Т. Черкашина [7; 8], М. Шульгун [9; 10] та інші. Відносно менш дослідженим є паломницький літературний дискурс. Ранні тексти цього дискурсу досліджували у своїх роботах Дж. Елснер та Дж. Разерфорд [11], Г. Френк [12], Б. Лейерль [13]. Окремі аспекти вітчизняного паломницького дискурсу розглядалися в роботах В. Будного [14] та М. Шульгун [9]. У роботах зазначених авторів повністю відсутній аналіз сучасного етапу розвитку паломницького дискурсу.

Загалом, твори, присвячені паломництву (серед них – путівники, листи, щоденники, мемуари), становлять величезний пласт давньої нефікційної подорожньої літератури. Найдавнішими такими документами вважаються: 1) так званий «Бордоський ітнерарій» (*Itinerarium Burdigalense*), 333–334 рр., латиномовний путівник, що стисло описує шлях до Святої Землі (Єрусалима) анонімного паломника з м. Бордо; 2) «Паломництво Егерії» (*Peregrinatio Aethiopiae*) – лист про подорож до Святої Землі, здійснену приблизно у 380 р. монахиною або заміжною жінкою на ім'я Егерія, уродженкою південної Галії

або північної Іспанії; 3) подорожній щоденник палігрима з П'яченці (Італія), приблизно 570 р.

Фахівці зазначають, що образ Святої Землі вже в перших паломницьких творах зазнав поступової *трансформації*. У щоденнику палігрима з П'яченці «вона подібно до розм'яшеного гіпсу, ніби стала здатна зберігати фізичні сліди біблійних подій більш тривало. Те, що раніше здавалося Егерії твердим ґрунтом, на якому розвивалися біблійні події, тепер стало більш м'якою та податливою поверхнею, в якій ті події надовго залишили сліди та відбитки» [15, с. 829]. Дослідження сучасного образу Святої Землі як кінцевої стадії зазначеної трансформації може бути цікавою міждисциплінарною науковою проблемою. Необхідним науковим інструментарієм для дослідження зазначеної проблеми володіє, на наш погляд, відносно нова галузь міждисциплінарних досліджень – геопоетика.

Геопоетика є відносно новим напрямом у сучасному літературознавстві. Один із засновників напрямку, Кеннет Уайт у своїй книзі «Альбатросова скеля. Вступ до геопоетики» представив образ геопоетики як альбатросової скелі серед моря. У цій метафорі знаходимо ідею твердості й непорушності серед непевності й мінливості; ідею мрії, спрямованості вгору та спорідненості із громадянами неба – птахами; ідею пошуку натхнення в природі й навколишньому середовищі [16, с. 113]. Взагалі, як зазначають дослідники, «концепція геопоетики, яку прагне просувати Кеннет Уайт, дуже широка; вона виходить за межі поезії та літератури, щоб створити «новий культурний простір», який охоплюватиме мистецтво, науку та філософію» [17, с. 24].

Більшість закордонних і вітчизняних дослідників говорять, що не існує якогось одного загальноприйнятого визначення терміну «геопоетика» і тому різні автори трактують це поняття по-різному. Так, О. Шаблій обмежує сферу застосування терміну лише поетичною творчістю. Він вважає геопоетику передусім напрямком міждисциплінарних наукових досліджень [18, с. 11]. В. Просалова та Я. Григошкіна наводять низку визначень різних вітчизняних авторів [16, с. 113]. Водночас, ці ж автори зазначають, що більшість західних дослідників, «підтримують вузьке розуміння геопоетики як поетики географічних образів у літературі та мистецтві» [16, с. 113]. З усіх проаналізованих нами визначень найбільш виваженою здається точка зору французького дослідника М. Колло, який вважає, що дослідження географічних об'єктів/образів у літературі проводяться в межах трьох основних підходів: 1) літературна географія (або географія літератури); 2) геокритика; 3) геопоетика. Під останньою автор розуміє «дослідження взаємозв'язків між представленням простору і літературними формами» (Слово «форми» М. Колло розуміє дуже широко – як формальні характеристики твору, як стилістичні вибори автора, як тип нарративу) [17, 23–34; 7, с. 18].

Дослідники, що працюють у напрямках геокритики і геопоетики зазвичай оперують термінами: геопоетичний простір, геотопос, геопоетичне місце (геолокус), геопоетичний образ, геопоетичне поле. Визначення цих термінів надано в роботі О. Шаблія [18, с. 12].

**Формування мети статті.** Метою статті є аналіз геопоетичних образів Святої Землі в романі Е.-Е. Шмітта «Le défi de Jérusalem» та виявлення художньо-стилістичних засобів зображення простору в зазначеному творі. Для реалізації цієї мети в роботі надано загальну характеристику хронотопу твору; проан-

алізовано основні геопоетичні образи твору; виявлено художньо-стилістичні засоби їх формування. Під час дослідження для вирішення зазначених завдань використовувалися методи літературного аналізу, стилістичного аналізу, інтерпретативний метод, метод логічного узагальнення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** «Le défi de Jérusalem» є автобіографічним романом, написаним у формі подорожнього щоденника, що відображає події реальної подорожі – паломництва Святою Землею, яке автор здійснив у вересні 2022 року на території сучасного Ізраїлю. Це датування визначене опосередковано через аналіз хронотопу роману. Зокрема, датування прив'язане до моменту завершення та публікації роману Е.-Е. Шмітта «Темне сонце». Також у творі є вказівка на те, що дія відбувається у вересні, уже після пандемії COVID19 [19, с. 37]. Післямова до роману, написана Папою Римським Франциском I, є датованою – і цю дату (16.02.2023 р.) можна вважати офіційною датою закінчення роботи над твором. Таким чином, авторський час у творі збігається із соціально-історичним, сюжетним та персонажним. Порядок викладення подій є лінійним, ритм нарації в першій половині твору – досить високим, проте сповільнюється після кульмінації; оповідач подекуди вдається до підсумовування, стисло описуючи довготривалі події, оповідь йде швидше, ніж історія.

Створюючи образ сучасної подорожі як швидкої зміни подій та вражень, автор загалом використовує більше десяти різних видів нарації (оповідь про основні події; роздум; розповідь про євангельські події, описи краєвидів, екфразиси художніх та музичних творів та архітектурних споруд, описи інтер'єру, тощо) – фрагментарно, іноді в довільній послідовності.

У романі присутні численні історичні екскурси [19, с. 79; с. 98; с. 163–164]. Один із перших серед них присвячений історії іврити, мови спрямованої в минуле, мови, що «ніколи не вмирала», мови, що є символом єврейського народу – «нації з гіпермезією» [19, с. 32–34] (тут і надалі переклад з французької наш. – Т.Ч., В.Ю.). Звернення до історії створюють образ Святої Землі як території з багатим історичним минулим. Крім символічного образу іврити – мови, що «різко повертає час в минуле», оскільки «написи на івриті читаються задом наперед» [19, с. 32], автор пропонує ще один образ, що втілює специфіку хронотопу Святої Землі. Описуючи відвідування старовинного Мегіддо, автор характеризує його як «тель», тобто «штучний пагорб, ... курган із двадцяти п'яти шарів або двадцяти п'яти послідовно зруйнованих міст» [19, с. 80]. Таке нашарування, скупчення різних епох ус певних точках простору є особливістю, яскраво вираженою у випадку Мегіддо, але притаманною багатьом описуваним локусам [19, с. 47, с. 63–64, с. 86–87].

Аналіз хронотопу в просторовому аспекті дозволяє виявити основні місця подій. Загалом події твору розгортаються в межах п'ятнадцяти топосів, більшість з яких спочатку отримують авторську загальну характеристику, після чого постають перед читачем у вигляді окремих локусів, загальна кількість яких приблизно дорівнює шістдесяти.

Оповідь про подорож до Ізраїлю автор розпочинає, змальовуючи свій прильот до Тель-Авіва. Спочатку читачеві пропонується крупний план і вид зверху, а міський пейзаж доповнює *узагальнення-персоніфікація*: «...Тель-Авів видає свою силу

своїми високими будівлями, своє нетерпіння – великою кількістю споруд, свою юність – пануванням бетону, свою відвагу – звичкою вгризатися в оголені навколишні простори» [19, с. 29]. (Зауважимо, що автор досить часто вживає *номінативні характеристики*. Перший погляд: «сила – нетерпіння – юність – відвага», ближче знайомство: «невимушеність – мінливість – сучасність – толерантність» [19, с. 30; с. 196].)

Святі місця автор відвідує у такій послідовності: 1) Назарет; 2) Генісаретське озеро; 3) Капернаум; 4) гора Блаженств; 5) гора Фавор; 6) Кесарія; 7) Мегіддо; 8) Віфлеєм; 9) Ейн-Керем та Віфанія; 10) Єрусалим та його передмістя. Усі вказані геотопи в інтерпретації Е.-Е. Шмітта можна розділити на чотири групи, кожна з яких об'єднує місця, схожі за характером описуваних географічних об'єктів, відношенням до Євангелія як першоджерела (як гіпотексту для всіх творів у жанрі нефікційної паломницької літератури, присвячених подорожам у цьому регіоні), манерою зображення і набором використаних художніх прийомів.

### Група 1. Назарет – Капернаум – Віфлеєм.

До першої групи належать *міста, безпосередньо пов'язані із земним життям* Ісуса Христа (Віфлеєм, як відомо з Євангелія, був місцем Його народження, у Назареті Він провів дитинство і юність, у Капернаумі часто перебував протягом останніх трьох років життя, у період Своєї проповідницької діяльності). Візиту до кожного з трьох міст передують дитячі спогади автора [19, с. 31; с. 50; с. 85]. Цим прийомом автор підкреслює, що саме ці міста – в Євангелії і для Христа, і певною мірою для самого автора мають особливе значення. Вони є простором безпеки, окрашеним так само світло, як дитинство, як спальня автора і трапезна в монастирі, що став його тимчасовим притулком у Назареті.

Описуючи Назарет, Капернаум та Віфлеєм автор бачить кожне з цих міст у трьох ракурсах. Відштовхуючись від власних спогадів, він послідовно запрошує читача 1) до міста часів Христа (фікційна розповідь на базі ретельно дібраних історичних відомостей); 2) до сучасного міста (міський краєвид); 3) до свого особистого простору, де розгортаються події, що стосуються в першу чергу його самого, і проходить його власне внутрішнє життя (розповідь про події, роздум) [19, с. 35–43; с. 51–52]. Щоправда, у Віфлеємі автор змінює послідовність. Він кількома штрихами змальовує побут мешканців цього містечка за часів Христа, нагадує про Різдво Христове, і одразу запрошує на екскурсію до базилики Різдва Христового, де поринає у свій особистий простір, сповнений роздуму, часом – критики й полеміки, часом – спогадів і несподіваних внутрішніх відкриттів, і вже після цього на читача очікує «міський краєвид» цього разу у формі одного-єдиного об'єкту: стіни [19, с. 85–98] (Географічним референтом стіни, реальним об'єктом, образ якого змальовано в романі, є так званий Ізраїльський роз'єднувальний мур).

Автор вдається до *паралелізму*, проводячи паралель між глухим занедбаним Назаретом з минулого і сучасним Назаретом, що і сьогодні «пахне так само як тоді – тривіальністю...» [19, с. 35–36] (Тут ми бачимо також, що автор майстерно використовує одразу *ольфакторні, аудіальні й візуальні образи*). Так само, він створює паралель між безладом у кімнаті із своїх дитячих спогадів і сучасним Капернаумом, який він *метафорично* іменує «базаром древностей» і «джунглями руїн» [19, с. 50–51].

Можна також стверджувати, що автор використовує прийом *градації*. І Назарет, і Капернаум, і Віфлеєм після світлих спогадів дитинства готують авторові щоразу сильніші розчарування й випробування. Сучасний Назарет, так само як і тихий Назарет часів Христа, розчарує своєю тривіальністю [19, с. 35–36], а та сама кімната автора в місцевому монастирі, «свіжа, чиста, кольору яєчної шкарлупи» [19, с. 43], як виявилось, мала незручне, занадто вузьке ліжко, з якого бідолашний всесвітньо відомий письменник першої ж ночі падав тричі (Автор у романі також *іронізує* з цього епізоду. А найнезручнішою, взагалі майже не придатною для життя, згодом виявиться кімната автора в готелі в Єрусалимі, що підтверджує ідею щодо *градації*). Вузьке ліжко було не єдиною незручністю. Автор описує, як ніяково він спочатку почував себе під час регулярних богослужінь, що входили в програму паломництва, і знов *іронізуючи*, порівнює свій перший досвід із тим єдиним разом, коли наважився взяти урок аеробіки і рухався «задиханий, не в ногу, відстаючи від інших» [19, с. 41].

Образ безладу в дитячій кімнаті і розсерджених батьків майже одразу робить дещо тривожним сприйняття Капернауму. Це почуття лише посилюється, оскільки сучасний Капернаум нагадує «джунглі руїн», а автор, поринувши думками в минуле, розповідає, як після смерті Іоана Хрестителя Ісус розпочав в Капернаумі Своє сповнене скорбот суспільне служіння [19, с. 50–51].

Знов відштовхуючись від солодких дитячих спогадів про Різдво, у Віфлеємі автор згадує події Різдва Христового, відвідує присвячену їм базилику, після чого тональність оповіді змінюється. Замість детальних, дещо іронічних описів міського краєвиду, він пропонує читачеві «*символ лиха*» – стіну, і ще один *символ лиха* – «The Walled Off Hotel». Далі – тривожні роздуми автора про «трагедію і драму» Святої Землі, відчайдушна розповідь про монастир емануеліток та їх молитви за мир. І хоч попереду ще світла церква Відвідин (місце зустрічі щасливої, юної вже вагітної Диви Марії із своєю родичкою Єлізаветою), проте з якоюсь неумовною символічністю труднощі подорожі і психологічна напруга нарастають, а дорога з Віфлеєму веде паломників до Єрусалима «що вбиває пророків» – так само як вів туди свого часу і земний шлях Христа [19, с. 85–117].

### Група 2. Кесарія, Мегіддо.

До другої групи увійшли *історичні міста, які на цей момент більше не функціонують як поселення*, про які, до того ж, не йдеться в Євангеліях, хоча вони присутні в інших книгах Нового Заповіту, а саме в Діяннях Апостолів та Апокаліпсисі. Тон оповіді змінюється на більш легкий та нейтральний. У Кесарії ми бачимо цікавий історичний і особистісний ракурс, у Мегіддо до того ж відбувається непересічна подія – іронічний діалог автора із представником секти Свідків Єгови. Критикуючи представників цього релігійного угруповання, автор, однак, визнає, що «віра проти віри рівнозначна, як у суді, свідчення проти свідчення», а наприкінці він констатує: «Секта завжди є релігією інших» [19, с. 82–83].

Слід зазначити, що описуючи і міста групи 1, і обидва міста, що входять до групи 2, автор демонструє яскраву *кінематографічність*. Кесарія постає як «бита вітрами» і розташована на березі «темно-синього, кольору індиго, Середземного моря», а в останньому «кадрі» морські вітри позбавляють автора солом'яного капелюха, уносячи його кудись у західному напрямку [19, с. 78–80]. У Мегіддо образ цього стародавнього

міста, що виглядає як «штучний пагорб, тель, курган із двадцяти п'яти шарів або двадцяти п'яти послідовно зруйнованих міст» [19, с. 80] утворює *гротескний контраст* із образом представників молоді незакомплексованої нації, які «над старовинною збройовою палатою <...> розмахують величезним прапором Сполучених Штатів, співають і кричать, їхні щоки багряні, а зіниці сяють» [19, с. 81].

### Група 3. Генісаретське озеро, гора Блаженств, гора Фавор, Ейн-Керем.

До третьої групи віднесено *топоси, відомі читачеві з Євангелія та розташовані на відкритій місцевості*. Відкритий простір асоціюється із радістю і свободою. Недарма опис перших трьох топосів автор розпочинає *образом сонця*: воно сліпить очі автора на березі Генісаретського озера, заливає і навіть давить все живе на горі Блаженств, розпалює асфальт під ногами на Фаворі. Генісаретське озеро (Тиверіада) і гора Фавор викликають в автора захоплення тонким ліризмом своїх краєвидів. Ми бачимо, як краєвид гори Блаженств легко переходить у роздум [19, с. 53–54], а краєвид гори Фавор – у фікційний історичний екскурс [19, с. 73–74].

Аналіз краєвидів дозволяє стверджувати, що автор використовуючи *епітети (особливо різноманітні – для опису розмаїття кольорів), персоніфікацію, порівняння, метафори*, створює потужні образи навколишнього світу. Ми бачимо, що автор підкреслює незмінність простору з часом, і той факт, що природа цих місць наближає до часів Христа, створює нагоду подумки звернутися до Євангелія. Неодноразово (див., наприклад, 19, с. 44–45; с. 53–54) автор розповідає про краєвид, і одразу після цього – про Євангельські події, ніби накладаючи одне зображення на інше. Можливо, саме в цьому полягає глибинний сенс написання перших паломницьких оповідей, на кшталт «Паломництва Егерії» або «Щоденника пільгрима з П'яченці». Вони занурювали читачів, вже знайомих із подіями Євангелія, у невідомий їм доти контекст. В епоху відсутності фото-, кіно-, відео- засобів відтворення реальності такі письмові свідчення мали бути безцінними.

Описуючи всі чотири топоси цієї групи автор відтворює, переказує, аналізує Євангеліє. Усі чотири місця пов'язані із особливими, непересічними фрагментами Євангелія, у кожному з яких Бог по-новому відкриває себе людству (За Євангеліями, в Ейн-Керемі, останньому за послідовністю роману, але першому за хронологією подій в Євангелії, Бог відкрив таємницю існування втіленого Сина Божого святих Єлисаветі, матері Іоанна Хрестителя. На горі Блаженств Він відкрив свою волю щодо спасіння людства, вказавши шлях до нього у виконанні заповідей Блаженства. На Фаворі Він відкрився учням, показавши їм вперше в історії людства славу Преображення. І, нарешті, біля Генісаретського озера він явився учням після Воскресіння). Географічна висота гір (гора Блаженств, Фавор, та Ейн-Керем) ніби підкреслює богословську висоту Євангельських подій. Гора постає символом, що викликає відповідний відгук у самого автора: на горі Блаженств народжується високий роздум про Блаженства і християнську святість, гора Фавор дає нагоду поговорити про духовні аспекти паломництва, а перебування в Ейн Керемі, ніби потужним акордом, закінчується екфразісом «Magnificat» Баха і філософським роздумом про силу згоди, силу сказати «так».

### Група 4. Єрусалим та передмістя.

Єрусалиму належить центральне місце в романі. Автор акцентує на ньому увагу, згадавши це місто в назві твору. Лише до цього міста він неодноразово застосує художній прийом *персоніфікації* і подумки вступає з ним у діалог. Називаючи його то «настороженим, лютим, підозрілим» [19, с. 118–119], то «гордою, зухвалою, нестерпною столицею» [19, с. 169], він зізнається в бажанні «подивитися Єрусалиму в обличчя» [19, с. 169]. Автор створює *образ живого міста, міста-істоти*, що ставить запитання, спонукає до роздумів.

Описуючи Єрусалим, автор продовжує зображувати події в трьох ракурсах: 1) сучасне місто, комерціалізоване і багатолюдне [19, с. 126]; 2) історичне місто часів Ісуса Христа, вороже і негостинне [19, с. 118–120] (у творі присутня оповідь про традиційний для католицького паломництва ритуал – слідування Шляхом Христа на Голгофу, у поєднанні із розповіддю про ці останні часи життя Христа, поданою здебільшого у формі числених *риторичних запитань і звертань* [19, с. 133–153]); 3) особистий простір (події особистого життя, думки, емоції, спогади, роздуми – зокрема, роздуми про долю Святої Землі і про своєрідний меседж «тричі священного міста» – релігійного центру християнства, ісламу, іудаїзму [19, с. 173–174]). Ракурси часто перетинаються і накладаються, що відображає тривимірну реальність Святої Землі, де минуле перетинається з теперішнім та ще й сприймається крізь призму світогляду та переконань спостерігача (див. 19, с. 117–118).

Майже наприкінці роману автор розкриває прихований смисл його назви – заклик до братерства і мирного співіснування:

«Єрусалим будить нас. А точніше, за допомогою його нас пробуджує Бог.

*Виклик*, який Бог кидає віруючим і невіруючим, переходить межі того, що вони здатні уявити: Бог не каже їм: «Почуйте мене!» – Він кричить до них: «Почуйте одне одного!»...

Тричі священне місто, арена міжрелігійних розбіжностей, дає нам поживу для роздумів. Ми повинні брататися один з одним... В Єрусалимі більше, ніж деінде, Бог спонукає нас до цього – Він не лише підтовхує нас до божественного, Він вміняє нам в обов'язок людяність з усім, що в ній є множинного, складного, схильного до гармонії...

Чи зможемо ми одного дня впоратися з *викликом* Єрусалима?» [19, с. 173–174].

Загалом, аналіз опису геотопосів у романі «Le défi de Jérusalem» дозволяє стверджувати, що автор створює, не лише окремі геопоетичні образи, а й збірний образ Святої Землі – території з унікальним історичним минулим та бурхливим сьогоденням, землі, що іноді здається відразливо глобалізованою, комерціалізованою, буденною та занедбаною, а іноді – загадковою, сповненою контрастів та несподіванок, здатною подарувати відкриття або пригоду.

**Висновки з дослідження (і перспективи подальших пошуків у цьому науковому напрямку).** Аналіз хронотопу дозволив виявити такі його характеристики, як 1) розгалужена система геотопосів і відповідних локусів, що сприяє деталізації геопоетичних образів; 2) підвищена, загалом нетипова для нефікційної літератури образність, наявність специфічних образів простору («гора») та часу («іврит – мова, спрямована в минуле», «тель»).

Аналіз основних геопоетичних образів роману – образів міст, де свого часу жив Христос (Віфлеєм, Назарет, Капернаум); образів історично значущих міст (Кесарія, Мегіддо); образів відкритого простору (Генісаретське озеро, гора Блаженств, гора Фавор, Ейн-Керем); образу Єрусалима як місця страги Христа і водночас центру трьох світових релігій – виявив, що всі геопоетичні образи, з одного боку, є своєрідними і самодостатніми, з іншого, – легко складаються в загальну картину, утворюючи збірний образ Святої Землі.

Основною характеристикою, що зумовлює геопоетичність образів, є кінематографічність, що проявляється в зміні ракурсів, візуальному символізмі, увазі до окремих деталей. У роботі виявлено також спектр стилістично-художніх прийомів, що їх автор використовує в тому числі для створення геопоетичних образів, а саме: епігети, метафори, порівняння, паралелізм, градація, персоніфікація; гумор, іронія; символ, перифраз; повтори, сентенції, риторичні запитання, риторичні звертання.

#### Література:

- Nonfictional prose (by Henri M. Peyre). URL: <https://www.britannica.com/topic/nonfictional-prose> (дата останнього звернення 03.11.2024).
- Tally R.T. Jr. (ed.), *The Routledge Handbook of Literature and Space*, Routledge, Londra-New York 2017. 375 p.
- Стратегії мемуарної та мандрівної літератур західноукраїнських письменників другої половини XIX – першої половини XX століття. Колективна монографія / [відп. ред. Тарас Пастух]; Національна академія наук України, Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича. Львів, 2020. 572 с.
- Галич О., Назарев В., Васильєв С. Теорія літератури: Підручник. 3-тє вид., стереотип. Київ: Либідь, 2006. 488 с.
- Зарубіжна література межі XIX–XX та XXI століття: підручник / за заг. ред. С. К. Криворучко. Тернопіль: Навчальна книга-Богдан, 2023. 1357 с.
- Колошук Н. Порівняльне літературознавство: посібник для вищих навчальних закладів. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2018. 424 с.
- Географія і текст: літературний вимір: колективна монографія / за редакцією Т. Черкашиної. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. 212 с.
- Черкашина Т. Поетика простору автобіографічної романістики Амелі Нотомб. *Літератури світу: поетика, ментальність і духовність*. 2019. т. 13. С. 68–75.
- Шульгун М. Е. Метажанр подорожі в контексті перехідного художнього мислення (кінець XX – початок XXI століття): дис. ... докт. філол. наук : 10.01.06, 10.01.05 Київ, 2017. 485 с.
- Шульгун М. Е. Сучасна література подорожей: метажанр, типологія, імагологічний аспект: монографія. Київ: Талком, 2016. 415 с.
- Elsner, J. Rutherford, I. (eds.), *Pilgrimage in Graeco-Roman and Early Christian Antiquity: Seeing the Gods*. Oxford: Oxford University Press, 2005. Pp. xviii+513.
- Frank, G. *The Memory of the Eyes: Pilgrimage to Living Saints in Christian Late Antiquity, Transformations of the Classical Heritage*, 30. Berkeley: University of California Press, 2000.
- Leyerle, B. (1996), 'Landscape as Cartography in Early Christian Pilgrimage Narratives', *JAAR*, 1996. N 64. P. 119–143.
- Будний В., Ільницький М. Порівняльне літературознавство: Підручник. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 430 с.
- The Oxford Handbook of Early Christian Studies. By Susan Ashbrook Harvey (ed.), David G. Hunter (ed.). Oxford: Oxford University Press. 2008. 1084 p.
- Просалова В. А., Григошкіна Я. В. Геопоетика versus геополітика: кілька спостережень над альтернативною пропозицією. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2022. С. 112–117.
- Collet M. Pour une géographie littéraire. *Fabula-LhT*, № 8, «Le Partage des disciplines», dir. Nathalie Kremer, May 2011. DOI: <https://doi.org/10.58282/lht.242>
- Шаблій О. До основ геопоетики. (На основі текстів Тараса Шевченка). *Часопис соціально-економічної географії*. Вип. 17(2). 2014. С. 10–17.
- Schmitt É.-E. *Le défi de Jérusalem: roman*. Paris: Albin Michel, 2023. 218 p.

#### Cherkashyna T., Yurchenko V. The Geopoetics of the Holy Land in E.-E. Schmitt's Novel 'Le Défi de Jérusalem'

**Summary.** The article delves into the nuanced analysis of geo poetic images in the novel 'The Challenge of Jerusalem' by the contemporary French writer E.-E. Schmitt. The relevance of the research topic is due to the specificity of the literary discourse presented in the novel, which can be conditionally described as a non-fiction literary discourse of Christian pilgrimage, or pilgrimage non-fiction discourse. The works of this discourse have been presented to their readers for seventeen centuries, which is explained by the traditional interest of society in the issues of individual and collective religiosity and spiritual search.

The purpose of the article is to analyse the geo poetic images of the Holy Land in E.-E. Schmitt's novel 'The Challenge of Jerusalem' and to identify the artistic and stylistic means of depicting space in this novel. The study resolved a number of specific tasks: 1) to provide a general description of the chronotope of the work; 2) to analyse the main geo poetic images of the work; 3) to identify the artistic and stylistic means of their formation. In order to solve these tasks, the methods of literary analysis, stylistic analysis, interpretive method, and method of logical generalisation were used.

The study identifies the main features of the chronotope of the above mentioned novel: the extensive system of geotopes and corresponding loci; rich imagery, the presence of specific images of space ('mountain') and time ('Hebrew as a language directed to the past', 'tell').

The study analyses four groups of geo poetic images: 1) images of the cities where Christ once lived (Bethlehem, Nazareth, Capernaum), 2) images of historically significant cities (Caesarea, Megiddo), 3) images of open space (Lake Tiberias, Mount of Beatitudes, Mount Tabor, Ein Kerem), 4) the image of Jerusalem as the place of Christ's execution and at the same time the center of three world religions. All geo poetic images are, on the one hand, self-sufficient, and on the other hand, they add up to a general picture, forming a collective image of the Holy Land.

The main textual characteristic of the novel is its cinematicity (change of angles, visual symbolism, attention to individual details). It is proved that the author uses a wide range of stylistic and artistic features: epithets, metaphors, similes, personification; humour, irony; symbols, periphrases; repetitions, dictums, rhetorical questions, rhetorical appeals.

**Key words:** contemporary French literature, Eric-Emmanuel Schmitt, pilgrimage, pilgrimage non-fiction discourse, geo poetics, geo poetic image, image-symbol, cinematicity.

*Chobanyuk M. M.,**Candidate of Philological Sciences,**Associate Professor of the Department of English Language Practice and Methods of its Teaching**Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University**<https://orcid.org/0000-0002-6047-4852>*

## CREATIVITY OF J. FOWLES: ORIGINALITY OR TRADITION

**Summary.** The peculiarities of the functioning of literature in the second half of the 20th century are determined by the active borrowing of citations of works of past eras to create new artistic texts. In this context, the study of the work of J. Fowles, who constantly uses the heritage of the literature of the previous era, is undoubtedly relevant.

The article is devoted to an attempt to determine the originality of J. Fowles' work as a component of the modern literary process, its interrelationships with the artistic and philosophical searches of European postmodern writers. Attempts to analyze the artistic levels of the story outline the specifics of the functioning of the components of the postmodern poetic discourse in the writer's work.

The novel «The French Lieutenant's Woman» is considered the most perfect example of the writer's work. It is proved that this work is a combination of elements of realistic and postmodern style. The author relies on the holistic experience of human existence and, against the background of mistrust of the humanistic perspective or even its scanning, remains faithful to the point of view of non-things, according to which art should focus on man and his problems. It is noted that his works are vivid examples of a new literary trend, they enriched English prose with new themes, images, and motifs. Fowles' work shows the intense creative search of the writer, his preoccupation with the problems of society and the desire to act, to change something, to improve it with the help of the poetic word, and it is revealed through ideological saturation, poetic experiments and extraordinary thinking.

It is noted that the multi-genre work of the artist is subordinated to the leading problem of his philosophy: to show the ways of achieving self-awareness as a necessary condition for gaining freedom. Fowles does not accept the postmodern idea of dehumanization of humanity, but uses postmodern techniques of artistic writing- intertextuality, parody, irony, allusions, the principle of «death of the author», etc. The genre and stylistic diversity of his creative assets is a whole world in which equal components are the aesthetic principle and existential philosophizing, devotion to tradition and desire for experimentation, fiction and reality, past and present, high poetics and strict condemnation of the flaws of the 20th century.

**Key words:** philosophy, humanism, postmodernism, tradition, context, game.

**Statement of the problem.** The third millennium in Ukrainian literary studies «was marked by an increase in attention to modern methods of analysis of an artistic work, to a deepening of philosophizing in the interpretation of works of art. The process of further development of the mainland science of literature depends on the rethinking of previous historical experience, a new non-engaged reading of already known works and the need to involve in this process the scientific achievements of modern

Ukrainian scholars» [1, p. 3]. Literature and art «without sacred secrets and spiritual space, just like a person without water and sun, can live only in forms of imitation» [2, p. 98]. The heroes of John Fowles' novels, like most of the heroes of the spoken word artists that we analyze, solve existential problems – human freedom, the confrontation between man and society, loneliness and love. An attempt to determine the originality of J. Fowles' work as a component of the modern literary process outlines the specifics of the functioning of the components of postmodern poetic discourse in the writer's work.

**Analysis of recent research.** Having analyzed the history of the issue, we came to the conclusion that a small number of publications by Ukrainian literary research scholars (O. Mikhilov, M. Chobanyuk, K. Melnikova, D. Tarasova, V. Bilyavska) are devoted to this topic. This is primarily due to the fact that John Fowles can be called a «modern» writer, so his works have not yet been studied so comprehensively and in-depth that it is possible to talk about any thorough in-depth studies of his work. Of course, some literary critics devoted a number of publications to the study of certain aspects of the writer's work, but as for the given topic, it can be considered a «white spot» in the context of his work.

**The purpose** of the article is to consider the features of humanism as a philosophy of the creative method of John Fowles and to analyze the features of the game as a model of world perception in the novel «The French Lieutenant's Woman» [3].

**Presentation of the main material of the research.** John Robert Fowles (1926–2005) is an English writer who entered literature in the 60s of the last century and gained recognition as the mouthpiece of English postmodernism. His works – novels, short stories, essays – despite the variety of themes and images, the wealth of techniques of artistic representation – are united by the leading problem for his work: «the formation of self-awareness as a necessary condition for achieving freedom» [4, p. 224].

The postmodern world view is characterized by the statement that any attempts to construct a complete and unalternative model of the world, to establish a hierarchical order or a system of priorities are meaningless and doomed to failure in advance. Ideas about the impossibility of the existence of an individual destiny and the disappearance of a specific human personality led to a shortage of humanism in postmodern literature.

Against the general background of experiments and theorizing in art and literature, Fowles unexpectedly declares in one of the interviews: «I am a humanist number one. I believe in humanism, which in a philosophical sense has collapsed. It is very difficult to justify it, just as it is impossible to build any practical politics on the fact that you are a humanist. And, nevertheless, I remain one» [5, p. 333]. The statement contains a deliberate

paradox: the author believes in what has failed. All this suggests that Fowles' humanism is a special kind of humanism.

Collections of essays, interviews, and diaries show that the author relies on the holistic experience of human existence and, against the background of the abolition of any humanistic perspective, remains faithful to the view of things that goes back to Aristotle, according to which art should focus on man and his problems.

Fowles believes in the possibility of the existence of a complete personality of a person and in his ability to improve himself. As the writer's work shows, he skillfully plays with various traditional novel genres, but the leading one for him is the genre of the novel of education (which, it seems to us, is fundamental for the author's concept of the method).

The desire to look into everyday reality, belief in moral and ethical categories, attention to the problems of upbringing and education – all this gives reason to talk about Fowles as a writer who is oriented towards classical humanism, in which a person makes himself a spiritual being in all respects.

Of particular importance in characterizing Fowles' humanism are philosophical concepts that differ in dialectical perception of the world. We are primarily talking about Hercules, under whose influence the collection of essays «Aristos» (1964) was written. Fowles was close to the ancient philosopher's ideas about eternal change and development, struggle and unity of opposites. Contradictions, from the point of view of Fowles, are the impetus for development. The philosophy of Socrates (Fowles calls him «the first existentialist»), in which a person's acquisition of truth occurs through initial confusion and overcoming limited ideas in the process of dialogue, also turned out to be close to the writer of the 20th century.

Fowles experienced the great influence of Montaigne's humanistic skepticism: «I have always loved Montaigne very much. He generally seems to me one of the most intellectually sound and attractive Europeans who ever lived, and it was he who set me on the path of humanism, which I have followed ever since» [5, c. 335]. Montaigne's philosophical concept is dominated by the belief in the unreliability of human knowledge. The philosopher considers that «a person cannot know absolute truth, that all truths recognized by us as absolute are nothing more than relative» [6]. For his part, Fowles declares: «Everything in the world is relative. There is nothing absolute, except for our – and yours and mine – unconditional ignorance. We can pretend that we know and understand everything in the world, but we can never know or understand this. And least of all we are able to understand how happy we are in the fact that we live 'here and now'» [7, p. 571–572].

Fowles also considers man to be the author of his own will. «The real purpose of a person,» the author notes, «is to become a magician himself» [7, p. 334], that is, the master of his own life.

Fowles' skepticism differs from the nihilistic skepticism of postmodernists and is moderate in nature. The author considers a person's ability to doubt to be his fundamental feature and sees the inner kinship of reason and freedom. The writer criticizes a self-contained and in this sense a dogmatic mind, incapable of recognizing probability, chaos, instability, and the dynamics of the very nature of the world. All his objections, doubts and mockery of accepted systems and stereotypes are generated by a fundamental interest in man and his problems. This is what gives the writer reason to call himself «humanist number one». Like the postmodernists, Fowles

does not have a final criterion of truth, but, unlike them, the author believes in some positive principle that prevents him from falling into the relative abyss.

John Fowles's novel «The French Lieutenant's Wife» was published in 1969, and immediately took an «honorable» place in the anthology of the latest novel. The novel is divided into chapters that combine into larger elements of the composition, for example: a description of the lives of Charles Smithson and Ernestine, Charles and Sarah Woodruff, Sam and Mary, and others. The novel consists of several stories and endings. J. Fowles plays with space and time: the main action takes place in Victorian England, but Smithson's journey through Europe and America is also depicted, and the author constantly sends the reader back to the 20th century. All this makes up the chronotope of the novel, the feature of which is, first of all, the change of eras, compaction, stretching of the action in space. The form, composition, intertextuality, hypertextuality of J. Fowles's novel are all just external layers of game elements.

The game itself in the novel takes place on the philosophical, religious, psychological levels, as well as on the worldview level. She appears as a model of world perception (author's and character's). On the one hand, the conservative part of society enters the fight, and on the other – a new force.

In one of his essays, Fowles states: «Humanism for me is primarily a state of dislike or aversion to violence. In a certain sense, it is a philosophy of compromise» [8, p. 113]. According to the author, a humanist «observes the «golden mean» of common sense, the middle of the road and takes into account the opinions of both sides; he wins respect, but does not capture the imagination» [7, p. 217].

**Conclusions.** John Fowles is one of the representatives of postmodern literature, the most perfect example of which is his novel «The French Lieutenant's Wife». This work is a combination of elements of realist and postmodern style. The author relies on the holistic experience of human existence and, against the background of mistrust of the humanistic perspective or even its scanning, remains faithful to the view of non-things, according to which art should focus on a person and his problems. His works are vivid examples of a new literary direction, they enriched English prose with new themes, images, and motifs.

Fowles's work testifies to the intense creative search of the writer, his preoccupation with the problems of society and the desire to act, to change something, to improve it with the help of the poetic word, and it is revealed through ideological saturation, poetic experiments and extraordinary thinking.

The creativity of J. Fowles was evaluated by critics as an extraordinary phenomenon of the post-war period. His multi-genre output is subordinated to the leading problem: to show the ways of achieving self-awareness as a necessary condition for gaining freedom. Fowles does not accept the postmodern idea of dehumanization of humanity, but uses postmodern techniques of artistic writing – intertextuality, parody, irony, allusions, the principle of «death of the author», etc. The genre and stylistic diversity of his creative assets is a whole world in which equal components are the aesthetic principle and existential philosophizing, devotion to tradition and desire for experimentation, fiction and reality, past and present, high poetics and strict condemnation of the flaws of the 20th century.

Roman J. Fowles' «The French Lieutenant's Wife» is a vivid example of a model of playing with the text and, accordingly, with



the reader's consciousness. It is no coincidence that the work has several endings, one of which crystallizes already in the middle of the work of the English writer, and the other two appear in the final sections as a symbol of the duality of the world.

«The French Lieutenant's Woman» is a postmodern novel with a broad artistic canvas, the basis of which is woven intertextuality, deep psychology of the heroes' characters, philosophical reflections on the world structure and man's place in the world. All this is revealed in the process of the game, which acts as an impulse for intellectual improvement in the work.

The leading idea of this conditional historical work is to compare the past and present centuries, to investigate the question of a person looking for himself, to trace how society solves the eternal problem of humanism, which is key in literature.

The writer very often resorted to a literary game: he played both with his characters and with the reader, often showed the appearance instead of the essence, and only later provided opportunities to learn the truth, and sometimes only to get closer to it. Unrepeatable in terms of his artistic skill and ability to always find the only necessary word, he created a unique game on the lexical level as well.

Therefore, «the modern science of literature, having survived the radical transformations of the second half of the 20th century, no longer aspires to a single meta-theory and develops in a multi-vector manner, testifying to the multiplicity and alternative approaches to the study of the artistic text as the norm of the scientific understanding of the word» [9, p. 4]. Despite this, it shows repeated attempts to find a unifying basis, a universal research concept, a dominant feature around which different theories of the text could be built.

#### *Bibliography:*

1. Чобанюк М. Сучасне українське літературознавство в англomовному (Австралія, Канада, США) науковому світі: методологічні аспекти : дис. канд. філол. наук: 10.01.06. Тернопіль, 2007. 202 с.
2. Чобанюк М. Проблема дефініції сакрального в епоху постмодернізму. *Наукові праці : науково-методичний журнал*. Т. 217. Вип. 205. Філологія. Літературознавство. Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2013. С. 97–100.
3. Fowles, Jh. *The French Lieutenant's Woman*. Vintage, 1996. 448 p.
4. Романенко О.В. Джон Фаулз. *Історія зарубіжної літератури ХХ ст.: навч. посіб.* [В.І. Кузьменко, О.О. Гарачковська, М.В. Кузьменко та ін.; за ред. В.І. Кузьменка]. 2-ге вид., стереотип. К.: ВЦ «Академія», 2012. С. 225–271.
5. Чобанюк М. Джон Фаулз: гуманізм як філософія творчого методу. *Література в контексті культури : Зб. наук. праць*. Вип. 26 / ред. кол. В.А. Гусев (від. ред.) та ін. К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2015. С. 332–338.
6. Монтень М. Досліди. *Вибрані твори*. У 3 т. Т. 1. Х.: Голос, 1992. 384 с.
7. *The Oxford Companion to English Literature*. Ed. M. Drabble. Oxford, New York, Tokyo, Melbourne: Oxford University Press, 1992. 1155 p.
8. Byatt A. *On Histories and Stories. Selected Essays*. L.: Chatto & Windus, 2000. 196 p.
9. Чобанюк М. Концептуальний художній синтез у художній літературі Заходу другої половини ХХ – початку ХХІ століття : [монографія]. Дрогобич : Видавничий відділ Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка, 2016. 318 с.

#### **Чобанюк М. Творчість Дж. Фаулза: самотність чи традиція**

**Анотація.** Особливості функціонування літератури в другій половині ХХ сторіччя визначаються активним запозиченням цитування творів минулих епох для створення нових художніх текстів. У цьому контексті дослідження творчості Дж. Фаулза, який повсякчасно послуговується надбанням літератури попередньої доби, без сумніву є актуальним.

Стаття присвячена спробі визначення самотності творчості Дж. Фаулза як складової сучасного літературного процесу, її взаємозв'язків з художньо-філософськими пошуками європейських письменників-постмодерністів. Спроби аналізу художніх рівнів оповідання окреслюють специфіку функціонування у творчості письменника складових постмодерністського поетичного дискурсу.

Найдовершенішим зразком творчості письменника називають роман «Жінка французького лейтенанта». Доведено, що цей твір є поєднанням елементів реалістичного та постмодерністського стилю. Автор спирається на цілісний досвід людського буття і на тлі недовіри до гуманістичної перспективи або навіть її сканування залишається вірний тому погляду не речі, згідно з яким мистецтво має орієнтуватися на людину та її проблеми. Зазначено, що його твори є яскравими прикладами нового літературного напрямку, вони збагатили англійську прозу новими темами, образами, мотивами. Творчість Фаулза свідчить про напружений творчий пошук письменника, його переймання проблемами суспільства та прагнення діяти, щось змінити, покращити за допомогою поетичного слова, і розкривається вона через ідейну насиченість, поетичні експерименти та неординарність мислення.

Зазначено, що різножанровий доробок митця підпорядкований провідній проблемі його філософії: показати шляхи досягнення самосвідомості як обов'язкової умови здобуття свободи. Фаулз не сприймає постмодерної ідеї дегуманізації людства, але використовує постмодерні прийоми художнього письма – інтертекстуальність, пародіювання, іронію, аллюзію, принцип «смерті автора» тощо. Жанрове та стиліове розмаїття його творчих надбань – це цілісний світ, у якому рівноправними складовими є естетичне начало та екзистенційне філософування, відданість традиції та прагнення експерименту, вигадка та реальність, минуле та сучасне, висока поетичність та суворий осуд вад ХХ ст.

**Ключові слова:** філософія, гуманізм, постмодернізм, традиція, контекст, гра.





*Бабаєва Ельнуре Вагіф гизи**доктор філософії з філології, науковий співробітник**Інституту Рукописів імені Мухаммеда Фізулі**Національної академії наук Азербайджану, Баку**ORCID: 0009-0004-3231-4116*

## ПРИНЦИПИ ПЕРЕКЛАДУ ДЖАФАРА ТАЙЯРА (ЗА МОТИВАМИ ПЕРЕКЛАДУ ТРАКТАТУ «РІСАЛЕЙІ-АРУЗ» АБДУРРАХМАНА ДЖАМІ)

**Анотація.** Стаття присвячена перекладу трактату Абдуррахмана Джамі «Рісалеї-аруз», присвяченого теоретичним основам перського аруза.

Мета дослідження – ввести в науковий обіг переклад Джафара Тайяра як цікаву працю з історії арузознавства, що сприяє легшому вивченню аруза як науки.

Автором перекладу є вчений Джафар Тайяр. Трактат, написаний у XV столітті Абдуррахманом Джамі перською мовою, в XIX столітті був перекладений Джафаром Тайяром тюркською мовою. Переклад був виконаний у простому та зрозумілому стилі, що дозволило йому передати цей чудовий зразок творчості тюркської літератури. Вищезгаданий твір вміщено на полях книги Саді Шіразі під назвою «Рахбарі-Гюлістан». Джафар Тайяр дав коротку передмову до твору «Рахбарі-Гюлістан», в якій ясно вказав на мету і причину перекладу «Рісалеї-аруз». Робота є теоретичним зразком з погляду вивчення та викладання основ аруза як науки.

Метод та методологія. У статті досліджується порівняльний аналіз арабського та перського аруза.

Новизна статті. Було вперше виявлено нами та представлено науковому товариству переклад трактату «Рісалеї-аруз» Абдуррахмана Джамі, що виконаний Джафаром Тайяром, у фонді Інституту рукописів імені Мухаммеда Фізулі. Також новизна статті полягає у відкритті методики, яку Джафар Тайяр привніс у теорію аруза.

Основні висновки. Зазначається, що трактат Абдуррахмана Джамі «Рісалеї-аруз» прийнято вважати одним із найкращих творів з погляду вивчення аруза на Близькому та Середньому Сході. Наголошується, що вивчення процесу перекладу Джафара Тайяра на тюркську мову являє великий інтерес з точки зору вивчення орфографії та римознавства тюркської мови. Також трактат є наочним прикладом для вивчення складно-структурних творів цього типу.

На думку літературознавців, так само, як класична перська поезія завершується творчістю Абдуррахмана Джамі, так і «Рісалеї-аруз» є заключним твором, що трактує аруз.

**Ключові слова:** Джафар Тайяр, Абдуррахман Джамі, аруз, поезія, метрика, суфійський орден, газелі, віршований жанр.

**Вступ (постановка проблеми).** В останні десятиліття в нашому літературознавстві і загалом в орієнталістиці спостерігається позитивна тенденція, яка характеризується великим інтересом та увагою вчених не тільки до історії літератури, але й до питань класичної поетики, теорії літературної критики та естетики, а також до структурного дослідження художніх

форм перської літератури, особливо поезії. У комплексі цих проблем АРУЗ, як арабський, так і перський, посідає особливе місце.

Аруз – віршований розмір, який проник у літературу всіх східних народів внаслідок арабських вторгнень на Близький і Середній Схід.

Аруз – квантитативна система віршування, заснована на чергуванні довгих і коротких складів, що виникла в арабській поезії і набула поширення в перській та тюркській поезії. Творцем теоретичних основ арузької науки вважається відомий арабський учений Халіл ібн Ахмад (718–790). Великий арабський учений VIII століття Халіл ібн Ахмад систематизував поетичний вимір і ввів його в науку як аруз у 150 хіджрі (767 рік). Халіл ібн Ахмад, вивчаючи гармонію, музику та особливості арабської мови загалом, намагався відповідним чином регулювати, розширювати метод назма, створюючи певні стійкі форми з لغف (феїл – дієслова), які утворюють різні форми [1, с. 127].

У процесі історичного розвитку та еволюції перської поетичної літератури відбувалося, своєю чергою, формування аруза як основи системи віршування перської поезії, а також його сувора канонізація. Аруз набув великого поширення в перській поезії не тільки в його первісній арабській формі, але він зазнав істотних змін, пов'язаних з особливостями перської мови та перських поетичних традицій.

Велика заслуга у розвитку аруза XIV–XV ст. належить таким ученим, як Шамс Фахрі Ісфахані, Вахід Табрізі, Абдуррахман Джамі, Сейфі Бухарані, Юсіф Азізі, Атауллах Хосейні [2, с. 43]. Дослідження праць вищезгаданих авторів дозволяє простежити історію розвитку перського аруза до XVI століття. Один із відомих учених-літературознавців XIII–XIV ст. Шамс Фахрі Ісфахані, який був автором таких творів, як «Мейарі – нусраті» та «Мейарі – джамалі», є основоположником основ теорії аруза, а також автором тлумачного словника перської мови [3, с. 53].

В історії перського арузознавства «Рісалеї-аруз» Абдуррахмана Джамі посідає особливе місце. На думку літературознавців, як класична перська поезія завершується творчістю Абдуррахмана Джамі, так і «Рісалеї-аруз» є заключним твором, що трактує аруз. Тут узагальнено всі особливості та специфіку перського аруза.

**Мета дослідження** – ввести в науковий обіг переклад Джафара Тайяра як цікаву працю з історії арузознавства, що сприяє легшому вивченню аруза як науки.

**Новизна у статті.** Переклад трактату «Рисалейї-аруз» Абдурахмана Джамі, виконаний Джафаром Тайяром, був уперше виявлений нами у фонді рукописів імені Мухаммеда Фізулі НАНА і представлений світовій науці. Також новизна статті полягає в методиці, яку Джафар Тайяр привніс у викладання аруза.

**Основний матеріал.** Рукопис «Рисалейї-аруз» зберігається в Інституті рукописів імені Мухаммеда Фізулі під шифром В-6111 у збірці і займає аркуші 20b–32b. Папір рукопису – щільний, лощений, жовтого кольору, східного виробництва. Список переписаний великим почерком, що чітко читається, чорним чорнилом. Заголовки та умовні позначення дано червоним чорнилом. У тексті чорним чорнилом намальовані кола, що належать арузу. Також є пояснювальні коментарі на полях та по краях тексту. Список переписаний у 1184 Абдуллахом Ефенді Гуткашині. Палітурка рукопису дермагинова, бордового кольору, замінена в результаті реставрації. Дотримується східна пагінація. Загальний обсяг рукопису – 58 аркушів [4, с. 20<sup>b</sup>–32<sup>b</sup>].

Відомий класик перської поезії Абдурахман Джамі народився 7 листопада 1414 року у селищі Харджірд, недалеко від міста Хорасан Джам. У своєму першому дивані Джамі зазначає, що взяв свій літературний псевдонім на честь Ахмеда Намакі Джамі та назви рідного села, в якому він народився. Його дід переселився з Ісфахана в Хорасан, де одружився з дівчиною з роду аш-Шейбані [5, с. 186].

Його батько Нізамаддін Ахмед був впливовим духовним діячем і юристом. Початкову освіту Джамі отримав у будинку свого батька. Потім він продовжив освіту в Гераті. Тут же надалі він працював викладачем у медресе Нізаміє і брав уроки арабської мови і літератури в учня відомого вченого свого часу Саїда Шаріф ал-Джурджані Алі ас-Самарканді.

Надалі Джамі вирушив у центр науки Самарканд, де, продовжуючи свою освіту, вивчав мови, історію, математику, астрономію, філософію, логіку, теологію, хадіси.

У Самарканді Джамі прожив 9 років. Повернувшись у Герат, він офіційно стає членом братства «Накшібандіє» під керівництвом наставника шейха Сададдіна Кашгарі. Вступивши в орден рядовим членом, у 1456 році Джамі обійняв посаду глави ордена в Гераті – місті, яке, по суті, було фактичною столицею країни і на мусульманському Сході мало величезний вплив.

У 1472 Джамі відправився в паломництво до мусульманських святих Мекки і Медіни (хадж), дорогою відвідуючи такі культурні та релігійні центри мусульманського світу, як Багдад, Кербела, Дамаск, Алеппо, Тебріз.

Слава про його вченість тоді вже поширилася за межами Хорасана, що спонукало Узун Хасана, правителя Аккоюнлу, надіслати йому запрошення залишитися в Тебрізі. Джамі відхилив цю пропозицію і в 1474 році повернувся в Герат.

Джамі помер 9 листопада 1492 року в Гераті і був похований поряд з могилою Сададдіна Кашгарі. За словами Алішира Навої, і жителі Герата, і сам Султан Хусейн гірко оплакували поета. Поховали його з усіма почесностями.

Слід зазначити, що життя Абдурахмана Джамі припало на епоху правління нащадка Тимура – Султана Абу Саїда. У 1468 році до влади прийшов Султан Хусейн Байкара, який протегував поетові і надавав його творчості великого значення.

Джамі користувався підтримкою і заступництвом правителів Кара-коюнлу, Джихан шаха, представника династії Аккоюнлу Узун Хасана. Він присвятив їм низку своїх творів. Абдурахмана Джамі пов'язували тісні дружні стосунки зі знаменитим поетом і меценатом Алішером Навої, який був візиром Султана Хусейна Байкара. Вони глибоко поважали талант і визнавали один одного, прислухалися до взаємних порад. Згодом Джамі став офіційним духовним наставником поета.

Наставник і вчитель учителів усіх часів Абдурахман Джамі все життя займався педагогічною діяльністю, якій надавав дуже великого значення.

За висновком дослідників Абдурахман Джамі вважається останнім значущим представником класичної перської поезії. Вірші поета користувалися нечуваним успіхом. Його Газелі перекладалися на музику. Ледве вийшли з-під його пера, вони переписувалися в безлічі примірників і розходилися далеко за межі Герата.

Джамі здобув найвищий авторитет за життя не тільки як духовний наставник, учений-теолог, а і як поет і покровитель мистецтв, вихователь творчої молоді. Він був для свого часу одним з найбільших теоретиків літератури. Перелік усього написаного Джамі показує, наскільки широкий був діапазон його літературної та наукової творчості.

Письмова спадщина Джамі включає великі твори художньої літератури у віршах і прозі, ліричні вірші, що представляють усі жанрові форми перської класики, наукові трактати з поетики і риторики, літературний коментар і керівництва по складних віршованих жанрах, трактати з музики, з філософії, граматики та епістолографії, твори з теології та містики, величезний біографічний Звід, присвячений діячам мусульманського містицизму. Деякі з творів написані арабською мовою [5, с. 186–189].

В Інституті рукописів імені Мухаммеда Фізулі зберігаються найцінніші автографи великого поета. Поет і просвітитель у всіх своїх творах розвиває ідею освіченої людини, що має певний багаж знань, який застосовує у житті. Ця ідея є вічною, сполучною ниткою педагогічних поглядів Абдурахмана Джамі із сучасністю. У цьому світлі його відомий твір «Рисалейї-аруз» привертає особливу увагу.

Ця праця посідає значуще місце в історії перського арузоведення. На думку літературознавців, як класична перська поезія завершується творчістю Абдурахмана Джамі, так і «Рисалейї-аруз» є заключним твором, що трактує аруз.

Трактат Абдурахмана Джамі присвячений теоретичним основам перського аруза. Автором перекладу є вчений Джафар Тайяр. Трактат, написаний у XV столітті Абдурахманом Джамі перською мовою, в XIX столітті був перекладений Джафаром Тайяром на тюркську. Переклад був виконаний у простому та зрозумілому стилі, що дозволило йому передати цей чудовий зразок творчості тюркської літератури. Вищезгаданий твір вміщено на полях книги Саді Ширазі з 346 по 431 сторінку, надрукованої в 1308 році хіджрі під назвою «Рахбарі-Гюлістан» у друкарні «Аміра».

Джафар Тайяр дав коротку передмову до твору «Гюлістан», в якому ясно вказав на мету і причину перекладу цього трактату. У передмові він також розповів про аруз і виклав, що в перекладі трактату Абдурахмана Джамі «Рисалейї-аруз» він дотримувався принципів перекладу та інтерпретації, як і в творі Саді Ширазі «Рахбарі-Гюлістан», тобто у тому ж порядку пере-

клав його тюркською мовою і надав у розпорядження читачів. Робота є теоретичним зразком з погляду вивчення та викладання основ аруза як науки. Трактат Абдурахмана Джамі «Рісалеї-аруз» вважається одним з найкращих творів з точки зору вивчення аруза на Близькому і Середньому Сході. Переклад Джафара Тайяра на тюркську мову являє великий інтерес з погляду вивчення орфографії та римознавства у тюркській мові. Також трактат є наочним прикладом для вивчення складно-структурних творів цього типу.

«Рісалеї-аруз» починається з вихвалання великого Аллаха. Потім автор переходить до трактування рукунів (стоп) аруза. Слід зазначити, що аруз набув великого поширення в перській поезії не тільки в його первісній арабській формі, але він зазнав істотних змін, пов'язаних з особливостями перської мови та перських поетичних традицій.

Незважаючи на те, що арузознавці по-різному трактували проблеми аруза, всі вони визнавали чотириступінчастий поділ в арузі.

Згідно з Абдурахманом Джамі, в перській поезії існувало 3 рукуни (стопа): сабаб, ватад, фасіла.

Сабаб він поділяв на дві групи: хафіф (легкий) та сагіл (важкий);

Сабаб-і сагіл складається з двох огласовок *الک* (гала). Сабаб-і хафіф складається з одного огласовка *الک* (гила).

Ватад Абдурахман Джамі також поділяв на 2 групи: мафрук (віддалився), макрун (зблизився). Ватад-і макрун складається з двох огласовок і одного слога без огласовок. *لالال* (лала) та *الازل* (жала).

На види він підрозділяє і фасілу (глава): малу фасілу і фасілу. Слова малої фасіли (параграфи), такі як *سمن* (санама) і *نچمن* (чаман), складаються з трьох огласовок і одного без огласовки, і слова великої фасіли, такі як *شمنکف* (факнамаш), *شمنکش* (шакнамаш), складаються з чотирьох огласовок і одного без огласовки.

Таким чином, підсумовуючи інформацію про рукуни, Абдурахман Джамі в укладанні вступу поєднує ці рукуни разом.

مرکنن نچمن لب لال تخر لک ی  
[Bi qole roxət lale be çəmən nənegərəm]  
(Без тебе світ мені не милій)

Далі у своєму трактаті Джамі дає основні позначення метроритмічних фігур. Він дає їх у словосполученнях, прийнятих для позначення музичної ритміки та віршованих розмірів.

Крім теорії про основні ритмічні кола, у своєму трактаті Джамі дає визначення поняття акцентування. Він вважає, що правильним акцентуванням є акцентування однієї огласовки на початку складової формули кожної зі стоп, щоб жодна з них не залишалася без акцентування і щоб при цьому виникало ритмічне коло. Розмірам усіх вищезгаданих стоп усіх цих ритмічних кіл властива як рівномірність, і нерівномірність змінність.

«Рісалеї-аруз» Джамі за структурою схожий на твір Шамса Гейса Разі, але відрізняється від нього більш простим стилем. В «ал-Муджамі» теоретичні питання, такі як бахрі, зіхафі, кола, розглядаються досить складним способом. На відміну від твору Шамса «Рісалеї-аруз», у Джамі методика пояснення складних законів аруза проста і написана ясною і зрозумілою простому читачеві мовою. Крім того, «Рісалеї-аруз» Абдурахмана Джамі для закріплення пояснень включає безліч

прикладів, поширених у народі, чого ми не знаходимо ні в кого з його сучасників у творах про аруз [5, с. 18; 6, с. 17–2].

У ході своїх міркувань про роль і місце метрики та рими у системі компонентів поезії Абдурахман Джамі зауважує, що рима і метрика в давнину не були відомі, що їх виникнення пов'язане із зародженням арабської літератури і що інші народи запозичували ці атрибути віршованого мовлення в арабів. Далі він наводить приклади основних форм ритмічних кіл аруза, докладно описуючи їх.

Підсумовуючи інформацію про рукуни, Абдурахман Джамі в заключенні з'єднує ці рукуни разом. Джамі також дає основні позначення метроритмічних фігур у словосполученнях, прийнятих для позначення музичної ритміки та віршованих розмірів [4, с. 20<sup>b</sup>–32<sup>b</sup>].

**Висновок.** Переклад Джафара Тайяра твору Абдурахмана Джамі дозволяє дійти висновку, що ця рукописна пам'ятка, яка є найважливішим джерелом з теорії основ аруза, не втратила своєї цінності і сьогодні.

Підбиваючи підсумок, можна помітити, що у своєму творі «Рісалеї-аруз» Абдурахман Джамі підсумував усі наявні знання про аруз, продемонструвавши, що перські поети використовували у своїх віршах метри, які у системі аруза Халіла ібн Ахмада зовсім не трапляються, а в поезії або мало вживані, або зовсім неживані. Найважливішим і першим нововведенням у перському арузі стала зміна кіл арабського аруза. Створення теорії перського аруза не мало на меті створення готових штампів і формул. Тут сконцентрувалися ті канони, які функціонували у метриці живого вірша та творчій практиці.

#### Література:

1. Cəfər A.S. Əruz və Azərbaycan əruzunun nəzəri əsasları (ərəb, fars, tacik, türk və özbək əruzları ilə müqayisədə). Filologiya elmləri doktoru alimlik dərəcəsi almaq üçün dissertasiya, Bakı: 1977. 197 s.
2. Quliyev T.A. Əruz və qafiyəşünaslıq tarixi (VIII–XVI əsrlər). Bakı: Zeynalov, Əbilov və oğulları, 1998. 180 s.
3. Məmmədbəyli, X. Məhəmməd Nəsirəddin Tusi. Bakı: 1980. 174 s.
4. Əbdürrəhman Cami. "Risaleyi-əruz". (əlyazma B-6111) 20<sup>b</sup>–32<sup>b</sup>, h. 1184. m. 1770–71.
5. İslam Ansiklopedisi. Cami Abdurrahman. VII c, İstanbul: 1993. s. 186–189.
6. Qəhrəmani H.Ş. Şəmsəddin Məhəmməd bin Qeys ər-Razinin "əl-Möcəm fi məayir əşad əl-Əcəm" əsərində vəzn və qafiyənin nəzəri məsələləri. Fil.ü.fəl.d. almaq üçün dissertasiya avtoreferatı. Naxçıvan: 2015. 23 s.
7. Khamrayeva O.J. The Study of Rhyming Letters in "al-Mu'jam". *International Research Journal of Human Resource and Social Sciences*, vol. 8, issue 04, Apr. 2021. Pp. 17–23.

#### **Babayeva Elnura Vagif gizi. Principles of translation of Jafar Tayyar (based on the translation of the treatise "Risaleyi-aruz" by Abdurrahman Jami)**

**Summary.** The article is devoted to the translation of the treatise of Abdurrahman Jami "Risaleyi-aruz", dedicated to the theoretical foundations of the Persian aruz.

**The aim of the article.** The purpose of the study is to introduce into scientific circulation the translation of Jafar Tayyar, as an interesting work on the history of aruz studies, which contributes to an easier study of aruz as a science.

The author of the translation is the scholar Jafar Tayyar. The treatise written in the 15<sup>th</sup> century by Abdurrahman Jami in Persian was translated into Turkish by Jafar Tayyar in the 19<sup>th</sup> century. The translation was done in a simple

and understandable style, which allowed him to convey this beautiful example of creativity to Turkish literature. The above-mentioned work is placed on the margins of Sadi Shirazi's book entitled "Rahbari-Gyulistan". Jafar Tayyar gave a short preface to the work "Rahbari-Gyulistan", in which he clearly indicated the purpose and reason for translating "Risaleyi-aruz". The work is a theoretical example from the point of view of studying and teaching the basics of aruz as a science.

**Method and methodology.** The article examines the comparative analysis of Arabic and Persian aruz.

**Novelty in the article.** For the first time, we have discovered and presented to the scientific community the translation of the treatise "Risaleyi-aruz" made by Jafar Tayyar from Abdurrahman Jami in the collection of the Institute of Manuscripts named after Muhammad Fizuli.

Also, the novelty of the article comes from the discovery of the methodology that Jafar Tayyar brought to the theory of aruz.

**Main conclusions.** It is noted that the treatise of Abdurrahman Jami "Risaleyi-aruz" is considered to be one of the best works from the point of view of studying aruz in the Near and Middle East. It is emphasized that the study of the process of translating Jafar Tayyar into Turkish is of great interest from the point of view of studying spelling and rhyme in the Turkish language. Also, the treatise serves as a clear example for studying complex-structured works of this type. According to literary scholars, just as classical Persian poetry ends with the work of Abdurrahman Jami, so too "Risaleyi-aruz" is the final work interpreting aruz.

**Key words:** Jafar Tayyar, Abdurrahman Jami, aruz, poetry, metrics, Sufi order, ghazals, poetic genre.

*Ботвин Т. М.,  
доктор філософії, доцент,  
доцент кафедри українознавства та міжкультурної комунікації  
Факультету психології та соціального захисту  
Львівського державного університету безпеки життєдіяльності*

*Пундик Т. В.,  
старший викладач кафедри українознавства та міжкультурної комунікації  
Факультету психології та соціального захисту  
Львівського державного університету безпеки життєдіяльності*

*Саламін Н. А.,  
викладач кафедри українознавства та міжкультурної комунікації  
Факультету психології та соціального захисту  
Львівського державного університету безпеки життєдіяльності*

## ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ: АНАЛІЗ ПРИЙОМІВ ТА СТРАТЕГІЙ

**Анотація.** Статтю присвячено глибокому аналізу труднощів перекладу англійських рекламних слоганів та їх адаптації для української аудиторії, адже ці елементи є одними з найважливіших складових ефективного рекламного тексту. Процес перекладу рекламних матеріалів має багатшаровий і складний характер, що вимагає від перекладача не лише досконалого володіння мовою, але й здатності враховувати культурні відмінності, специфіку сприйняття реклами в різних країнах і розуміння психології споживачів. У статті розглядаються методи та підходи до створення та перекладу рекламних слоганів з англійської мови, що відповідають актуальним завданням лінгвістики та перекладознавства. Це особливо важливо через обмежену кількість досліджень у цій сфері та зростаючу потребу в ґрунтовному аналізі теоретичних аспектів перекладу.

Окрема увага приділяється проблемі передачі гри слів у рекламних слоганах, що є однією з найскладніших задач для перекладачів через труднощі збереження як лексичного значення, так і емоційного забарвлення оригіналу. Досліджено особливості текстів реклами, які використовують різні мовні засоби, стилістичні прийоми та стратегії з метою привертання уваги потенційних споживачів і стимулювання купівельної активності. Здійснений аналіз наявних теоретичних та практичних досліджень допомагає визначити шляхи подолання основних викликів у роботі з перекладом таких текстів, акцентуючи увагу на пошуку креативних рішень, які забезпечують баланс між змістом та формою.

Отримані результати містять практичні рекомендації для студентів та викладачів, які займаються теорією та практикою перекладу, а також для професійних перекладачів. Матеріалами для аналізу слугували слогани з британських та американських рекламних видань, що дало можливість виявити характерні особливості та типові підходи до перекладу в межах різних культурних контекстів. Представлені рекомендації сприяють ефективному вирішенню проблем перекладу і допомагають адаптувати англійські рекламні слогани відповідно до очікувань української аудиторії, зберігаючи при цьому їх впливовість та привабливість.

**Ключові слова:** слоган, переклад, реклама, мовні засоби, комунікація, мовні прийоми.

**Постановка проблеми.** Переклад рекламних слоганів є важливою складовою сучасної перекладознавчої практики, оскільки реклама відіграє ключову роль у стимулюванні економічної діяльності та формуванні споживачької поведінки. Особливістю перекладу рекламних текстів є необхідність не тільки відтворення змісту, але й забезпечення аналогічного впливу на цільову аудиторію в іншій культурі. Це підкреслює важливість комплексного підходу, що охоплює лінгвістичний, культурний і психологічний аспекти.

Аналіз проблем перекладу рекламних слоганів є актуальним через те, що традиційні методи передачі інформації часто не працюють у контексті рекламних текстів, де гра слів, гумор, каламбури та інші стилістичні засоби є частиною стратегії впливу. З огляду на це, ефективний переклад таких слоганів потребує від перекладача не лише знань мовних норм, а й глибокого розуміння культурних нюансів, щоб адаптація була не просто правильною з точки зору граматики, а й такою, що збереже емоційний та стилістичний вплив оригіналу.

З огляду на зазначене, перекладачі стикаються з низкою викликів. Зокрема, до них належать: проблема адекватного перекладу гри слів, збереження конотацій і підтекстів, адаптація текстів під локальні реалії, а також вибір лексичних і стилістичних засобів, що сприятимуть аналогічному емоційному відгуку серед іншомовної аудиторії. Це потребує застосування креативних підходів та стратегій, таких як транспозиція, адаптація та локалізація.

Вирішення цих проблем має не лише теоретичну, але й практичну цінність, адже успішний переклад рекламних текстів сприяє ефективній комунікації між культурами, підтримці бізнесу та розширенню ринків. Відтак, дослідження лінгвістичних особливостей перекладу рекламних слоганів та аналіз застосовуваних прийомів і стратегій є необхідними для розвитку перекладознавства, а також підготовки фахівців,



які здатні працювати в умовах глобалізованого інформаційного простору.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідники, такі як Городецька І. В., Добровольська Д. М., Крутько Т. В., а також Мельник Д. В., Остапчук І. та Волкова С., і Шукало І. М., зробили значний внесок у вивчення мовних та стилістичних особливостей реклами. Аналізують стилістичні засоби рекламних заголовків, підкреслюючи їхню важливість для привернення уваги аудиторії. Їхні дослідження висвітлюють загальні принципи створення ефективних заголовків [1], зосереджуються на проблемах відтворення мовної гри у перекладі, що є особливо актуальним у сфері реклами, де каламбури та гра слів часто використовуються для привернення уваги [2].

Також, досліджують прагматичні аспекти мовної гри у рекламних текстах, підкреслюючи її роль у створенні емоційного зв'язку зі споживачем [3]. Мельник Д. В. у своїй магістерській роботі розглядає структурно-семантичні аспекти та труднощі перекладу англійських слоганів, що допомагає визначити ключові проблеми збереження значення та форми тексту. Проте дослідження не охоплює новітніх перекладацьких стратегій [4]. Остапчук І. і Волкова С. фокусуються на прагматичному аспекті рекламного дискурсу англійською мовою. Вони підкреслюють важливість адаптації рекламних слоганів до культурних особливостей, однак практичні прийоми перекладу та адаптації в їх роботі представлені в загальних рисах [5].

А також, Шукало І. М. досліджує метафоричні рекламні слогани та особливості їх перекладу українською мовою, вказуючи на складність збереження метафоричного змісту. Її робота є важливою для розуміння семантичних аспектів перекладу, але менше уваги приділено комплексним стратегіям адаптації [6].

Загалом, ці дослідження охоплюють важливі аспекти перекладу рекламних текстів: від аналізу стилістичних і прагматичних засобів до труднощів передачі гри слів та метафоричних виразів. Проте питання впровадження ефективних методів адаптації слоганів та застосування сучасних перекладацьких стратегій залишаються недостатньо розробленими, що відкриває можливості для подальших досліджень у цій галузі.

**Мета статті** – проведення порівняльного аналізу та визначення труднощів перекладу мовних засобів у рекламних слоганах.

**Методологія та методи дослідження.** У сучасному конкурентному ринку товарів та послуг рекламний слоган є потужним інструментом маркетингу, що відіграє ключову роль у формуванні бренду та залученні споживачів. Глобалізація посилює конкуренцію, стимулюючи розробку оригінальних та ефективних рекламних повідомлень. Переклад таких повідомлень є складним завданням, оскільки вимагає не лише знання мов, але й глибокого розуміння культурних особливостей, маркетингових стратегій та психолінгвістичних механізмів впливу на аудиторію.

Мета даного дослідження полягала в аналізі стратегій, які використовують перекладачі для передачі змісту та емоційного заряду англійських рекламних слоганів українською мовою. Було проаналізовано низку рекламних текстів, щоб визначити, які стратегії перекладу є найбільш ефективними в умовах різноманітності мовних та культурних контекстів.

Результати дослідження показали, що перекладачі використовують широкий спектр стратегій, включаючи дослівний переклад, адаптацію, ревізію та навіть відсутність перекладу. Вибір стратегії залежить від багатьох факторів, таких як:

- Специфіка слогану: Наявність гри слів, культурних алюзій, емоційного заряду.
- Цільова аудиторія: Культурні особливості, рівень знання мови, інтереси.
- Маркетингові цілі: Позиціонування бренду, виділення серед конкурентів.

Дослідження підтвердило, що дослівний переклад є найбільш поширеною стратегією, однак він не завжди є ефективним, особливо коли мова йде про культурно специфічні або емоційно насичені слогани. Адаптація та ревізія дозволяють створити більш природні та запам'ятовувані українські версії, однак вони вимагають від перекладача високого рівня креативності та знання мовних особливостей обох культур.

Крім аналізу стратегій перекладу, увагу приділялося лінгвістичним аспектам рекламних слоганів. Було виявлено, що перекладачі активно використовують різноманітні мовні засоби, такі як епітети, метафори, апокопи та лексичні повтори, для посилення емоційного впливу та створення унікального образу бренду.

Отримані результати свідчать про те, що переклад рекламних слоганів є складним і багатограним процесом, який вимагає не лише лінгвістичних знань, але й глибокого розуміння маркетингу, культурології та психолінгвістики. Вибір оптимальної стратегії перекладу залежить від конкретного випадку і вимагає індивідуального підходу. В результаті дослідження, при перекладі рекламних слоганів 49,9% було використано стратегію дослівного перекладу. Прийом відсутності перекладу було застосовано лише до 8,9% рекламних слоганів. Стратегія адаптації при перекладі рекламних слоганів з англійської на українську застосовується у 26,7%. Стратегія ревізії передбачає формулювання абсолютно нового рекламного тексту та займає 14,8% усіх проаналізованих рекламних слоганів.

**Вступ.** Сьогодні рекламний слоган є ключовим елементом рекламної комунікації, що у стислому вигляді передає зміст рекламного повідомлення та привертає увагу споживачів до товару чи послуги. Гасло здатне впливати на підсвідоме сприйняття реципієнтом рекламної інформації. Рекламні слогани виступають невід'ємною частиною рекламної кампанії, а в окремих випадках можуть повністю її замінити. Завдяки своїй лаконічності та емоційній насиченості, вони легко запам'ятовуються реципієнтами. Важливими характеристиками девізу є його емоційний заряд, наповненість, стислість та епіграматичність, що підвищує ефективність реклами та сприяє її кращому запам'ятовуванню. Основним завданням перекладача є збереження цих характеристик під час перекладу слогану.

У друкованих рекламних матеріалах слоган зазвичай розміщується під або поряд з назвою бренду чи логотипом, що дозволяє ефективно відобразити маркетингову стратегію, спеціалізацію та відданість бренду. Важливо, щоб слоган чітко і просто відображав позиціонування продукту, уникаючи складних рекламних конструкцій, що стає не аби яким викликом для перекладача в роботі з рекламними гаслами чи девізами. Переклад рекламних слоганів – це багатограний процес, який вимагає від перекладача не лише лінгвістичних знань,

а й творчого підходу, глибокого розуміння культури і маркетингу, з урахуванням таких пунктів:

#### 1. Збереження гри слів і каламбурів

- Культурні відмінності: Гра слів часто базується на культурних особливостях, ідіомах та асоціаціях, які можуть бути незрозумілими для носіїв іншої мови.

- Відсутність прямих аналогів: Не завжди в цільовій мові існують слова або фрази, які б точно передали гру слів оригіналу.

#### 2. Передача емоційного заряду

- Контекстуальні нюанси: Емоції передаються не лише словами, а й інтонацією, контекстом та культурними асоціаціями.

- Різні культурні коди: Емоції можуть виражатися по-різному в різних культурах.

#### 3. Збереження стислості та лаконічності

- Мовні відмінності: Різні мови мають різну структуру речень і довжину слів, що може ускладнити передачу інформації в такому ж стислому форматі.

- Культурні норми: У різних культурах існують різні уявлення про доречну довжину рекламних слоганів.

#### 4. Адаптація до цільової аудиторії

- Різні цінності та потреби: Слогани, ефективні в одній культурі, можуть бути зовсім нерелевантними для іншої.

- Знання місцевого ринку: Перекладач повинен враховувати особливості місцевого ринку, конкуренцію та тренди.

#### 5. Врахування візуальної складової

- Шрифти та дизайн: Іноді слоган тісно пов'язаний з візуальним образом бренду. Переклад повинен органічно вписатися в цей образ.

- Звучання: Звучання слогану також має важливе значення. Переклад повинен звучати мелодійно і легко запам'ятовуватися.

#### 6. Технічні обмеження

- Довжина слогану: Іноді необхідно вписати переклад в обмежений простір, що ускладнює завдання.

- Формат: Слоган може бути частиною візуального елемента, що накладає додаткові обмеження на переклад.

#### 7. Збереження унікальності

- Конкуренція: Ринок реклами насичений, і багато компаній використовують схожі стратегії. Переклад повинен зробити слоган унікальним і помітним.

**Виклад основного матеріалу.** Зазвичай рекламний слоган використовується як новий елемент для привернення уваги до бренду. Він фактично є ідентифікатором бренду. Ефективність слогану багато в чому залежить від того, як читач сприймає його зміст. Тому слогани зазвичай складаються з простих і зрозумілих фраз, які дозволяють легко їх запам'ятати. Рекламний слоган переконує покупця в якості та надійності продукту чи послуги. Короткі, прості та зрозумілі слогани з яскравими словами найбільше привертають увагу споживачів. Важливо, щоб рекламні слогани базувалися на ідеях, що сприяють продажу, враховуючи інтереси споживача та переваги для нього [1].

Отже, рекламне гасло повинно переконати споживачів у тому, що продукт є особливим, а перекладачеві важливо зберегти сенс рекламного слогану при його передачі з вихідного тексту оригіналу. Наприклад, *“The world’s favourite Airways”* – *Улюблена світова авіакомпанія.* (British Airways); *“The world comfort is mine”* – *«Світовий комфорт»* (Toyota Fortuner – компанія-виробник машинної індустрії); *“The Complete Man”* –

*«Довершений чоловік»* (Raymond – компанія – виробник годинникової продукції). Недоліки рекламованих товарів варто маскувати у слоганах торгових марок. Рекламні слогани повинні перш за все відповідати уявленням про продукт чи послугу, а вже потім враховувати бажання і мотиви споживачів.

При перекладі важливо зосередитися на діях, які потрібно виконати терміново. Рекламний слоган повинен стимулювати споживачів до повторної покупки товару чи послуги, надавати перевагу рекламованій продукції замість конкурентів, а також спонукати до покупок навіть у міжсезонні періоди.

При розробці рекламних слоганів часто використовують розповідні речення, такі як: *“Because You’re Worth It”* – *«Тому, що ти того варта»* (Loreal – косметична компанія); *“It all starts with a Nescafe”* – *«Все починається з Nescafe»* (Nescafe Coffee – виробник продуктів); *“Nothing protects or covers grey better”* – *«Нічого краще не приховає сивину»* (L’Oreal Paris – косметична компанія); *“It’s our promise”* – *«Це наша обіцянка»* (Viviscal – шампунь проти випадіння волосся). Такі речення легко сприймаються і ефективно передають важливу інформацію без нав’язливості.

Також при створенні рекламних слоганів часто використовують питальні речення. Це допомагає встановити комунікацію з читачем, створюючи тісний зв’язок між покупцем і компанією. Наприклад, *“What would the world be like without Nutella?”* – *«Яким би був світ без Nutella?»* (Nutella – виробник солодощів); *“Hungry? Why wait?”* – *«Голодний? Чому б не скуштувати Snickers?»* (Snickers – шоколадний батончик).

Спонукальні речення займають важливе місце в рекламних слоганах, оскільки вони заохочують читача до дій і спонукають до покупки, використовуючи прохання, бажання чи рекомендації замість наказів. Наприклад: *“Taste the Feeling!”* – *«Відчуй смак!»* (Coca-Cola – газовані напої), *“Choose pleasure!”* – *«Обери задоволення!»* (Dove – гелі для душу), *“Taste the Rainbow”* – *«Спробуй веселку!»* (Skittles – солодощі), *“Only the good stuff!”* – *«Лише хороші продукти!»* (Timeless Skincare – косметична компанія).

Окличні речення також часто зустрічаються в рекламних слоганах, хоча інколи можуть викликати негативні емоції у потенційних покупців. Проте деякі компанії все ж використовують їх для просування своїх товарів, як у випадку зі слоганом: *“Get Some Nuts!”* – *«Візьми трішки горішків!»* (Snickers – шоколадний батончик).

Також у рекламних слоганах можна знайти заперечні речення з частками *«no»* чи *«not»*, що підкреслюють позитивні якості товарів або послуг. Наприклад: *“Melts in your mouth, not in your hands”* – *«Тане в роті, а не в руках»* (M&M’s – виробник солодощів) та *“It’s Not Just a Mint”* – *«Це не лише м’ята»* (Tic Tac – виробник солодощів).

Часто рекламодавці вдаються до використання мовних засобів для створення рекламних слоганів. Розглянемо приклад рекламного слогану компанії Belair cigarettes: *“Freshertasin”* – *«Випробовування освіжувача»*. У цьому випадку застосовують мовний засіб – апокопу, що утворюється шляхом поєднання двох лексем *“fresher”* і *“tasting”*. У слові *“tasting”* випадають два звуки [t] та [g], але при цьому значення слова залишається незмінним.

Проілюструємо вживання апокопи на відома американській мережі ресторанів швидкого харчування KFC. Вони теж вдаються до використання апокопи в своєму рекламному сло-

гані: *"It's finger lickin' good!"* – «Пальчики оближеи!» В цьому прикладі апокопа присутня в лексемі *"lickin"*, що походить від слова *"licking"* – «облизати», де втрата звуку [g] не впливає на зміну значення слова.

Використання епітета відіграє важливу роль в рекламі. Розглянемо на прикладі: *"Look sharp. Stay sharp. One tracker. Every occasion."* – «Виглядай стильно. Залишайся стильним. Один трекер для всіх подій.» Лексема «sharp» в даному контексті має два різних значення: «look sharp» розуміється як стильний або модний, тоді як «stay sharp» означає зосереджений та швидкий у реакціях. Тут видно, що годинник є не лише елегантним, але й функціональним. Вживання епітетів у рекламних слоганах приваблює увагу потенційних покупців і підвищує ймовірність здійснення продажів.

Гра слів також виявляється в застосуванні метонімії – це троп, при якому значення однієї лексеми переноситься на іншу. Наприклад, у рекламному слогані «Models use their Head and Shoulders» ми бачимо, як відзначено бренд шампуню Head and Shoulders. Тут гра слів полягає в тому, що «head» і «shoulder» є частинами тіла, які тісно пов'язані між собою. Використання метонімії в рекламних слоганах надає змісту виразності та певного свіжого звучання.

Впровадження оксюморона в рекламні слогани привертає увагу цільової аудиторії, оскільки як стилістичний прийом часто використовується для створення несподіваних образів, підсилення емоційного впливу тексту та акцентування на контрастах. Оксиморон – це риторична фігура, що полягає у свідомому сполученні контрастних за значенням лексем з метою створення нового семантичного ефекту. Наприклад, у слогані *"Affordable luxury. What caught your eye first, the kitchen or the price?"* – «Що відразу привертає твою увагу, кухня чи ціна?» використовуються слова з різними значеннями: *affordable* – доступний, дешевий; *luxury* – розкішний, багатий. Таке поєднання «дешевого» та «дорогого» викликає емоційний відгук у потенційного покупця. У цьому випадку, застосування оксюморону формує нову асоціацію між поняттям краси та доступності.

Цікавим аспектом рекламного тексту є використання антитези. Це форма мовної гри, в якій порівнюються мовні елементи, явища, образи та думки. Основна мета антитези в рекламному слогані – підсилити виразність. Пропонуємо розглянути ще один приклад антитези у наступному слогані: *"Take control. Lose control"* – «Взяти під контроль. Втратити контроль» антитеза створюється навколо двох дієслів «take» і «lose». Зазвичай для формування антитези використовують антоніми, що значно посилює зміст реклами.

В рекламних текстах часто застосовуються оказіоналізми – це лексеми, які створюються за існуючими в мові моделями, але не є частиною загальноживаного словника. У слогані *"Check your speedometer"* – «Перевір свою швидкість» – оказіоналізм представлений у слові «speedometer». Тут здійснюється гра слів між «speedometer» і «spendometer», що надає рекламному тексту новизну. Таким чином, цей прийом об'єднує старі асоціації з новими.

Для досягнення максимальної ефективності рекламного слогану лінгвісти активно використовують різноманітний арсенал мовних засобів. Застосування таких стилістичних фігур, як метафора, епітет, гіпербола, дозволяє зробити рекламний текст більш виразним, емоційно насиченим та запам'ятовуваним.

При цьому, ключовим вимогою до мовних засобів є їх лаконічність, семантична прозорість та здатність акцентувати унікальні властивості рекламованого продукту.

Рекламодавці часто звертаються до стилістичного засобу апокопи для формування рекламних слоганів. Апокопа полягає в усуненні одного або декількох звуків наприкінці слова, що не змінює загального значення. Як приклад, можна навести рекламний слоган мережі швидкого харчування McDonald's: *"I'm lovin' it!"* – «Я це люблю!». У даному випадку звук [g] зникає в лексемі *lovin'*, при цьому зміст похідного слова залишається незмінним. Аналогічно, відома мережа ресторанів швидкого харчування KFC також використовує апокопу у своєму рекламному слогані: *"It's finger lickin' good!"* – «Пальчики оближеи!». Тут апокопа проявляється у лексемі *"lickin"*, що є похідною від слова *"licking"* – «облизати». Втрата звуку [g] не впливає на значення слова. Ще одним прикладом апокопи є рекламний слоган компанії Belair cigarettes: *"Freshertasin"* – «Випробування освіжувача». У цьому випадку апокопа виникає внаслідок поєднання двох лексем *"fresher"* та *"tasting"*, при цьому з лексеми *"tasting"* усуваються звуки [t] та [g], не змінюючи її значення. Використання апокопи, як правило, орієнтоване на молодіжну аудиторію, яка зацікавлена в стислій та лаконічній подачі як усних, так і письмових висловлювань. Запровадження такого стилістичного засобу надає слоганам більшої стислості, що, в свою чергу, привертає увагу споживачів. Застосування апокопи робить рекламні слогани більш інноваційними та допомагає їм виокремитися серед інших брендів на ринку [3].

Продуктивним мовним засобом у рекламних слоганах часто використовують стилістичну фігуру асонанс. Використання цього стилістичного засобу дозволяє створювати мелодійність і ритм, що підсилює емоційний вплив слогану на споживача. У слогані реклами напівпровідникових пристроїв Intel *"Intel inside"* асонанс проявляється в голосній літері [i], що створює ефект приємного звучання рекламного слогану.

Наприклад, у рекламному слогані американського шоу Survivor TV series – *"Outwit. Outplay. Outlast."* застосовують повторення голосних літер [o] та [u] на початку кожного слова. Таке поєднання літер створює ефект новизни.

Прикладом мовного засобу алітерації, що лінгвісти відносять до не менш важливого мовного засобу може слугувати рекламний слоган компанії Porsche *"Power of Porsche."* Тут алітерація проявляється у повторенні звуку [p]. Таким чином приховується ефект потужності та додається ефект м'якості.

У рекламному слогані британської автомобільної компанії Jaguar *"Don't dream it. Drive it."* спостерігається використання алітерації на основі звуку [d]. Це стилістичне явище сприяє фонічній виразності слогану та полегшує його запам'ятовування, створюючи міцніші асоціації з брендом. Крім того, алітерація надає слогану додаткової емоційної сили, підкреслюючи потужність та динаміку автомобілів Jaguar.»

Поширеним явищем у рекламних слоганах є анафора. Наприклад, у слогані бренд зубної пасти Colgate *"It cleans your breath while it cleans your teeth."* можна прослідкувати вживання анафори в слові *"clean"* – «чистий». У даному прикладі ця лексема вживається двічі, що додає новизни рекламному слогану.

У наступному слогані компанії Cannon *"If anyone can, Cannon can"* анафора повторюється тричі виражається: *"can"* та *"Cannon"*.

Серед низки мовних засобів часто рекламодавці вдаються до застосування лексичних прийомів, зокрема метафор у рекламних слоганах, що підсилює емоційний резонанс, викликаний рекламним повідомленням. Використання метафори у рекламних слоганах має значний вплив на ефективність комунікації та сприйняття бренду. Метафора, як стилістичний прийом, дозволяє переносити значення з однієї сфери знань в іншу, таким чином створюючи нові асоціації та образи. Наприклад, косметична компанія *Maybelline* застосовує метафори в своїх слоганах *“When I dare to go nude, it’ll make you blush”*. У наведеному прикладі лексема *“nude”* вживається в переносному значенні. Тобто, не *«голий макіяж»*, а *«природній»*.

Популярність метафори у рекламній комунікації метафора дозволяє донести до аудиторії унікальні цінності або переваги продукту через асоціативні зв’язки, які вона формує, при цьому не навантажуючи її зайвою деталізацією. Розглянемо приклад метафори, що створює переконливий характер: *“feed”* – *«харчуються»*, *«істи»* у рекламному слогані компанії – виробника зубних паст *Blendamed* *“Feed your teeth”*. Тут вживання метафори викликає яскраві візуальні образи, потужним інструментом для підвищення ефективності рекламної комунікації.

Способом творення рекламного слогану можуть виступати епітеги. Рекламодавці використовують епітет *“new”* у слогані компанії *Pepsi* *“The choice of a new generation”* щоб вплинути на підсвідомість покупців. Щось нове завжди привертає увагу, тому тут використання такого епітета є доцільним.

Компанія з виробництва високотехнологічної електроніки *SONY* дуже вдало та доцільно використовує епітеги для реклами свого продукту: *“Life has never been so colorful”* – *«Твоє життя стане яскравішим!»* Тут епітет *“colorful”* – *«яскравий»* викликає в читача асоціації з ефектом привабливості. Такий рекламний текст привертає увагу покупців і, таким чином, збільшує продажі продуктів.

У рекламному слогані компанії косметики *Max Factor* можна прослідкувати чудове використання епітета *“eternal”*, що ефективно впливає на підсвідомість реципієнта. Він вказує на те, що товар їх компанії – вічний, тобто це створює ефект довіри та якості.

Проведене дослідження підтвердило високу ефективність використання епітетів у рекламних слоганах. Епітеги виступають потужним інструментом візуалізації та емоційного впливу, збагачуючи семантику тексту. За рахунок створення яскравих образів і асоціацій, епітеги суттєво підвищують запам’ятовуваність рекламного повідомлення та сприяють формуванню позитивного ставлення споживача до продукту. Отже, при перекладі рекламних слоганів особливої уваги набуває точний вибір відповідних епітетів, які б адекватно передавали зміст оригіналу та забезпечували максимальну ефективність комунікації.

Продуктивним мовним засобом у проаналізованих слоганах виступає фігура лексичних повторів, яка будується на поєднанні однакових слів, фраз чи навіть виразів. Використання лексичних повторів створює парадоксальні рекламні слогани, наприклад: *“Melts in your mouth, not in your hands”* – *«Тане в роті, а не в руках»*. (*M&M’s* – компанія-виробник солодощів). Тут лексичний прийом виражається у займеннику *“your”* – *«ваш»*, що двічі повторюється в тексті. В українському відповіднику лексичні повтори зникають, але при цьому переклад залишається адекватним.

У слогані компанії кондитерських виробів *Nestle* *“Nestle. Good food. Good life”* – *«Nestle. Хороша їжа – Прекрасне життя!»* застосовується лексичний прийом *“good”* – *«хороший»*. При перекладі слогану на українську мову, частина лексичних повторів зникає, при цьому не втрапивши основний посыл слогану.

Лексичні повтори викликають труднощі у збереженні оригінального змісту при адаптації до нової мови через відсутність еквівалентів у мові перекладу або через те, що повтори можуть звучати неприродно. При перекладі важливо уникати повторення, яке може виглядати як тавтологія або надлишковість. Це може вимагати переосмислення або переформатування слогану. Таким чином, переклад лексичних повторів у рекламних слоганах є складним завданням, що вимагає від перекладача глибокого розуміння як мови оригіналу, так і мови перекладу, а також цільової культури та психології споживачів.

Панівна роль англійської мови у світовій економіці призвела до поширення англійських рекламних слоганів. Проте, адаптація цих слоганів до різних мовних та культурних контекстів є складним завданням. Перекладачі стикаються з проблемою не лише лексичної еквівалентності, але й передачі прагматичного змісту, який часто не має прямих відповідників в інших мовах. Лінгвокультурні відмінності, такі як різні системи цінностей, уявлення про світ та мовні норми, створюють значні перешкоди для точного та ефективного перекладу рекламних текстів.

Для того, щоб перекласти рекламний текст перекладач повинен застосовувати ряд перекладацьких прийомів. На відміну від художньої літератури, рекламний слоган вирізняється своєю стислістю та використанням специфічних мовних прийомів. При перекладі рекламних текстів перекладач має зосередитися на лінгвістичних аспектах, семантичній структурі та особливостях соціальної адаптації у мові, на яку відбувається переклад. Оскільки рекламний текст має чітку комунікативну мету, перекладачеві необхідно шукати різноманітні мовні ресурси, щоб адекватно передати смислові та стилістичні елементи оригіналу.

Головною проблемою при перекладі рекламних слоганів є адекватна передача прагматичного потенціалу оригіналу. Це пов’язано з культурними особливостями народу, їх мисленням, специфікою мови та національними цінностями, моральними та етичними принципами. Тому дослівний переклад рекламних слоганів часто не є доречним, оскільки може призвести до неправильного тлумачення або навіть втрати змісту. Проте, у більшості випадків, перекладачам вдається правильно передати основний посыл рекламного слогану, дотримуючись усіх мовних норм, та адаптувати його до контексту цільової аудиторії.

Переклад рекламних слоганів є складним завданням для перекладача, оскільки рекламні тексти мають характерні особливості, які ускладнюють процес перекладу. Тому перекладачі використовують різні перекладацькі стратегії, зокрема:

1. Стратегію дослівного перекладу застосовують при перекладі рекламних слоганів технічної продукції, зокрема фототехніки, комп’ютерів чи машинної індустрії. Доцільним є застосування цієї стратегії прийому у рекламному слогані компанії *Panasonic* *“Panasonic. Ideas for life”* – *«Панасонік. Ідеї для життя»*, оскільки не втрачається зміст рекламного тексту, що є важливим аспектом при передачі слогана на вихідну мову.

2. Стратегія адаптація – це явище, де перекладач адаптує текст відповідно до мовних норм мови перекладу при цьому зберігаючи її ілюстрований матеріал. В рекламному слогані компанії-виробника кредитних карток World Master Card теж застосовано стратегію адаптації: *Unlock the world of experiences, offers and recommendations. Your World Master Card is a key – «Відкрийте для себе світ і нові можливості. Твій ключ до цього – World Master Card.»* В даному слогані при перекладі на українську лексема “unlock” передана не зовсім точно. В мові оригіналу “unlock” звучить як «відкривати, відмикати щось ключем», а в даному перекладі ця лексема має значення «виявити щось». Таким чином, перекладач опускає такі однорідні члени як “offers” – «пропонувати» та “recommendations” – «рекомендувати».

3. Ревізія – вид перекладу, що повністю передбачає створення нового рекламного слогана. Прослідкуємо це на прикладі рекламного слогану компанії Samsung “*Everything in one touch*” – «Смартфон, в якому є все» В цьому випадку застосування прийому ревізії є доцільним, оскільки це полегшує зміст рекламного тексту для іншомовного реципієнта. Незважаючи на неможливість дослівного перекладу у слогані косметичної компанії L’Oreal: “*Because You’re Worth It*” – «Тому що ти того варта» застосування ревізії не порушує загального змісту, а переклад залишається чітким для розуміння іншомовного реципієнта. У наступному прикладі косметичної компанії “*Love the skin you’re in*” – «Твоя шкіра любима» складно передати зміст буквально, однак, вважаємо застосування прийому ревізії – доцільним, оскільки це не порушує зміст рекламного слогану.

4. Стратегія відсутності перекладу. Найчастіше такий переклад застосовують при перекладі рекламних слоганів продукції одягу чи техніки: “*Gucci by Gucci*” (Gucci – італійський бренд одягу); “*You can Cannon*” (Cannon – компанія-виробник фотокамер, принтерів тощо). В Україні більша частина населення неангломова. Звідси, це ускладнює розуміння змісту рекламного тексту. Такий переклад не порушив би зміст основного посилу реклами та був би більш зрозумілим для українців [2].

**Висновки.** Аналіз проведеного дослідження свідчить про те, що переклад рекламних слоганів є складним багатоаспектним процесом, який вимагає не лише глибокого знання мов, а й розуміння культурних, соціальних та психологічних нюансів.

Хоча стратегія дослівного перекладу дозволяє зберегти оригінальність слогана, вона не завжди є доцільною через культурні та мовні відмінності. З іншого боку, повна відмова від перекладу може призвести до втрати цільової аудиторії.

Найчастіше для перекладу рекламних слоганів використовується стратегія адаптації, яка передбачає не тільки передачу змісту, але й адаптацію до культурних особливостей цільової аудиторії. Однак, така адаптація вимагає від перекладача глибоких знань як мови оригіналу, так і мови перекладу, а також розуміння маркетингових стратегій. Перекладач також повинен враховувати такі фактори:

- Соціолінгвістичні особливості: Відмінності в мовних нормах, стилістичних засобах, культурних кодах.
- Психологічні аспекти: Вплив мови на емоції та поведінку споживача.
- Культурні відмінності: Розуміння культурних цінностей, традицій та стереотипів.

- Історичні контексти: Вплив історичних подій на формування мови та культури.

Використання таких мовних прийомів, як алітерація, асонанс, метафора, дозволяє створити яскравий і запам’ятовувачий образ, але їхнє застосування вимагає глибокого знання мови та культури.

Успішний переклад рекламних слоганів є результатом комплексного підходу, який враховує не тільки лінгвістичні, але й культурні, соціальні та психологічні аспекти. Перекладач повинен бути готовий до творчого пошуку еквівалентів, адаптації та модифікації вихідного тексту з метою досягнення максимального ефекту в новій культурній реальності.

#### Література:

1. Городецька І. В. Рекламний заголовок та стилістичні засоби в ньому. *Нова Філологія: збірник наукових праць*. Запоріжжя: ЗНУ, 2014. № 62. С. 144–148. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Novfil\\_2014\\_62\\_34](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Novfil_2014_62_34)
2. Добровольська Д. М. Мовна гра в рекламних слоганах: проблема відтворення в перекладі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія : Філологічна. 2015. Вип. 56. С. 94–96. Режим доступу: <https://lingvj.oa.edu.ua/articles/2015/n56/34.pdf>
3. Крутько Т. В. Мовна гра як спосіб досягнення прагматичного ефекту рекламного тексту. *Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи*. К.: Логос, 2012. С. 209–216. Бібліогр.: 12 назв. укр. Режим доступу: <https://langcenter.kiev.ua/Lingvistika%202012/Krutko%20209-216.pdf>
4. Мовні засоби виразності англомовного рекламного тексту. *На голівну*. URL: <http://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/61-tridtsyata%20vseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/757-movni-zasobi-viraznostianglomovnogoreklamnogotekstu>.
5. Мельник Д. В. Англомовні рекламні слогани: структурно-семантичні аспекти та особливості перекладу : master’s thesis. 2021. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86411>
6. Остапчук І., Волкова С. Слогани в рекламному дискурсі (на прикладі англійської мови). *Вісник науки та освіти*. 2023. № 9(15). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2023-9\(15\)-128-137](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2023-9(15)-128-137)
7. Шукало І. М. Англомовні метафоричні рекламні слогани та їх переклад українською мовою. *Філологічні трактати*. 2012. Т. 4, № 2. С. 129–133.
8. Режим доступу: <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/25328/1/Shukalo.pdf>
9. “Our beer is as cold as your EX’s heart.” | Girlfriend quotes funny, Ex quotes funny, Boyfriend quotes funny. *Pinterest*.
10. URL: <https://www.pinterest.com/pin/569212840387043975/>
11. *Catchy Slogans of Top Brands*. *Advergize*.
12. URL: <https://www.advergize.com/advertising/catchy-slogans-top-brands/#:~:text=9.,Love%20it>

#### Botvyn T., Pundyk T., Salamin N. Linguistic features of translating advertising slogans: analysis of techniques and strategies

**Summary.** The article is devoted to an in-depth analysis of the difficulties of translating English-language advertising slogans and their adaptation for the Ukrainian-speaking audience, since these elements are one of the most important components of an effective advertising text. The process of translating advertising materials is multilayered and complex, requiring the translator not only to have a perfect command of the language, but also to be able to take into account cultural differences, the specifics of advertising perception

in different countries, and an understanding of consumer psychology. The article discusses methods and approaches to creating and translating advertising slogans from English that meet the current challenges of linguistics and translation studies. This is especially important due to the limited number of studies in this area and the growing need for a thorough analysis of theoretical aspects of translation.

Special attention is paid to the problem of conveying wordplay in advertising slogans, which is one of the most difficult tasks for translators due to the difficulty of preserving both the lexical meaning and the emotional color of the original. The features of advertising texts that use various linguistic means, stylistic devices and strategies to attract the attention of potential consumers and stimulate purchasing activity are studied. The analysis of existing theoretical and practical studies helps to identify ways to overcome the main challenges

in translating such texts, focusing on finding creative solutions that strike a balance between content and form.

The findings provide practical recommendations for students and teachers of translation theory and practice, as well as for professional translators. The materials used for the analysis were slogans from British and American advertising publications, which made it possible to identify the characteristic features and typical approaches to translation within different cultural contexts. The presented recommendations contribute to the effective solution of translation problems and help to adapt English-language advertising slogans in accordance with the expectations of the Ukrainian-speaking audience, while maintaining their impact and attractiveness.

**Key words:** slogan, translation, advertising, language means, communication, language techniques.

*Войцехівська Н. К.,**доктор філологічних наук,**Комунального закладу вищої освіти «Вінницький гуманітарно-педагогічний коледж»**Коломієць О. М.,**кандидат філологічних наук,**Комунального закладу вищої освіти «Вінницький гуманітарно-педагогічний коледж»**Кушнір А. С.,**доктор філософії,**Комунального закладу вищої освіти «Вінницький гуманітарно-педагогічний коледж»*

## ІНСТРУМЕНТИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ ТЕКСТІВ ФАХОВОГО СПРЯМУВАННЯ

**Анотація.** Статтю присвячено вивченню параметрів інструментів штучного інтелекту при перекладі текстів фахового спрямування та оцінці адекватності здійсненого перекладу. Досліджено основні історичні етапи становлення нейронних мережі, які використовувались для перекладу тексту з однієї мови на іншу, як-от Google Translate, DeepL та інші. Встановлено три напрями досліджень в межах окресленої проблематики (суто філологічні, морально-етичні, параметральні). В ході дослідження проаналізовано основні параметри інструментів штучного інтелекту, які застосовуються при перекладі текстів фахового спрямування (DeepL, Google Translate). Виокремлено вісім етапів здійснення дослідження: проектування цілей дослідження на обрану проблематику; вивчення та розробка методики дослідження; проектування обраного інструментарію на матеріал дослідження; відбір текстів професійного спрямування; відбір інструментів штучного інтелекту; переклад текстів професійного спрямування за допомогою інструментів ШІ; оцінка отриманих перекладів; аналіз отриманих даних. Оцінку перекладів текстів професійного спрямування здійснено за такими критеріями: відтворення релевантної інформації, відтворення жанрово-стилістичних особливостей, відтворення формально-структурних характеристик тексту, прагматична адаптація тексту, коректність оформлення інформації, адекватність мовного оформлення. На підставі визначених критеріїв буде проведено оцінювання якості перекладу текстів фахового спрямування інструментами штучного інтелекту. Серед типових помилок, які допускають інструменти ШІ при перекладі текстів фахового спрямування виявлено: порушення адекватності мовного оформлення, порушення прагматичної адаптації тексту, порушення релевантної інформації. При порівнянні варіантів перекладу професійного тексту за допомогою двох інструментів штучного інтелекту, було встановлено, що DeepL здійснює якісний та адекватний переклад професійних текстів з несуттєвими помилками, які не порушують розуміння тексту. Інструмент штучного інтелекту Google Translate є менш точним, ніж DeepL, допускає більше огріхів та помилок при перекладі професійних текстів.

**Ключові слова:** штучний інтелект, інструмент штучного інтелекту, переклад, текст фахового спрямування, адекватність перекладу.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими завданнями.** Штучний інтелект (далі – ШІ) змінює світоглядну призму та сфери діяльності людства. Галузь перекладу не є винятковою, оскільки сучасні інструменти ШІ здатні виконувати складні спеціалізовані завдання: розуміти та обробляти природну людську мову та здійснювати високоточний переклад.

Обробка природної мови (англ. NLP) – це тип ШІ, який зосереджується на взаємодії між комп'ютерами та людськими мовами. Системи ОПМ розроблені для розуміння та інтерпретації людської мови, і вони використовуються в таких програмах, як чат-боти, голосові помічники та машинний переклад [1]. Під машинним перекладом або автоматичним перекладом (англ. 'machine translation', 'automatic translation') розуміють виконувати комп'ютером дію перетворення тексту однією природною мовою в текст іншою природною мовою при збереженні еквівалентності змісту.

Вперше використання технологій машинного перекладу відбулось у 1954 році: саме в цей рік публічно продемонстрували переклад за допомогою обчислювальної техніки. В історії ця подія має назву «Джорджтаунський експеримент», що походить від назви університету, який разом із компанією ІВМ брав участь у його підготовці.

З часом технології удосконалювались та стали високоточними, зокрема це відбулось з появою нейронних мереж. Нейронний машинний переклад (НМП) – це підхід до машинного перекладу, який використовує штучні нейронні мережі, моделі глибокого навчання, для перекладу тексту з однієї мови на іншу, як-от Google Translate, Bing, Microsoft Translator, DeepL, Reverso, Systran Translate і Amazon Translate та автоматизованих перекладів (CAT), як Memoq, Trados, Smartcat, Lokalise, Smartling, Crowdin, TextUnited та Memsource.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Напрацювання вчених в межах окресленої проблематики можна розподілити на кілька напрямів:

1. Суто філологічні (дослідження зводяться до компаративного аналізу перекладу машинного та перекладу людського). До прикладу, дослідження Ж. Тана та ін., яке оцінює якість машинного перекладу письмових та усних текстів. Для вирішення питань, пов'язаних з перекладом, використовували ней-

ронний машинний переклад, а також досліджували деталі його архітектури [2];

2. Дослідження, які окрім філологічних проблем виокремлюють також морально-етичні проблеми. До цієї групи належить фундаментальна праця Джека Коупленда «Штучний інтелект: філософський вступ», в якій вчений аналізує, чого повинні досягти ті фахівці, які працюють в галузі штучного інтелекту, перш ніж вони зможуть стверджувати, що створили мислячу машину, яка оцінює свої перспективи на успіх. На думку вченого, є чіткий вступ до коннекціонізму та гіпотези мови мислення, які поєднують у собі матеріал із філософії, штучного інтелекту та нейронауки. У книзі також досліджується можливість вільної волі та свідомості машин і завершується обговоренням того, в якому сенсі людський мозок може бути комп'ютером [3];

3. Параметральні. Дослідження, які зводяться до інструментів, технологій та умов використання штучного інтелекту. Вітчизняні дослідники, які працюють у межах окресленої проблематики, а саме А.В. Красуля та М.В. Турчина зазначають, що «загалом, інструменти III у письмовому перекладі дозволяють значно оптимізувати роботу перекладача, але не здатні замінити перекладача як людину. Навіть переклад технічного та офіційно-ділового стилів вимагає постредагування у виконанні перекладачем-людиною» [4].

Параметр платформи	Підтримувані мови	Формат роботи	Доступ	Додаткові сервіси
Назва платформи				
DeepL	32 мови	Можливість обрати тон голосу, стиль, здійснює точне редагування документів	Доступно на різних пристроях і операційних системах, таких як Android, iPhone, iPad, Chrome і Firefox.	Вбудований словник Інструмент для написання III
Google Translate	Понад 100	Можливість синхронного перекладу	Можливість офлайн перекладу	Можливість перекладати веб-сайти

Складено авторами на основі джерела [5]

**Методологія проведення дослідження.** За допомогою вибірки стратифікованої, що передбачає попередній розподіл на однорідні групи (страги) і відбір із кожної з них певної кількості одиниць було обрано тексти фахового спрямування для компаративного аналізу мови перекладу, здійсненого двома інструментами штучного інтелекту (DeepL, Google Translate).

Здійснення дослідження відбувалось у декілька етапів:

1. Проектування цілей дослідження на обрану проблематику;
2. Вивчення та розробка методики дослідження;
3. Проектування обраного інструментарію на матеріал дослідження;
4. Відбір текстів професійного спрямування;
5. Відбір інструментів штучного інтелекту;
6. Переклад текстів професійного спрямування за допомогою інструментів III;
7. Оцінка отриманих перекладів;
8. Аналіз отриманих даних.

**Валідність дослідження.** Розмір вибірки був відносно невеликим, оскільки тексти професійного спрямування є об'ємними за змістом, окрім того можливості інструментів III є теж лімітованими (як-от, обсяг перекладу Google Translate, який становить 5000 знаків). Вибір конкретних текстів фахового спрямування також міг внести упередженість, оскільки вибрані тексти можуть не відображати повного діапазону складності та різноманітності досліджуваної мови перекладу. На процес оцінки перекладу також може мати вплив суб'єктивний вплив

**Мета і завдання статті.** Метою статті є дослідження особливостей використання інструментів штучного інтелекту при перекладі текстів фахового спрямування, а також порівняння перекладів текстів за допомогою інструментів штучного інтелекту з перекладом людським.

**Виклад основного матеріалу.**

**Рев'ю ефективності інструментів штучного інтелекту при перекладі текстів фахового спрямування**

DeepL є одним з найтошніших інструментів штучного інтелекту. Завдяки потужності нейронних мереж DeepL виходить за рамки простого дослівного перекладу, оскільки зберігає контекст і нюанси оригінального тексту. Платформа автоматично визначає вихідну мову та здійснює переклад. Досягненням платформи є підтримка перекладу мовлення. Таку опцію можна використовувати під час проведення ділових переговорів, консультацій тощо.

Одним із перших інструментів машинного перекладу є Google Translate, зрозумілий інтерфейс робить навігацію легкою. Широка підтримка мов дозволяє легко перекладати текст різними мовами. Передовий інструмент перекладу зі штучним інтелектом має можливість перекладати письмові слова, документи, зображення та навіть веб-сайти, що робить його єдиною платформою для різних вимог.

перекладача, а саме на етапі оцінки таких показників, як стиль перекладу фахового тексту.

Сучасні українські дослідники проблеми критеріїв оцінки перекладу Н. Жмасва та С. Юхимець виокремлюють такі критерії: відтворення релевантної інформації, відтворення жанрово-стилістичних особливостей, відтворення формально-структурних характеристик тексту, прагматична адаптація тексту, коректність оформлення інформації, адекватність мовного оформлення [6].

На підставі визначених критеріїв буде проведено оцінювання якості перекладу текстів фахового спрямування інструментами штучного інтелекту. Кожен з критеріїв оцінюємо у 20 балів.

№ з/п	Критерій	К-ть балів
1.	Відтворення релевантної інформації	20
2.	Відтворення жанрово-стилістичних особливостей	20
3.	Відтворення формально-структурних характеристик тексту	20
4.	Прагматична адаптація тексту	20
5.	Коректність оформлення інформації	20
6.	Адекватність мовного оформлення	20
Загальна кількість балів		120

Складено авторами на основі [6]

Застосуємо два інструменти штучного інтелекту (DeepL, Smartcat та Google Translate) для перекладу частини тексту «Education in Great Britain» та спробуємо дати оцінку кожному з варіантів перекладу.



«Education in Great Britain» *In each country there are five stages of education: early years, primary, secondary, further education (FE) and higher education (HE). The law states that full-time education is compulsory for all children between the ages of 5 (4 in Northern Ireland) and 16. In England, compulsory education or training was extended to 18 in 2015. Before they reach compulsory school age, children can be educated at nursery; the four governments all provide universal funding for children from the age of three years old or younger.*

*Further education is non-compulsory, and covers advanced education which can be taken at further (including tertiary) education colleges and higher education institutions (HEIs). The fifth stage, higher education, is study beyond A-levels or BTECs (and their equivalent) which, for most full-time students, takes place in HEIs such as universities and colleges.*

*The National Curriculum, established in 1988, provides a framework for education in England between the ages of 5 and 16. Although the curriculum is compulsory, some private schools, home educators, academies and free schools design their own curricula. Following devolution in 1999, the Welsh Government took responsibility for education in Wales and the curriculum began to differ from that of England. The National Curriculum for Wales was established and is now being succeeded by the Curriculum for Wales.*

Переклад тексту «Освіта у Великій Британії» виконано за допомогою інструменту ШІ DeepL: У кожній країні існує п'ять етапів освіти: ранній вік, початкова, середня, подальша освіта (ПО) і вища освіта (ВО). Закон встановлює, що денна освіта є обов'язковою для всіх дітей у віці від 5 (4 в Північній Ірландії) до 16 років. В Англії обов'язкова освіта або навчання була продовжена до 18 років у 2015 р. До досягнення обов'язкового шкільного віку діти можуть навчатися в яслах; уряди всіх чотирьох країн забезпечують загальне фінансування для дітей віком від трьох років і молодше.

Подальша освіта не є обов'язковою і охоплює поглиблену освіту, яку можна здобути в коледжах та вищих навчальних закладах (ВНЗ). П'ятий етап, вища освіта, – це навчання після A-levels або BTEC (та їх еквівалентів), яке для більшості студентів денної форми навчання відбувається у вищих навчальних закладах, таких як університети та коледжі.

Національний навчальний план, створений у 1988 році, забезпечує основу для освіти в Англії у віці від 5 до 16 років. Хоча навчальна програма є обов'язковою, деякі приватні школи, домашні вчителі, академії та безкоштовні школи розробляють власні навчальні програми. Після децентралізації в 1999 році уряд Уельсу взяв на себе відповідальність за освіту в Уельсі, і навчальна програма почала відрізнятися від англійської. Було створено Національний навчальний план для Уельсу, який зараз замінюється навчальним планом для Уельсу.

Оцінку перекладу тексту представимо у вигляді таблиці з описом типових помилок та огріхів при перекладі нижче.

№ з/п	Критерій	К-ть балів
1.	Відтворення релевантної інформації	19
2.	Відтворення жанрово-стилістичних особливостей	20
3.	Відтворення формально-структурних характеристик тексту	20
4.	Прагматична адаптація тексту	19
5.	Коректність оформлення інформації	20
6.	Адекватність мовного оформлення	18
Загальна кількість балів		116

Серед типових огріхів перекладу знаходимо:

– незначні порушення адекватності мовного оформлення (англ. *higher education institution* – укр. *вищі навчальні заклади, замість заклади вищої освіти*); англ. *funding for children from the age of three years old or younger* – укр. *для дітей віком від трьох років і молодше*

– порушення прагматичної адаптації тексту: англ. *home educators* – *домашні вчителі, тощо.*

– порушення релевантної інформації, що стосується коректності відтворення скорочень та абрєвіацій.

Переклад тексту «Освіта у Великій Британії» виконано за допомогою інструменту ШІ Google Translate: У кожній країні існує п'ять ступенів освіти: початкова освіта, початкова, середня, подальша освіта (FE) і вища освіта (HE). Закон визначає, що денна освіта є обов'язковою для всіх дітей віком від 5 (4 у Північній Ірландії) до 16 років. В Англії обов'язкову освіту або навчання було продовжено до 18 років у 2015 році. До того, як вони досягнуть обов'язкового шкільного віку, діти можуть виховуватися в дитячому садку; всі чотири уряди забезпечують універсальне фінансування для дітей віком від трьох років і молодше.

Подальша освіта є необов'язковою та охоплює поглиблену освіту, яку можна здобути в коледжах подальшої (включаючи вищу) освіти та вищих навчальних закладах (ВНЗ). П'ятий етап, вища освіта, – це навчання за межами A-levels або BTEC (та їх еквівалентів), яке для більшості студентів денної форми навчання відбувається у вищих навчальних закладах, таких як університети та коледжі.

Національна навчальна програма, створена в 1988 році, забезпечує основу для освіти в Англії у віці від 5 до 16 років. Незважаючи на те, що навчальна програма є обов'язковою, деякі приватні школи, домашні педагоги, академії та безкоштовні школи розробляють власні навчальні програми. Після деволуції в 1999 році уряд Уельсу взяв на себе відповідальність за освіту в Уельсі, і навчальна програма почала відрізнятися від англійської. Було створено Національну навчальну програму для Уельсу, на зміну якій тепер приходиться навчальна програма для Уельсу.

№ з/п	Критерій	К-ть балів
1.	Відтворення релевантної інформації	18
2.	Відтворення жанрово-стилістичних особливостей	20
3.	Відтворення формально-структурних характеристик тексту	20
4.	Прагматична адаптація тексту	15
5.	Коректність оформлення інформації	15
6.	Адекватність мовного оформлення	10
Загальна кількість балів		98

Типовими помилками ШІ в цьому випадку є:

– порушення адекватності мовного оформлення (англ. *devolution* – укр. *деволюція*; англ. *children can be educated at nursery* – укр. *діти можуть виховуватися в дитячому садку*;

– порушення прагматичної адаптації тексту: англ. *home educators* – *домашні педагоги, тощо*;

– порушення релевантної інформації (коректність відтворення скорочень та абрєвіацій) та іншої інформації: англ. *The National Curriculum, established in 1988, provides a framework for education in England between the ages of 5 and 16* – укр. *Наці-*

ональна навчальна програма, створена в 1988 році, забезпечує основу для освіти в Англії у віці від 5 до 16 років.

З проаналізованого вище робимо висновок, що інструмент штучного інтелекту Google Translate є менш точним, ніж DeepL, допускає більше огріхів та помилок при перекладі професійних текстів. Серед типових помилок виявлено: порушення адекватності мовного оформлення, порушення прагматичної адаптації тексту, порушення релевантної інформації тощо.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Інструменти штучного інтелекту стають все більш високоточними. При порівнянні варіантів перекладу професійного тексту за допомогою двох інструментів штучного інтелекту, було встановлено, що DeepL здійснює якісний та адекватний переклад професійних текстів з несуттєвими помилками, які не порушують розуміння тексту. Проте, яким би точним не був переклад за допомогою інструментів ШІ, однаково, основою порівняння слугує переклад виконаний підготовленим професіоналом.

#### *Література:*

1. Остапюк В.В. Штучний інтелект, як ресурс посилення цивілізаційних спроможностей. Розвиток наукової думки: актуальні питання, досягнення та інновації : матеріали науково-практичної конференції, Хмельницький, 28–29 квітня, 2023. С. 86–89.
2. Neural machine translation: A review of methods, resources, and tools. Z. Tan et al. *AI Open*. 2020. Vol. 1. P. 5–21. URL: <https://doi.org/10.1016/j.aiopen.2020.11.001> (date of access: 20.11.2024).
3. Jack Copeland. *Artificial Intelligence: A philosophical introduction*. URL: <https://philpapers.org/rec/COPAIA-4> (date of access: 20.11.2024).
4. Красуля А., Турчина М. Використання інструментів штучного інтелекту: порівняльний аналіз систем автоматизованого перекладу. *Львівський філологічний часопис*. 2020 № (8). С. 108–113. URL: <https://doi.org/https://doi.org/10.32447/2663-340X-2020-8.17> (дата звернення 20.11.2024).
5. 15+ найкращих інструментів для перекладу зі штучним інтелектом, безкоштовних і платних. URL: <https://fliphml5.com/learning-center/uk/best-15-ai-translation-tools/> (дата звернення 20.11.2024).
6. Жмаєва Н., Юхимець С. До питання визначення критеріїв оцінювання адекватності перекладу. URL: <https://www.lingstud.od.ua> (дата звернення 20.11.2024).

#### **Voitsekhivska N., Kolomiets O., Kushnir A. Artificial intelligence tools in translation of professional texts**

**Summary.** The article is devoted to the study of the parameters of artificial intelligence tools in the translation of professional texts and the assessment of the adequacy of the translation. The main historical stages of the formation of neural networks that were used to translate text from one language to another, such as Google Translate, DeepL and others, are studied. Three areas of research within the outlined issues are established (philological, moral and ethical, parametric). The study analyzed the main parameters of artificial intelligence tools used in the translation of professional texts (DeepL, Google Translate). Eight stages of the study were identified: projecting the research objectives onto the selected issues; studying and developing the research methodology; projecting the selected tools onto the research material; selecting professional texts; selecting artificial intelligence tools; translating professional texts using AI tools; evaluating the resulting translations; analyzing the data obtained. The evaluation of translations of professional texts was carried out according to the following criteria: reproduction of relevant information, reproduction of genre and stylistic features, reproduction of formal and structural characteristics of the text, pragmatic adaptation of the text, correctness of information presentation, adequacy of language presentation. Based on the specified criteria, the quality of translation of professional texts using artificial intelligence tools was assessed. Among the typical errors that AI tools make when translating professional texts, the following were identified: violation of the adequacy of language presentation, violation of pragmatic adaptation of the text, violation of relevant information. It was found that DeepL provides high-quality and adequate translation of professional texts with minor errors that do not disrupt the understanding of the text when comparing the options for translating professional texts using two artificial intelligence tools. The Google Translate artificial intelligence tool is less accurate than DeepL, and allows more flaws and errors when translating professional texts.

**Key words:** artificial intelligence, artificial intelligence tool, translation, professional text, translation adequacy.

*Голі-Оглу Т. В.,**кандидат філологічних наук, доцент,**завідувачка кафедри перекладу**Приазовського державного технічного університету*

## АНГЛОМОВНИЙ ПАРЕМІЙНИЙ КОНТЕНТ У ПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ ТА ПРАГМАТИЧНОМУ ВИМІРАХ

**Анотація.** У статті уточнено поняття «паремія», «паремійний контент», проаналізовано структурні та семантичні типи паремій, досліджено особливості англійських та українських паремійних виразів у зіставному аспекті. Результатом зіставного аналізу є визначення спільних і відмінних рис паремійних контентів англійської та української мов. Встановлено, що прислів'я і приказки англійської та української мов можуть бути подібними за лексичним складом, комунікативним значенням і стилістичним забарвленням, проте значна їх частина має свої особливості на різних рівнях своєї функціональної реалізації, обумовлені особливостями національного світосприйняття і оригінальністю національних картин світу англійців та українців.

У науковому дослідженні значну увагу приділено детальному аналізу стратегій перекладу паремій з англійської на українську мову. Як найчастотніші та найефективніші для англійської та української мов виділено стратегію дослівного перекладу, переклад за допомогою фразеологічного еквівалента і стратегію адаптивного перекладу. У дослідженні робиться висновок, що вибір стратегії перекладу в реальних умовах крос-культурної комунікації обумовлюється лінгвістичним і культурним контекстом, метою перекладу та рівнем культурної близькості між мовами, що беруть участь у процесі перекладу. Проаналізовано внутрішньомовні та позамовні чинники, що впливають на адекватність перекладу паремійних виразів; як найактивніші – виокремлено культурний і прагматично-семіотичний чинники. Робиться акцент на тому факті, що для успішного перекладу паремій перекладач має знаходити баланс між збереженням змісту, стилю та культурної специфіки, використовуючи різні стратегії – від пошуку еквівалентів до адаптації та калькування.

**Ключові слова:** паремія, прагматичне навантаження, культурна маркованість, семіотична маркованість, стратегія перекладу, еквівалентність, адекватний переклад.

**Постановка проблеми.** Паремійний контент є невід'ємною частиною національної мови, що реалізує і маніфестує її кумулятивну та прагматичну функції, семіотичну та культурну маркованість. Паремії є носіями народної мудрості, культурних цінностей і морально-етичних засад, найефективнішим способом передачі накопичених знань та життєвого досвіду прийдешнім поколінням у стислому, переважно образному форматі. Проте, окрім національно-культурної значущості, паремії реалізують прагматичний потенціал національної мови і є цілісним мовленнєвим актом, що має не лише внутрішньомовне спрямування, а й орієнтацію на дієву комунікацію, тобто має не лише граматичний, а й семіотичний і прагматичний виміри і навантаження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Паремійні одиниці часто виступали об'єктом дослідження, а їхня багатогранність і функціональна багатовекторність обумовлює різноманітність таких студіювань, зокрема в роботах О. Потєбні, Ф. Бацевича [1], В. Калько [2], Т. Космеди й Т. Осипової [3], М. Полюжину [4], С. Шепітько [5] та інших. Проте маємо зазначити, що увага українських дослідників зосереджена на різноманітному вивченні саме українських паремій, які становлять, за визначенням Т. Космеди і Т. Осипової, «комунікативний кодекс українців» [3], проте цікавим і доцільним є зіставні дослідження паремійних фондів, «комунікативних кодексів» двох націй, зокрема англійської та української в перекладознавчому і пов'язаному з ним прагматико-семіотичному аспектах.

Англійські паремії також мають свою історію студіювання, зокрема на сьогодні вийшли друком два перекладні англо-українські словники паремій, укладачами яких є Л. Вознюк [6] та О. Дубенко [7].

**Метою** наукової розвідки є дослідження семіотичного і прагматичного навантаження англійських паремій, вивчення стратегій перекладу англійських паремій українською мовою і визначення способів збереження при перекладі прагматично-семіотичного маркування як складової адекватного перекладу.

**Виклад основного матеріалу.** Англійська мова має багатий паремійний контент, у якому відображені світоглядні особливості західної цивілізації. Функціональні можливості паремій досить широкі, адже прислів'я й приказки є частиною не лише повсякденного, а й художнього мовлення (літератури), активно використовуються в засобах масової інформації. Однак переклад англомовних паремій на українську мову супроводжується цілою низкою труднощів, які, часом, важко прогнозувати у процесі преперекладацького аналізу і ще складніше подолати в процесі трансформації тексту оригіналу в текст перекладу. Вони пов'язані з лексичними, стилістичними та культурними відмінностями між двома мовами, обумовленими розбіжностями національного світосприйняття та інтерпретації фрагментів національної картини світу, концептосфери, особливостями національного менталітету, темпераменту і стереотипізації компонентів навколишньої реальності. Англійські паремії часто містять специфічні, національно марковані образи, фразеологічні вирази або культурні референції, які можуть бути незрозумілими українському реципієнту без адаптації або розгорнутих тлумачень. Тому успішний переклад вимагає не лише знання обох мов, але й глибокого розуміння обох культур, прогнозування прагматичного ефекту, на який

розрахована та чи інша паремія, і, за можливості, збереження такого ефекту при перекладі, найчастіше, шляхом прагматичної адаптації паремійного виразу.

Англійські паремії, зокрема прислів'я та приказки, є важливим та обов'язковим елементом мовної спадщини, що відображає культурні й соціальні особливості англійських націй. Паремії є не лише засобом вираження повсякденних сентенцій, але й носієм національно-культурних цінностей, національних стереотипів, результатом колективного філософського опанування світу, морально-етичних норм і правил національного етикету.

Однією з ключових характеристик англійських паремій, що вирізняє їх з-поміж елементів інших національних паремійних фондів, є їхня структурна різноманітність і багатомодельна синтаксична оформленість. За формальними показниками і характеристиками англійські паремії можемо поділити на одно- та двочастинні висловлювання, ритмічні й лаконічні формули. Односторонні паремії демонструють простоту вираженої думки та семантичну завершеність і цілісність: *A friend in need is a friend indeed / Друг пізнається в біді; A stitch in time saves nine / Один штибок, зроблений вчасно, вартий дев'яти* [8]. Вони виражають одну чітку ідею, яка зазвичай легко сприймається й не потребує додаткових тлумачень та інтерпретацій. Натомість двочастинні паремії структурно побудовані на антитезі або порівнянні, за компаративними моделями: *You can't have your cake and eat it too / Не можна мати і з'їсти торт одночасно* [8]. У таких паремійних виразах гра контрастів дозволяє глибше передати морально-етичний або філософський зміст сентенції. Ритмізовані паремії, як-от: *An apple a day keeps the doctor away / Одне яблуко на день – і лікар не потрібен* [8], використовують римовану, ритмізовану форму, що робить їх легко запам'ятовуваними, а отже, – часто вживаними у повсякденному мовленні.

У семантичному вимірі англійські паремії також є неоднорідними, а тому мають різну прагматичну спрямованість, тобто розраховані на різну реакцію адресатів. Значна частина з них є морально-етичними настановами, сентенціями, зокрема: *Honesty is the best policy / Чесність – найкраща політика / Крайче завжди говорити правду; Silence gives consent / Мовчання – знак згоди* [8], що закликають до етичної поведінки і виконують регуляторну функцію в суспільстві, тим самим ідентифікуючи порушення морально-етичних норм у межах британського культурного середовища. Інші спрямовані на надання практичних порад, наприклад, *Don't count your chickens before they hatch / Не рахуй курчат, поки вони не вилупилися* [8], попереджаючи про необхідність бути обережним у прийнятті рішень. Ще одна група – філософські паремії, такі як: *Time and tide wait for no man / Час і приплив не чекають ні на кого* [8], що нагадують про незворотність часу та життєвих процесів.

Образність є паремійною «універсалиєю», адже контент абсолютно всіх національних паремійних систем вирізняється образністю, що ґрунтується на метафоричному сприйнятті та інтерпретації повсякденних життєвих ситуацій, позбавленні їх буденності й тривіальності, наданні їм філософського змісту та глибини. Паремійна образність значно відрізняється від художньої образності літературних творів, адже ключовий образ паремійного виразу відбиває наївно-примітивне сприйняття дійсності, сакральньо-міфологізоване і синкретичне, тому

образ в основі паремії від початку є прозорим і мотиваційно зрозумілим у межах національної картини світу. Англійські паремії повністю відповідають такій характеристиці, оскільки в них використовують метафори для передачі глибинних ідей, що сформувалися у процесі когнітивної діяльності нації та накопичення колективного досвіду суспільства в історичній ретроспективі. Так, паремійний вислів, що вплинув на розвиток світового рок-н-ролу: *A rolling stone gathers no moss / Камінь, що котиться, мохом не обростає* [8] є, за своєю лінгвістичною сутністю, метафорою, що, за своєю прагматичною спрямованістю і функцією, є закликом до послідовних дій та усвідомлення цінності домашнього вогнища та родини на шляху до добробуту й досягненню успіху (друге значення – «людина, що не може осісти і пустити коріння, є безвідповідальною»). Такі паремії, як правило, потребують глибшого осмислення та інтерпретації, оскільки семантична структура не завжди є очевидною, мотивованою і потребує компонентного аналізу із залученням культурологічної інформації та культурних асоціацій. Саме тому послівний переклад паремії *A rolling stone gathers no moss* є неадекватним, адже для носіїв української мови перекладений вислів має незрозумілу образність через особливості географічного розташування України і не викликає жодних глибинно-рефлексійних асоціацій, тому позбавлений семіотичного і прагматичного маркування. З цієї причини адекватним і доцільним є переклад зазначеної англійської паремії за допомогою українського паремійного аналога – *Хто удома не живе, той й добра не наживе*.

З іншого боку, у паремійному британському контенті наявна, за нашими спостереженнями, група одиниць з чітко мотивованою, навіть літеральною семантикою, як-от: *Better late than never / Крайче пізно, ніж ніколи; Doing is better than saying / Більше діла – менше слів; Silly questions, silly answers / Дурні питання, дурні відповіді* [8], які прямо передають зміст, мають знижену метафоричність і не вимагають додаткових тлумачень. Відповідно, переклад українською мовою таких паремій не викликає труднощів і додаткових маніпуляцій, зазвичай адекватним є послівний переклад.

Важливо також зазначити, що увиразнювально-стилістичні особливості англійських паремій, зокрема рими, алітерації, асонанси, лексичні повтори, підвищують їх ефективність і зручність у повсякденному використанні. Так, вислови на кшталт: *Waste not, want not / Не витрачай – не бракуватиме; Don't trouble trouble until trouble troubles you / Не буди лиха, поки спить тихо* [8] – демонструють алітерацію, суміжну з епіфорою і повтором, що додає їм милозвучності, ритміки й імперативності, а отже, сприяє кращому запам'ятовуванню та збільшує прагматичний (дієво-рефлексійний) ефект. Зазначені увиразнювально-стилістичні прийоми роблять паремії ефективними засобами навчання і передачі накопиченого життєвого досвіду наступним поколінням, а отже, підсилюють прагматичну функцію і навантаження паремій.

Переклад паремій з англійської мови на українську вимагає не лише глибокого знання обох мов та культур, але й зваженого, свідомого підходу до вибору перекладацьких стратегій. Оскільки паремії є стислими й образно-метафоричними виразами, що втілюють життєвий досвід цілої нації чи народу і містять культурні та історичні референції, перекладач має самостійно вирішити, до яких способів і стратегій перекладу вдається, щоб адекватно передати їхню семантику, образність

і прагматичну спрямованість українською мовою, зберігаючи оригінальний зміст і водночас культурно адаптуючи його для українського адресата. У сучасному перекладознавстві представлено кілька підходів до перекладу паремій, кожен з яких має свої переваги та недоліки і може бути застосований перекладачем в умовах певного лінгвістичного і культурного контекстів.

Однією з базових і найпростіших стратегій є послівний переклад. Цей підхід зорієнтований на точну, дещо механічну, послідовну передачу лексичних компонентів оригінальної паремії. Так, паремійний вираз *A picture is worth a thousand words* потенційно може бути перекладений послівно – *Картина варта тисячі слів*; однак у цьому випадку при збереженні оригінальної англійської образності та метафоричності не відбувається адаптація до українського культурного контексту, відсутні розгорнуті пояснення, а тому для україномовного реципієнта семантика залишається затемненою, а образ – чужим, таким, що не викликає адекватних асоціацій. Саме тому повноцінним перекладом зазначеної англійської паремії є український паремійний аналог – *Краще раз побачить, як тричі почути*. Послівний переклад може бути ефективним лише в тому випадку, якщо обидві культури мають схожі образи або символи, що «працюють», тобто є релевантними, в обох культурних контекстах – англійському та українському; проте часто такий переклад не передає глибинного прагматично-семіотичного значення, унаслідок чого може здатися незграбним і грубим, неприродним для української мови: *All's fair in love and war / Все справедливо в любові і війні; All good things come to an end / Все хороше колись закінчується; Actions speak louder than words / Не поспішай язиком – поспішай ділом* [8] тощо.

В арсеналі перекладачів наявна стратегія перекладу паремій за допомогою паремійного (фразеологізованого) еквівалента. Така стратегія реалізується в пошуку перекладачем схожого за семантикою паремійного вислову в українській мові, що ретранслює ту саму ідею або морально-етичну настанову, яка закладена в англійському варіанті. Так, подана вище англійська паремія *Actions speak louder than words* разом з послівним перекладом може перекладатися за допомогою паремійного українського еквівалента *Не словом, а ділом*, що зберігає семантику і семіотично-прагматичне навантаження оригіналу, але адаптує його до українських культурних реалій і стереотипів. Стратегія використання паремійних еквівалентів є одним із найефективніших способів перекладу паремійного контенту, адже спрямована на збереження не лише семантичного наповнення паремійного виразу, а й стилістичних особливостей, семіотично-прагматичного і культурного маркування, що дає можливість реципієнту сприйняти переклад як природний і зрозумілий на всіх рівнях паремійної функціонально-структурної ієрархії.

Відносно новою в перекладацькій практиці є стратегія адаптивного перекладу паремійних виразів, що полягає у свідомому трансформуванні оригінальної паремії з метою «занурення» її в інший культурний контекст задля набуття цієї мовною одиницею звучання і семантичного наповнення, що відповідали б національно-культурним стереотипам і ментальності реципієнта перекладу. Така перекладацька стратегія застосовується у тому випадку, коли в мові перекладу відсутній прямий еквівалент, а послівний переклад є неадекватним.

Зокрема, для англійської паремії *Curiosity killed the cat* [9] адекватним варіантом буде адаптований переклад за допомогою українських аналогів «*Цікавій Варварі ніс відірвали*» і «*Багато будеш знати – скоро постарієш*» [9], що так само як оригінальний вираз передають ідею небезпеки надмірної цікавості. У цьому випадку збережено оригінальну семантику, проте вона реалізується через більш знайомі і традиційні для української культури образи. Стратегію адаптивного перекладу рекомендовано застосовувати і при передачі українською мовою таких англійських паремій: *Every cloud has a silver lining. – Немає лиха без добра; Ignorance is bliss. – Менше знаєш – краще спиши; Let's cross that bridge when we come to it. – Не забігай поперед батька в некло* [9] тощо. За умови можливості використання для перекладу стратегії адаптації збільшується рівень варіативності перекладу, що реалізується в множинності кількох релевантних для української культури образів, що виступають повноцінними аналогами образної структури англійської паремійної одиниці: *Don't count your chickens before they hatch. – Не кажи гон, поки не перескочиш. / Не хвали дня до вечора. / Не скуби гуску, поки не зловиш; Let sleeping dogs lie. – Не буди лиха, поки лихо спить. / Не викликай вовка з лісу* [9].

Оскільки реальні умови, у яких відбувається переклад, ускладнені необхідністю передачі семіотичного і прагматичного навантаження паремій засобами мови перекладу, ступінь адаптації паремійного виразу до культурного контексту і ментальних особливостей носіїв мови перекладу може варіюватися, бути різним. Тому, окрім повного адаптивного перекладу, доцільною при перекладі англійських паремій може бути стратегія часткової адаптації, що реалізується в збереженні частини оригінальної паремії та додаванні нового елемента чи елементів: *Rome wasn't built in a day. – Київ не відразу будувався* (часткова адаптація) / *Враз нічого не робиться* (повна адаптація); функціональна характеристика: вживається, щоб підкреслити, що не можна очікувати виконання важливих справ за короткий проміжок часу. Застосування зазначеної стратегії обумовлює збереження структури англійського паремійного висловлювання, що супроводжується заміною ключового образу на інший, який відповідає українським ментальним і мовним особливостям і має в межах української національної культури більший прагматичний потенціал і більш рельєфне семіотичне маркування (*Rome* → *Kyiv*).

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Отже, англійський паремійний контент являє собою складну систему семантико-структурних одиниць, які відображають як лігвальні, так й екстралінгвальні характеристики, зокрема національні культурні особливості, семіотичну маркованість і мають прагматичний ефект – морально-етичне регулювання стосунків між членами суспільства на різних щаблях соціальної ієрархії. Проте через свою національну специфічність, семіотичну маркованість у межах англійської культури і прагматичний потенціал, закладений у них, англійські паремії провокують труднощі при перекладі українською мовою, що часом є складним, трудомістким і багатограним завданням, яке вимагає від перекладача не лише знання двох мов, а й культурної та історичної обізнаності та ерудиції. Основна складність полягає в тому, що паремії часто мають глибоко закорінені культурні референції; саме тому при їхньому перекладі рекомендовано застосовувати різні стратегії, зокрема

найдієвішими і найуживанішими є стратегії послівного перекладу, перекладу за допомогою паремійного (фразеологізованого) еквівалента та стратегія адаптації. Проте вибір стратегії перекладу паремійних одиниць залежить від контексту, мети міжмовної комунікації та культурної дистанції між мовами. Стратегія послівного перекладу буде доцільною для близьких культур, тоді як стратегії паремійного еквівалента або адаптації краще спрацьовують для культурно віддалених мовних спільнот.

#### Література:

1. Бацевич Ф. С. Нариси з комунікативної лінгвістики: Монографія. Львів: Видавництво Львівського університету ім. І. Франка, 2003. 281 с.
2. Калько В. Українські паремії як мовленнєві акти. *Studia Ukrainica Poznaniensia*. Poznań: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, 2020. Vol. VIII/2. PP. 33–44.
3. Космеда Т. А., Осипова Т. Ф. Комунікативний кодекс українців у пареміях : тлумач. словник нового типу. Дрогобич: Коло, 2010. 270 с. URL: <https://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/9661>
4. Полюжин М.М. Напрями та одиниці прагматичного аналізу мовленнєвої комунікації. *Проблеми романо-германської філології*. Ужгород: Патент, 2003. С. 6–20.
5. Шепітько С.В. Фонд прислів'їв як об'єкт вивчення сучасних парадигм лінгвістики. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2015 № 19 том 2. С. 114–116. URL: [https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1525/1/fond\\_pryslivjiv.pdf](https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1525/1/fond_pryslivjiv.pdf)
6. Вознюк Л. Англо-американські прислів'я та приказки (English-American Proverbs and Sayings). Тернопіль: Підручники і посібники, 2008. 224 с.
7. Дубенко О.Ю. Англо-американські прислів'я та приказки. Вінниця: Нова книга, 2004. 416 с.
8. Kyiv Dictionary: Електронний словник. URL: <https://www.kyivdictionary.com/uk>
9. Сімдесят англійських прислів'їв, які варто знати. URL: <https://dreamer.kiev.ua/70-angliiskyh-prisliviv/>

#### Goli-Oglu T. English paroemial content in translation and pragmatic dimensions

**Summary.** The article specifies the concepts of «paroemia», «paroemic content», analyzes the structural and semantic types of paroemia, examines the features of English and Ukrainian paroemic expressions in a comparable aspect. The result of the comparable analysis is the definition of common and distinctive features of the paroemic content of the English and Ukrainian languages. It is established that proverbs and sayings of the English and Ukrainian languages can be similar in lexical composition, communicative meaning and stylistic coloring, but a significant part of them has its own characteristics at different levels of their functional implementation, due to the peculiarities of the national worldview and the originality of the national pictures of the world of the English and Ukrainians.

In the scientific study, considerable attention is paid to a detailed analysis of the strategies for translating paroemic expressions from English into Ukrainian. The most frequent and effective for English and Ukrainian languages the literal translation strategy, translation using a phraseological equivalent, and the adaptive translation strategy are defined. The study concludes that the choice of translation strategy in real conditions of cross-cultural communication is determined by the linguistic and cultural context, the purpose of translation, and the level of cultural proximity between the languages involved in the translation process. Intralinguistic and extralinguistic factors that influence the adequacy of the translation of paroemic expressions are analysed; cultural and pragmatic-semiotic factors are identified as the most active. Emphasis is placed on the fact that for a successful translation of paroemic expressions, the translator must find a balance between preserving content, style, and cultural specificity, using various strategies - from searching for equivalents to adaptation and tracing.

**Key words:** paroemia, pragmatic load, cultural marking, semiotic marking, translation strategy, equivalence, adequate translation.

Гордій О. М.,

кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри філології та перекладу

Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Сокол Г. Р.,

кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри філології та перекладу

Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

## ФАЛЬШИВІ ДРУЗИ ПЕРЕКЛАДАЧА: ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖМОВНОЇ ОМОНІМІЇ У МОВНІЙ ПАРІ «НІМЕЦЬКА-АНГЛІЙСЬКА»

**Анотація.** У статті досліджується явище міжмовної омонімії, зване як «фальшиві друзі перекладача», на прикладі німецької та англійської мов. «Фальшиві друзі» – це слова чи вирази, які мають подібну форму (орфографію та звучання) в різних мовах, але відрізняються значенням, що часто стає причиною комунікативних непорозумінь і помилок у перекладі. Вперше цей термін уведено у лінгвістику французькими дослідниками Максимом Кесслером і Жюлем Дерокіні, після чого він активно використовується в лексикографії та перекладацькій практиці.

Підкреслено актуальність цього феномену для навчання перекладу в умовах багатомовного середовища, де взаємодія іноземних мов може спричинити лексичну та граматичну інтерференцію. У відповідності до мети статті, досліджено основні групи «фальшивих друзів», які часто зустрічаються в перекладах у мовній парі німецька/англійська, включаючи фонетичні, орфографічні, морфологічні, лексичні та фразеологічні одиниці. Встановлено, що у фразеологічних виразах схожа образна основа може спричинити міжмовну омонімію та негативну інтерференцію (наприклад, англ. *lead by the nose* – «повністю підпорядкувати» та нім. *an der Nase herumführen* – «говорити неправду, щоб отримати вигоду»). Розглянуто також явище міжмовної енантіосемії, псевдоангліцизми та типові помилки при перекладі композитів.

На основі корпусних даних порталу Linguee, що дозволяє знаходити контекстуальне вживання лексичних одиниць у перекладених текстах, продемонстровано приклади невдалих перекладацьких рішень і здійснено їх аналіз.

Дослідження має практичну цінність для лінгвістів-лексикологів, викладачів і студентів-перекладачів, оскільки правильне розпізнавання та інтерпретація «фальшивих друзів» сприяє уникненню помилок і забезпечує адекватність відтворення змісту в перекладі.

**Ключові слова:** міжмовна омонімія, фальшиві друзі перекладача, переклад, міжмовна інтерференція, енантіосемія, псевдоангліцизми.

### Постановка проблеми та актуальність дослідження.

Вираз «фальшиві друзі (перекладача)» є калькою з французької мови терміну «*faux amis (du traducteur)*», що був введений Максимом Кесслером і Жюлем Дерокіні майже сто років тому та використовувався авторами для порівняння лексики англійської та французької мов [1]. Вивчення цього мовного явища

залишається релевантним і сьогодні як для лексикографічних проєктів, так і для порівняльних чи типологічних лінгвістичних досліджень та студій із перекладацької дидактики. Фальшиві друзі перекладача виявляються джерелом помилок та непорозумінь не лише в ситуаціях міжособистісної комунікації (наприклад, відомий жарт описує комунікативну невдачу німецькомовного туриста в ресторані в Англії: “When will I become a Schnitzel?”; див. також [2]). Ця проблематика залишається актуальною також для перекладацької практики – як для досвідчених перекладачів, так і у підготовці студентів-перекладачів та навіть під час редагування машинного перекладу [3, с. 607; 4].

Незважаючи на метафоричність терміну, він був перекладений багатьма мовами й утвердився в лінгвістичній науці, наприклад, англ. *false friends (of a translator)*; нім. *falsche Freunde (des Übersetzers)*; польськ. *falszywi przyjaciele (tłumacza)*; ісп. *falsos amigos*; італ. *falsi amici*. Залежно від ракурсу досліджень, автори використовують також такі терміни як *міжмовні омоніми*, *тавтономіми*, *міжмовні аналогізми (interlinguale Analogismen [5])*, *псевдоеквіваленти*, *псевдоінтернаціоналізми*, *лексичні псевдоідентичності*, *словникові пастки* та ін.

У цій роботі ми дотримуємося визначення, запропонованого С. Кійко для лексикографічного проєкту українсько-німецьких та німецько-українських фальшивих друзів перекладача. Авторка розглядає їх як слова, які зустрічаються у двох або більше мовах, виявляють формальну подібність, мають зазвичай спільне походження чи запозичення з третьої мови та є значним джерелом інтерференції на фонетичному, морфологічному, граматичному чи семантичному рівні [6].

**Аналіз останніх досліджень.** Явище міжмовної омонімії (фальшивих друзів перекладача) досліджувалось щодо різних пар мов, зокрема: німецька/українська [7]; іспанська/німецька [8]; німецька/польська [2]. Також було укладено низку словників (див. [9]; [10]; [6]) й розглядалися дидактичні аспекти [11; 12].

Слід зазначити, що більшість студій спрямовані на виявлення, опис та лексикографічну фіксацію одиниць у парі рідна/іноземна мови. Однак досвід показує, що негативна міжмовна інтерференція також має місце під час вивчення студентами-перекладачами двох чи більше іноземних мов, особливо,

якщо вони належать до однієї мовної групи. З психолінгвістичної точки зору, більшість помилок можна пояснити впливом доміантної іноземної мови. У випадку полісемічних слів, учні часто припускають однакові значення слова-еквівалента у іншій мові та не завжди можуть уникнути потенційних пас-ток міжмовної омонімії. Тому **метою** статті є розгляд цього лінгвістичного феномену у мовній парі німецька/англійська. Наші завдання охоплюють аналіз існуючих класифікацій, лексикографічного матеріалу (див. [10; 13]), виявлення найтипіві-ших груп фальшивих друзів перекладача у цій парі мов, а також пошук у мовному корпусі й наступний аналіз поширених перекладацьких невдач, спричинених міжмовною омонімією. (Пошук проводився на порталі Linguae, який, крім словників, завдяки пошуковій системі надає доступ до великої кількості перекладених двома мовами текстів).

**Виклад основного матеріалу.** Об'єкт нашого дослідження – фальшиві друзі перекладача – можна вивчати як в рамках широкого підходу, основу якого складають диференційовані класифікації, так і в межах вузького підходу, зосереджувачись на власне лексичних повних чи часткових міжмовних омонімах. Польська дослідниця Анетта Крошевські подає розгалужену класифікацію фальшивих друзів перекладача [14]. Серед орфографічних «фальшивих друзів» можна виділити як одиниці, що підпорядковуються певним закономірностям (пор. англ./нім. *grotesque/grotesk; burlesque/burlesk; technique/Technik; antique/antik*), так й слова зі схожим звучанням, але відмінним правописом, щодо яких складно визначити якусь закономірність (пор. англ./нім. *parliament/Parlament; committee/Komitee*). Зазначимо, що залежно від використаного підходу, ці лексеми можуть розглядатися і як «справжні друзі», адже вони мають однакове значення в обох мовах. До фонологічних «фальшивих друзів» дослідниця зараховує одиниці, щодо яких інтерференція може поширюватися на вимову на основі їх орфографічної тотожності чи схожості, пор. англ./нім. *register/Register* [14, с. 78].

Одним із критеріїв зарахування до морфологічних «фальшивих друзів» може бути категорія злічуваності/незлічуваності і, відповідно, відмінності у вживанні форм однини/множини іменників, пор. німецьке слово *Information* із формою множини *Informationen* та англійське незлічуване *information* [14, с. 82]. Іншу групу утворюють одиниці, що належать до різних частин мови, проте їхня формальна подібність може стати причиною помилок, пор. англ./нім. **romantic** (нім. *romantisch*)/**Romantik** (англ. *romanticism*) та інші англійські слова із суфіксом **-ic**.

Ризик плутанини існує й щодо міжмовного перенесення префіксів, зокрема німецьке *deplatziert* (укр. *недоречний, невідповідний, зайвий*) відповідає не англ. *displaced* (укр. *переміщений, депортований*), а *misplaced*. Іншим прикладом є англ. *overhear* (укр. *підслухати*) /нім. *überhören* (укр. *прослухати, недочути*). Оскільки мова йде вже не виключно про формальні відмінності, а про наявність інтерлінгвальних гетерогенних референтів [14, с. 85], ці приклади можна розглядати як міжмовні омоніми у вузькому розумінні.

Окрему групу фальшивих друзів перекладача утворюють ідіоми. Фразеологічні «фальшиві друзі» визначаються як «два чи більше висловлювання, які пробуджують практично ідентичні чи дуже схожі уявні образи, але виявляють суттєві розбіжності в актуальному значенні» [15, с. 109]. Такі одиниці часто мають спільне джерело походження. Це може бути вираз

із однієї з стародавніх мов або Біблії, давнє повір'я чи звичай. Наприклад, у багатьох мовах є ідіоми, схожі на англ. *lead by the nose* та нім. *an der Nase herumführen*. Цей вираз зустрічався ще у давньогрецьких письменників – метафора, пов'язана зі способом керувати тваринами за допомогою кільця, одягненого в ніздрі. Однак цей образ по-різному концептуалізується у англійській та німецькій лінгвокультурах. Англійська ідіома *lead by the nose* означає *повністю підпорядкувати собі*, а німецька *an der Nase herumführen* – *говорити комусь щось неправдиве, щоб мати з цього вигоду*. Тобто, в англійській мові акцентується ознака «контроль/підпорядкування чийсь волі», а в німецькій – «обман / хитрість».

У рамках широкого підходу можна виокремити також граматичні «фальшиві друзі», адже формально одна і та ж граматична форма в різних мовах може виконувати абсолютно різні функції (пор. часові форми *das Perfekt/the Present Perfekt* та ін.).

Варто зрозуміти, що фальшиві друзі між двома різними мовами існують не об'єктивно, а лише потенційно. Насправді перед нами лише слова, які звучать і/або пишуться подібно або однаково (й здебільшого мають спільне походження). Чи вважати певні лексичні або фразеологічні одиниці фальшивими друзями, залежить від рівня мови учня/перекладача й їхнього знання фразеології іноземної мови. У цьому контексті Анетта Крошевські наголошує, що сприйняття значень учнем є індивідуальним, адже воно залежить від відповідного конструкта знань індивіда [14, с. 51]. Сумнівно, що учень принаймні із середнім рівнем володіння мовою сплутає такі на перший погляд схожі слова, як англ. *turn* і нім. *turnen* (пор. також англ. *small* /нім. *schmal*; англ. *wand* /нім. *Wand*). Звісно, в арсеналі обох мов є велика кількість складніших випадків потенційних фальшивих друзів. Часто автори називають одиниці, які можна зарахувати до однієї з тематичних груп (їжа, одяг, назви професій тощо). Порівняймо нім. **der Chef** (*керівник, шеф*) та англ. **chef** (*шеф-кухар*); нім. **der Unternehmer** (*підприємець*) і брит. англ. **undertaker** (*власник похоронного бюро*). Дослідники виділяють міжмовні омоніми й серед термінології [16]. Зокрема, **die Parole** в німецькій мові має значення *гасло* чи *пароль*, а в англійській **parole** є юридичним терміном і означає *умовно-дострокове звільнення*. Порівняймо також нім. **die Montage** (*монтаж, установка*) і англ. **montage**, значення якого обмежується монтажем фільмів /відео.

Основною причиною існування міжмовної омонімії є мовні запозичення. Запозичені слова намагаються зберегти свою первісну форму; однак, як будь-який мовний знак, іноземне слово водночас пристосовується до вимог нової мовної системи. Тому запозичене слово неминуче зазнає багатьох змін. Крім фонологічних і морфологічних змін, ці модифікації можуть включати семантичні, такі як спеціалізація, узагальнення чи набуття нових конотацій. Якщо ми, наприклад, розглянемо англійський прикметник латинського походження **sensible**, то побачимо, що англійська мова зберегла початкове значення *мудрий*, тоді як в німецькій мові **sensibel** змінило значення на *чутливий*.

Внаслідок описаних семантичних змін, крім абсолютних «фальшивих друзів», можна виділити чисельні часткові міжмовні омоніми: коли в одній з мов слово має більше значень, ніж в іншій, або коли не усі значення орфографічно/ фонологічно тотожних чи схожих полісемних слів співпадають в обох мовах. Порівняймо **das Protokoll** в німецькій і **protocol** в англійській – ці слова перетинаються у значеннях (*дипломатичний*) *прото-*



кол – перелік правил щодо дипломатичних процедур; (клінічний) протокол – набір правил і процедур лікування певної хвороби чи проведення медичного експерименту; (комп'ютерний) протокол – набір команд для передачі даних в комп'ютерній мережі. Проте в англійській мові відсутнє для носіїв української мови звичне значення протоколу як фіксації ходу і результатів зборів, засідань, допиту в поліції тощо, яке притаманне **das Protokoll** (в англ. мові йому відповідає **minutes**).

Цікавим випадком фальшивих друзів є псевдоангліцизми – слова, які за всіма ознаками схожі на запозичені з англійської мови, проте насправді ці лексичні одиниці в англійській мові відсутні (пор. нім. *Showmaster* – англ. *master of ceremonies*; брит. англ. *compire*; нім. *Dressman* – англ. *male model*) або мають зовсім інше значення (пор. нім. *Smoking* – англ. *dinner-jacket* і англ. *smoking* – нім. *Rauchen*; нім. *Beamer* – англ. *video projector* і англ. *beamer* – нім. розм. *BMW* [Auto]).

Також варто виокремити явище міжмовної енантіосемії – випадки, коли помилково вжите слово матиме цілком протилежне значення у іншій мові при формальній схожості чи тотожності. С. Кійко описала приклади цього лінгвістичного феномену у парі мов німецька/українська [17]. Щодо англійської та німецької мов можна назвати таких «фальшивих друзів»: англ. **criminal** (імен. *злочинець*; прикм. *злочинний, кримінальний*) та нім. **Kriminaler** (*криміналіст*); англ. **quell** (*придушувати, гамувати*) та нім. **quellen** (*витікати, брати початок*). Німецьке **skrupellos** відповідає не англійському **scrupulous** (*порядний, бездоганний*), а близьке за значенням до його антоніма (**unscrupulous** – *безпринципний, непорядний*).

Джерелом міжмовної омонімії слугують також композити – два (чи більше) еквівалентних слова, об'єднані в одне складне слово, не завжди дають в обох мовах інтуїтивно очікуваний еквівалентний результат й нерідко призводять до помилок навіть досвідчених перекладачів. Порівняймо нім. **Hausmann** (*чоловік-домогосподарка*) і англ. **houseman** (*слуга, прибиральник; викидайло; адміністратор грального дому; брит. англ. інтерн*). Еквівалентом німецького композита **Arbeitszimmer** (кабінет [кімната в квартирі чи будинку]) є англ. **study**, а не **workroom** (*майстерня*).

Пошук та аналіз текстового матеріалу на порталі Linguee виявив низку випадків помилкового вжитку перекладачем «фальшивих друзів». Так, на сайті відомого німецького експерта із захисту даних Ansgar Alfred Huth документ про правові регулювання представлений німецькою та англійською мовами. Порівняймо переклад наступного речення: *Auf internationaler Ebene sind vor allem die verschärften Anforderungen durch Basel II und Sarbanes-Oxley-Gesetz für US börsennotierte Unternehmen und deren ausländische Tochtergesellschaften zu beachten. – At international level there should be respected mainly the aggravated requests by Basel II and Sarbanes-Oxley-Law for US societies noted at the stock exchange and their outlandish subsidiaries* (spionage.info). Німецький прикметник *ausländisch* (укр. *закордонний, іноземний*) стосується закордонних дочірніх компаній певної категорії підприємств, тому використаний англійський варіант *outlandish* (укр. *дивний; безлюдний, глухий; арх. чужоземний*) недоречний у цьому контексті. У «пастку» потрапив й перекладач на сайті німецької мережі тату-салонів Tiger Tattoo Studio. У німецькомовному варіанті замітки, в якій критикують біо-тату, вжито прикметник *deplatziert* (пор. вище): [...] *verschwommene Außenlinien mit total deplatzierten*

*Schattierungsversuchen*. У англійському перекладі доречним відповідником є *misplaced*, проте у тексті бачимо «фальшивого друга»: [...] *these blurry lines and totally displaced shadowing* (tigertattoostudio.com).

Наступний випадок є прикладом міжмовної енантіосемії. На сторінці німецького мануального терапевта Р. Пікара (доступні також англо-, іспано- та франкомовна версії) можна прочитати відгук матері дитини із синдромом дефіциту уваги, де розповідається про позитивні зміни у поведінці сина: *Sein sozialer Umgang mit anderen Kindern habe sich verbessert, er sei selbstbewußter gegenüber Gleichaltrigen („vier beste Freunde“) und habe auch die soziale Ängstlichkeit gegenüber Erwachsenen vollkommen abgelegt, [...] (пор. selbstbewußt – укр. *впевнений у собі, самовпевнений*)*. Англійський варіант перекладу цього відгуку є прикладом перекладацької помилки, адже утворений за аналогією німецького композита *selbst+bewußt* англійський прикметник *self-conscious* має протилежне значення (пор. *self-conscious* – укр. *сором'язливий, боязкий, непевнений*): *His social contacts with other children have improved, in facing his peers he became more self-conscious (“four best friends”) and his timidity towards adults had disappeared completely* (kopfgelenktherapie.de).

Джерелом чисельних перекладацьких помилок є також німецький композит **Mondschein** (англ. **moonlight**). У англійських версіях веб-сторінок часто зустрічаємо варіант **moonshine**, що спотворює зміст висловлювання, адже цей композит має значення *фантазія, пусті балачки; амер. самогон, контрабандний спирт; військ. створення радіолокаційних перешкод*. У значенні *місячне сяйво moonshine* вживається рідко (у поетичних творах). Порівняймо німецький і англійський тексти на сайті німецької компанії Sera, що спеціалізується на продукції для акваристики і тераріумів: [...] *wenn die Leuchtintensität der LEDs nicht zu hoch ist, sollte es keine Probleme geben – in der Natur müssen die Tiere ja auch mit Mondschein leben!* [...] і [...] *there should be no problems, provided the light intensity of the LEDs is not too high – in nature, the animals have to live with moonshine as well!* [...] (sera.de).

**Висновки.** Міжмовна омонімія є важливим аспектом перекладацької практики, що часто стає причиною комунікативних помилок та хибного розуміння, особливо у мовних парах із високим рівнем лексичної подібності. Незважаючи на спільне походження чи структурні схожості, такі лексичні одиниці можуть мати зовсім різні значення, що ускладнює переклад та вимагає особливої уважності перекладачів.

Дослідження лексичних, фонологічних, морфологічних та ідіоматичних «фальшивих друзів» підтверджує, що міжмовні омоніми мають не тільки лінгвістичне, але й культурне забарвлення, відображаючи особливості мовного мислення носіїв відповідних мов. Складність розрізнення «фальшивих друзів» посилюється наявністю псевдоангліцизмів, енантіосемії та міжмовних композитів, що вимагає ґрунтовного знання як мови-джерела, так і мови-перекладу.

У перекладацькій підготовці важливо розвивати у студентів навички розпізнавання потенційних «фальшивих друзів» та розуміння їх контекстуального значення. Проаналізовані приклади вказують на доцільність проведення порівняльних досліджень, спрямованих на створення розгалужених класифікацій цього явища, що сприятиме більш ефективному вирішенню проблем негативної міжмовної інтерференції та підвищенню якості перекладів.

*Література:*

1. Koessler M., Derocquigny J. Les faux amis ou Les trahisons du vocabulaire anglais: Conseils aux traducteurs. Paris: Vuibert, 1928.
2. Kubacki A. D. WHEN WILL I BECOME A SCHNITZEL? – I HOPE NEVER. Echte und falsche Freunde des Übersetzers in der Translationsdidaktik. *Comparative Legilinguistics*, Vol. 29, 2017. S. 85–103.
3. Koller W. Probleme der Übersetzung von Phrasemen. *Phraseologie: Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung* / Burger H., Dobrovolskij D., Kühn P., Norrick N. R. (Hrsg.). Berlin: Mouton de Gruyter, 2007. S. 788–818.
4. Laskowski M. Ohne Falsch über falsche Freunde in der deutschen und polnischen Phraseologie. *Deutsche Grammatik im europäischen Dialog: Beiträge zum Kongress Krakau 2006* / Fries N. (Hrsg.), Krakau, 2007. S. 1–8.
5. Kuczyński E. Ein Diskurs zu geschichtlichen, terminologischen und definitonischen Fragen der „falschen Freunde des Übersetzers“. *Orbis Linguarum* 24, 2003. S. 255–280.
6. Kiyko S. Zum Projekt des Wörterbuches der ukrainisch-deutschen und deutsch-ukrainischen falschen Freunde des Übersetzers. *Linguistik im Schloss I: Linguistischer Workshop, (Wartin, 1.-3. Juni 2005)* / Hrsg. von N. Fries und S. Kiyko. Berlin: Universitätsverlag der HU, 2005. S. 79–99.
7. Кійко С. В. Німецько-українська міжмовна омонімія: [монографія]. Чернівці: Вид. дім «Родовід», 2014. 434 с.
8. Wotjak G. Kongruenzen und Divergenzen im spanischen und deutschen Wortschatz. *Beiträge zur Romanischen Philologie*, 23/1, 1984. S. 109–152.
9. Кіцила Л. Словники міжмовних омонімів: історія виникнення та перспективи розвитку. *Проблеми слов'янознавства*, 1999. Вип. 50. С. 231–237.
10. Barnickel K.-D. Falsche Freunde. Ein vergleichendes Wörterbuch deutsch-englisch. Heidelberg: Julius Groos, 1992. 216 S.
11. Ionescu A. Didaktik der falschen Freunde – praktische Ansätze für die Übersetzer und Dolmetscherguppen im Universitätsbereich. *Professional Kommunikation and Translations Studies* 4 (1–2), 2011. S. 131–144.
12. Kiyko S. Faux amis als Interferenzquelle im DaF-Unterricht. *Festschrift für Ulrich Steinmüller zum 75. Geburtstag* / Hrsg. von N. Hartung und K. Zimmermann. Berlin: Universitätsverlag der TU, 2017. S. 151–172.
13. Dretzke B., Nester M. False Friends: A Short Dictionary. Ditzingen: Reclam, 2021. 152 S.
14. Kroschewski A. False friends and true friends. Ein Beitrag zur Klassifizierung des Phänomens der intersprachlich-heterogenen Referenz und zu deren fremdsprachendidaktischen Implikationen. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2000. 598 S.
15. Dobrovolskij D., Piirainen E. Figurative language: cross-cultural and cross-linguistic perspectives. Amsterdam; Oxford: Elsevier, 2005. 419 p.
16. Шаблій О. А. Міжмовна термінологічна омонімія як проблема термінографії і перекладу: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. філол. наук: 10.02.16. К., 2002. 19 с.
17. Кійко С. В. Німецько-українська міжмовна енантіосемія. *Наукові записки. Серія: Філологічна*. Острог: Вид-во нац. ун-ту «Острозька академія», 2008. Вип. 9. С. 169–177.

*Джерела ілюстративного матеріалу*

1. Spionage.info. URL: відкрити (дата звернення: 02.11.2024).
2. Tigertattooostudio.com. URL\_1 (DE): відкрити; URL\_2 (ENG): відкрити (дата звернення: 02.11.2024).
3. Kopfgelenktherapie.de. URL: відкрити (дата звернення: 02.11.2024).
4. Sera.de. URL\_1 (DE): відкрити; URL\_2 (ENG): відкрити (дата звернення: 02.11.2024).

**Hordii O., Sokol H. False Friends of the Translator: A Study of Interlingual Homonymy in the German-English Language Pair**

**Summary.** The article examines the phenomenon of interlingual homonymy, known as “false friends”, using the example of German and English. “False friends” are words or expressions that share similar forms (spelling and pronunciation) in different languages but differ in meaning, often leading to communicative misunderstandings and translation errors. This term was first introduced into linguistics by French researchers Maxime Koessler and Jules Derocquigny, and has since been actively applied in lexicographic projects and translation practice.

The relevance of this phenomenon for translation training is highlighted, especially in multilingual environments where interactions between foreign languages can lead to lexical and grammatical interference. In line with the article’s purpose, the main groups of “false friends” frequently encountered in German-English translations are analyzed, including phonetic, orthographic, morphological, lexical, and phraseological units. It is found that, in phraseological expressions, a similar figurative basis can cause interlingual homonymy and negative interference (e.g., the English *lead by the nose* – “to completely control” and the German *an der Nase herumführen* – “to deceive someone for personal gain”). The article also addresses the phenomenon of interlingual enantiosemy, pseudo-anglicisms, and typical errors in translating compounds.

Based on corpus data from the Linguee portal, which provides contextual usage of lexical units in translated texts, examples of inaccurate translation solutions are demonstrated and analyzed.

The study has practical value for lexicologists, educators, and translation students, as accurate recognition and interpretation of “false friends” help avoid translation errors and ensure content adequacy.

**Key words:** interlingual homonymy, false friends, translation, interlingual interference, enantiosemy, pseudo-anglicisms.

*Кузнецова І. В.,**доцент кафедри «Іноземна мова та переклад»**Національного університету «Запорізька політехніка»*

## МОВА АНГЛОМОВНОЇ НАУКОВОЇ АНОТАЦІЇ

**Анотація.** Стаття присвячена мові англomовній науковій анотації, структура та мовні особливості якої мають суттєве значення у сучасній науці. Розглядаються типові лексико-граматичні конструкції англomовних анотацій, зокрема, синтаксичні конструкції, які часто використовуються у цьому жанрі. Підкреслюється, що анотація має відповідати всім вимогам наукового стилю, включаючи ясність, точність і нейтральність мови. Описано та проілюстровано прикладами синтаксичні конструкції, які доречно використовувати на різних етапах написання анотації до наукової роботи. Визначено основні вимоги до написання анотації, а також лексичні та граматичні особливості, які слід враховувати при створенні змістової частини. З'ясовано, що хронологія викладу матеріалу в анотації відтворює структуру самого наукового дослідження. Важливим є також уникнення помилкових псевдоінтернаціоналізмів та надмірних фраз, що ускладнюють сприйняття тексту.

Стаття також акцентує увагу на значенні пасивних конструкцій, які сприяють деперсоналізації дискурсу, та на необхідності дотримання логічної послідовності при викладі матеріалу. Це дозволяє читачу легко орієнтуватися у змісті анотації та прийняти рішення щодо ознайомлення з повним текстом наукової роботи. Проаналізовано практичні способи передачі фактичного матеріалу та суб'єктивних суджень, що базуються на емоційно-нейтральній лексиці, при цьому виявлено наявність як негативних, так і позитивних конотацій. Розглянуто граматичні часи англійської мови, які найчастіше використовуються для написання анотацій, та обґрунтовано доцільність їх використання відповідно до мети, яку переслідує автор. Подано перелік універсальних синтаксичних конструкцій, які доречно використовувати для початку нової думки. Особливо висвітлено питання адекватності перекладу та важливості передачі смислового навантаження, вкладеного автором у роботу. Таким чином, дотримання правил академічного письма та знання лексичних особливостей англійської мови є ключем до успішного створення анотацій, що сприятиме підвищенню якості українських наукових публікацій на міжнародному рівні.

На основі зазначеного сформульовано висновки та окреслено перспективи подальших наукових досліджень.

**Ключові слова:** анотація, академічне письмо, структура, мовні особливості, переклад.

**Постановка проблеми.** Написання англomовних анотацій до наукових статей залишається актуальною та водночас складною задачею для українських науковців. Лаконичні та аналітичні висловлювання вимагають ретельного дотримання синтаксично-стилістичної структури, що створює певні труднощі при перекладі на англійську мову. Як показує практика, що без базових знань граматики англійської мови, не кажучи вже про тонкощі академічного стилю, важко правильно сформулювати та інтерпретувати мовні елементи.

У сучасних умовах інтеграції української наукової спільноти у світовий науковий простір значення англomовної анотації набуває особливої прагматичної важливості. Анотація стає інструментом, за допомогою якого читач вирішує, чи варто детальніше ознайомлюватися з усім текстом статті. Вона також дає можливість іноземним фахівцям отримати уявлення про дослідження, які можуть бути релевантними для їхньої галузі. Тому анотація повинна містити чітке формулювання мети дослідження, основних результатів та індукційних висновків.

Дослідження в галузі наукової анотації показують, що ефективний пошук інформації за ключовими словами і анотаціями можливий лише за умови, якщо «тези надійно зашифрують ключові слова». У навчальний процес активно впроваджується дисципліна «Академічне письмо», що має на меті допомогти студентам та молодим науковцям опанувати навички роботи з граматичними та локуційними моделями висловлювань. Це важливий крок до підвищення якості написання наукових текстів англійською мовою.

У цьому контексті особливе значення набуває анотація, яка слугує стислим резюме або преамбулою, що допомагає читачу оцінити доцільність подальшого ознайомлення з науковим матеріалом. Вона виконує роль своєрідної «візитівки», представляючи основні результати дослідження у змістовній частині. Анотація як жанр англomовного академічного дискурсу привертає значну увагу як вітчизняних, так і закордонних дослідників. По-перше, вона має специфічні лексичні та граматичні характеристики. По-друге, є загальноприйнятою вимога щодо наявності анотації до наукової роботи, складеної як мінімум двома мовами, причому англійська мова значно переважає інші. На сучасному етапі розвитку лінгвістики саме англійська мова стала універсальним комунікаційним базисом, на якому ґрунтується цілеспрямована комунікативна взаємодія. Стратегії, тактики та мовні засоби їхнього вираження мають специфічний характер і реалізуються через цілісну систему мовних одиниць, зокрема засобів текстуального та інтерперсонального метадискурсу.

Окремі аспекти жанрології академічного дискурсу та результати дослідження цієї тематики висвітлені в роботах таких науковців, як А. Ананьїна, Т. Анісімова, Г. Істоміна, Т. Маслова, В. Максимчук, Т. Полякова, О. Тимошенко, О. Шишмоліна, Т. Яхонтова, G. Blake, R. W. Bly, K. Nyland, D. Tannen, A. Weideman. Проте ці праці не завжди повною мірою охоплюють універсальні синтаксичні конструкції, що застосовуються при написанні анотацій. Більшість досліджень зосереджуються на статтях із певною тематикою, залишаючи поза увагою перекладацькі аспекти, що є важливими для якісного створення анотацій.

У зв'язку з цим, **метою статті** є аналіз типових способів лінгвістичного оформлення англomовних анотацій з ураху-

ванням їхніх лексико-граматичних особливостей та перекладацьких викликів. Важливо також дослідити, які синтаксичні конструкції є найбільш вживаними у цьому жанрі, а також розглянути особливості їх застосування у перекладі, щоб забезпечити точність і відповідність оригінальному тексту. Розгляд цих питань сприятиме покращенню якості анотацій, що особливо важливо в умовах зростаючої глобалізації наукового дискурсу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Анотація є важливим елементом наукової роботи, яка стисло і лаконічно відображає зміст дослідження, основні ідеї та висновки. Вона виконує функцію короткого викладу, що дозволяє читачам швидко ознайомитися з головною суттю роботи, не вдаючись у деталі. В англомовних наукових публікаціях анотація відіграє особливо важливу роль, оскільки вона є першою частиною, з якою ознайомлюється міжнародна наукова спільнота. Тому вимоги до мови та структури англомовної анотації є дуже високими. Згідно з визначенням, наведеним у ДСТУ 2394-94, анотація – це «стислий коментар або пояснення щодо документа чи його змісту, а іноді навіть його короткий опис, що додається, як правило, у вигляді примітки після бібліографічного опису документа». Однак більш точним є визначення, запропоноване у термінологічному словнику з бібліографознавства та соціальної інформатики, де анотація визначається як коротка характеристика документа з точки зору його змісту, призначення, форми та інших особливостей. Вона містить узагальнену характеристику первинного документа, не переказуючи його змісту, на відміну від реферату. Анотація розкриває тематику твору, його аудиторію, а також інші ознаки, що можуть зацікавити користувачів.

Більш специфічний підхід до визначення анотації викладено у роботах Г. Блейка [1] та Р. Блая [2]. Вони розглядають анотацію як коротке резюме наукової статті, тез, матеріалів конференції або іншого ґрунтовного аналізу певної теми, призначене для того, щоб допомогти читачеві швидко зрозуміти основну мету роботи. Анотації класифікують за різними ознаками, такими як функціональне призначення, обсяг і глибина скорочення або форма подання. Однак, наявні дослідження показують, що єдина конвенційна класифікація анотацій відсутня. Наприклад, у наукових колах розрізняють анотації довідкового, реферативного, критичного, описового, рекомендаційного типів. Інший підхід до класифікації поділяє анотації на загальні, що дають стисло характеристику всього документа, та спеціалізовані, які акцентують увагу на певних частинах дослідження.

Як і будь-який «архітектурний» елемент, анотація має свою композиційну структуру та чітку послідовність викладу, недотримання яких може негативно вплинути на сприйняття короткого опису наукового матеріалу. Мова англомовної анотації повинна бути зрозумілою, точною та нейтральною. Використання спеціалізованої наукової термінології є необхідним, однак слід уникати надмірно складних конструкцій та довгих речень, які можуть ускладнити сприйняття тексту. Метою анотації є забезпечення читача необхідною інформацією у максимально зручній для сприйняття формі.

Мовні кліше, які найчастіше використовуються авторами, також мають значення для забезпечення ясності та точності анотації. Усі твердження в анотації мають бути сформульовані чітко і без двозначностей. Кожне слово повинно виконувати певну функцію, допомагаючи передати суть дослідження.

Наприклад, *актуальність наукового дослідження – background* передається за допомогою таких словосполучень, як *develops on..., provides on..., offers a solution to..., demonstrates the feasibility of..., serves as an introduction to...* тощо. *Мету роботи – objectives* краще передати такими мовними кліше, як *the main purpose of the article is..., our aim with this paper was..., the aim of the article is...* тощо.

У анотації не слід давати загальних фраз або широких узагальнень. Усі тези повинні бути конкретними і відповідати основним висновкам дослідження, наприклад, описуючи *методи роботи – methods* треба застосовувати такі кліше, як *a new approach was used..., these experiments were carried out to find out..., the optimized condition was obtained from...* тощо. *Практичне й теоретичне значення отриманих результатів – final conclusions* передавати за допомогою таких кліше, як *the findings are of direct practical relevance..., in conclusion, it is evident that this study has shown ...* тощо.

Так як мова анотації повинна бути нейтральною, без оціночних суджень або особистих висновків. Усі твердження мають базуватися на результатах дослідження. Описуючи *результати дослідження – results* краще використовувати такі вирази, як *it has been found that..., the results thus obtained are compatible with...;* а *висновки – conclusions – in conclusion..., this paper has clearly shown that...* тощо. В заключній частині анотації для логічного завершення роботи використовуються наступні словосполучення – *to conclude, to make (draw, reach) a conclusion, to come to a conclusion that, it is concluded that, to lead to a conclusion, it may be noted that, thus, therefore, consequently.*

Англомовна анотація повинна мати логічну структуру, де послідовно викладаються цілі дослідження, методи, основні результати та висновки. Це дозволяє читачеві легко орієнтуватися в тексті та знаходити необхідну інформацію. Таким чином, хронологія викладу матеріалу в анотації фактично відображає структуру наукової роботи, але не повинна бути ідентичною до її вступної частини. Кожне наступне твердження в анотації має опосередковано відображати аспекти, пов'язані з метою, методами та висновками дослідження. Такий підхід дозволяє читачу швидко зорієнтуватися в основних аспектах і тематиці роботи, а також самостійно відповісти на запитання: «Який предмет пропонується до дослідження?»

Зазвичай синтаксичні конструкції в анотаціях використовуються в часах *Present Simple* або *Past Simple*. Використання минулого часу актуальне для опису спостережень, даних та результатів досліджень, проведених за допомогою сучасних методик. У свою чергу, *Present Simple* застосовується у більшості випадків, оскільки він відображає загальновідомі факти, підтвердження чи спростування гіпотез автора, а також пояснює зміст дослідження. *The practical stability of differential inclusions with multivalued impulse impact is studied. – Вивчається практична стійкість диференціальних включень із багатозначними імпульсними впливами.*

Таким чином, можна визначити, що для опису тем або предметів дослідження доцільніше застосовувати *Present Simple Active*, а у випадках, коли потрібно підкреслити завершеність дії, варто використовувати *Present Perfect Passive*. *Past Simple Active* і *Past Simple Passive* використовуються для опису експериментальної частини роботи. *This paper offers an overview..., The author(s) of this paper conducted a study/ research about..., A startup project has been developed for the modernization of out-*

*dated shaft drilling machines.* – Розроблено старпан проект для модернізації застарілих станків шарошечного буріння.

Компенсація фонові інформації зазвичай досягається через використання пасивних дієслівних конструкцій або формальних підметів (наприклад, *«they found that...», «as currently defined...», «cases were included...»* тощо). *These are the key tasks as currently defined.* – Це основні завдання, які стоять на сьогодні. Вважаємо, що мета застосування пасивних конструкцій двозначна: по-перше, це сприяє деперсоналізації дискурсу, де автор акцентує увагу на ключових аспектах та результатах дослідження; по-друге, такі мовні засоби дозволяють суттєво скоротити текст, роблячи його більш лаконічним.

На нашу думку, речення з явно вираженим суб'єктом (наприклад, *«we investigated...», «our findings suggest...»*) можуть дещо знизити наукову значущість висновків, додаючи анотації надмірний суб'єктивізм, що недоречно для преамбули до основного матеріалу. Натомість деноміналізація створює у реципієнта враження, що кожна з тез є універсальною істиною.

Використання дієслів в активному стані доречно, коли автор узагальнює інформацію, використовуючи ретроспективні часові рамки (наприклад, *«recent», «lately», «long»*) з відтінком невизначеності та модифікаторами (такі як *«relatively», «unclear»* тощо). Крім того, при посиланні на попередні дослідження часто використовуються минулий час та абстрактні кількісні дані (*dozens of, hundreds of, thousands of*). *The influence of space weather factors on the functioning of the spacecraft docking system was analyzed.* – Проведено аналіз впливу факторів космосу на функціонування системи стикування космічних апаратів.

Англійській науковій мові властиві конструкції з дієсловом у пасивному стані та прямим порядком слів (підмет передуд присудку). В українській мові такі речення зазвичай мають непрямий порядок слів і використовують присудок у пасивному стані теперішнього або минулого часу. *This architecture has been studied before, but on preliminary calculations, then it does not matter.* – Подібна архітектура вивчалася і раніше, але дані попередніх розрахунків тоді справа не пішла. *During the work was analyzed the internal and marketing environment of the company.* – У ході роботи було проведено аналіз внутрішнього та маркетингового середовища підприємства.

Слід зазначити, що в науковому стилі як англійської, так і української мов поширене використання безособових і пасивних конструкцій, на відміну від особових речень, де використовуються займенники або іменники на кшталт *«the author»* або *«authors»*. У таких випадках зазвичай застосовуються такі конструкції: *The text gives valuable information on...; The project consists of an introduction,... chapters, conclusions...; The paper looks at recent research dealing with...; A mention should be made about ... It is spoken in detail about...*

Під час написання анотації до наукової статті зазвичай використовують стандартний набір фраз, серед яких значна частина є нейтральними. Наприклад, про предмет наукового дослідження можна повідомити використовуючи такий ряд синонімічних дієслів: *to study, to investigate, to examine, to consider, to analyze, to obtain, to determine, to establish.* *The author of this paper conducted a research on...; The author points out...; The author proves that...*

Як відомо, академічне письмо є більш вимогливим, ніж письмо загалом. Однак основна різниця між цими двома видами

письма полягає у різниці між формальною і неформальною мовою. Якщо бути більш точним, академічне письмо вимагає використання академічного стилю, який передбачає формальну мову та безособовий тон. Тому, щоб мати змогу написати анотацію, необхідно вміти розрізняти формальну та неформальну англійську мову.

Таким чином, дотримання стилістичних норм реалізується у використанні академічних слів, вживання яких викликає певні труднощі та позбавляє анотацію науковості. Тому, варто звертати увагу при написанні анотації на заміну лексичних одиниць загальноживаної лексики академічними: *seem – appear; help – assist; stop – cease; begin – commence; use – consume; show – demonstrate.*

Терміни залежать від лексичних і граматичних особливостей кожної мови, найчастіше утворюються на основі загальнонародної лексики або шляхом запозичення чи калькування іноземних термінів. Однією з проблем при написанні анотації є використання псевдоінтернаціональних термінів. Проблема псевдоінтернаціоналізмів виникає через багатозначність мовних одиниць, що характерно для семантики англійської мови, і часто призводить до неправильного підбору перекладних еквівалентів. Помилкове ототожнення різних за значенням, але схожих за фонетичним звучанням слів призводить до того, що можна помилково відносити такі слова до інтернаціоналізмів: *silicon – це кремій (а не силікон, силіконовий – silicone), tank – це ємність, резервуар, бак (військовий танк – armored vehicle, armor), resin – смола (резина – rubber), figure – креслення, ілюстрація.*

Тому під час перекладу слід уважно перевіряти так звані «хибні» псевдоінтернаціоналізми для забезпечення адекватного перекладу того чи іншого терміну. Також важливо пам'ятати: при перекладі неологізмів спершу слід переконатися, що в українській мові ще немає відповідника новому терміну, і в такому разі застосувати описовий метод перекладу.

Все частіше в науковому дискурсі, а саме в анотації, можна помітити появу нетипових для нього раніше тропів, таких як епітети, метафори, персоніфікації та уособлення на лексичному рівні, а також риторичних запитань і повторень на синтаксичному рівні. Частою помилкою є використання надмірних слів, які не додають нової інформації, а лише ускладнюють текст. Наприклад, конструкції на зразок *«in order to»* замість *«to»* або *«completely eliminate»* замість *«eliminate»* створюють зайве навантаження на текст.

Негативна конотація передається через лексичні заперечення (*without, lack, limited, inconclusive*), використання шаблонних фраз (*it is reasonable to suggest that...*) та модальних дієслів (*this should not surprise us...*). Незалежно від мови, в якій пишеться анотація, важливо пам'ятати, що вона не повинна містити скорочень чи аббревіатур, жаргонізмів або іншої специфічної лексики, а також ілюстрацій, таблиць, діаграм чи посилань на них або інші літературні джерела. У ній не слід включати визначення термінів або надавати детальну, розгорнуту інформацію. Потрібно максимально уникати використання займенників *«we», «I»*, характерних для розділу «основний матеріал дослідження». Проте варто зазначити, що науковий стиль англійської мови допускає більш розмовний тон у викладі теоретичного матеріалу і результатів досліджень, що відрізняється від більш формального підходу в українській мові. Емоційність лексики та елементи експресії (*play an important role, important*

*developments, relatively new (technology), attract a lot of interest, important, useful, beneficial, critical, difficult, necessary, be of paramount importance*) підкреслюють особистісний характер викладу і протиставляються стриманішій оцінці позитивних аспектів дослідження та акценту на зауваженнях, критиці й пропозиціях для подальших наукових досліджень, що є типовим для української наукової комунікації. *Silicon is the most widely used material for the fabrication of active devices in electronics. – Кремній є найбільш широко використовуваним матеріалом для виготовлення активних пристроїв в електроніці.*

Одним із важливих питань у граматиці є використання англійських інфінітивних та герундіальних зворотів. Герундій в англійській мові викликає труднощі при підборі українських еквівалентів і правильному перекладі. Відсутність явного відповідника для англійських герундіальних конструкцій створює перешкоди для точного перекладу та побудови речення. Переклад і використання таких конструкцій здебільшого залежать від їхньої функції та позиції в реченні. В анотаціях інфінітив найчастіше використовується у ролі підмета або присудка: *The aim of this experiment is to determine whether the system work perfectly or not. – Мета цього експерименту – визначити, чи є ця система оптимальною чи ні.*

А в герундіальних зворотах використовуються абстрактні іменники, такі як *properties (of), opportunity (of), idea (of)* тощо. *Measuring and studying the properties of Lightning discharges involved in various research institutions around the world. – Шляхом вимірювання та вивчення властивостей грозових розрядів, розглядаються різні науково-дослідні установи по всьому світу.*

Таким чином, англійська анотація є ключовим елементом наукової роботи, яка впливає на її сприйняття міжнародною спільнотою. Від якості написання анотації залежить перше враження про дослідження, тому важливо дотримуватися високих стандартів мови, точності та структурованості. Уникаючи типових помилок та дотримуючись основних вимог, автори можуть створити анотацію, яка ефективно передасть головні ідеї їхньої роботи та забезпечить її належне сприйняття читачами.

Також важливим є уникнення особистісного забарвлення, що досягається через деперсоналізацію тексту. Використання безособових та пасивних конструкцій робить анотацію більш формальною та універсальною. Однак, водночас англійська наукова мова допускає елементи розмовного стилю, що є відмінною рисою від української наукової мови. Отже, мова англійської анотації має свої специфічні особливості, які потрібно враховувати як при написанні, так і при перекладі, щоб забезпечити ефективну передачу інформації та відповідність науковим стандартам.

**Перспективи** подальших досліджень убачасмо в аналізі мови українських наукових анотацій при перекладі англійською.

#### *Література:*

1. Blake Gary, Bly Robert W. The Elements of Business Writing. New York : Macmillan Pub. Co. ; Toronto : Maxwell Macmillan Canada ; New York : Maxwell Macmillan International, 1993. 173 p.
2. Bailey Stephen. Academic Writing. A Handbook for International Students. – London, New York: Routledge. Second Edition, 2006. 260 p.

#### **Kuznietsova I. The language of English scientific abstract**

**Summary.** The article is devoted to the language of English scientific annotation, the structure and linguistic features of which are of great importance in modern science. Typical lexical and grammatical constructions of English-language annotations are considered, in particular, syntactic constructions that are often used in this genre. It is emphasised that an annotation should meet all the requirements of the scientific style, including clarity, accuracy and neutrality of language. The syntactic constructions that are appropriate to use at different stages of writing an abstract for a scientific paper are described and illustrated with examples. The basic requirements for writing an abstract, as well as lexical and grammatical features that should be considered when creating the content part are identified. It is found that the chronology of the material in the abstract reflects the structure of the scientific research itself. It is also important to avoid false pseudo-internationalisms and redundant phrases that complicate the perception of the text.

The article also focuses on the importance of passive constructions that contribute to the depersonalisation of discourse and the need to follow a logical sequence when presenting the material. This allows the reader to easily navigate the content of the abstract and make a decision to read the full text of the research paper. Practical ways of conveying factual material and subjective judgments based on emotionally neutral vocabulary are analysed, with negative and positive connotations identified. The grammatical tenses of the English language, which are most often used for writing annotations, are considered, and the expediency of their use by the purpose pursued by the author is substantiated. A list of universal syntactic constructions that are appropriate for starting a new thought is presented. The article also highlights the issue of adequate translation and the importance of conveying the semantic load put by the author in the work. Thus, adherence to the rules of academic writing and knowledge of the lexical features of the English language is the key to successful annotation creation, which will contribute to improving the quality of Ukrainian scientific publications at the international level. Based on the above, the article concludes and outlines prospects for further research.

**Key words:** abstract, academic writing, structure, linguistic features, translation.

*Мосієвич Л. В.,*

*кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри іноземних мов професійного спрямування  
факультету іноземної філології  
Запорізького національного університету*

*Бистра М. О.,*

*кандидат історичних наук, доцент,  
доцент кафедри мистецтвознавства і мистецької освіти  
Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва  
і дизайну імені Михайла Бойчука*

## ПЕРЕКЛАД АНГЛОМОВНИХ БАГАТОКОМПОНЕНТНИХ ТЕРМІНІВ З ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

**Анотація.** У статті досліджено переклад англomовних багатокомпонентних термінів у сфері енергоефективності українською мовою. Розглянуто їхню структуру, граматичні особливості та специфіку передачі в мові перекладу. Енергоефективність асимілює суміжні науки – технічні (будівництво, інженерія), природничі (хімія, екологія), фізико-математичні. Саме тому, на наш погляд, ця терміносистема характеризується великою кількістю термінологічних словосполучень.

Зазначено, що багатокомпонентні терміни складають значну частку терміносистеми енергоефективності, оскільки вони дозволяють детальніше описувати поняття завдяки додатковим компонентам.

На основі аналізу технічного глосарію встановлено, що більшість багатокомпонентних термінів мають три компоненти. Ми визначили основні моделі їх утворення. З'ясовано, що конструктивно відкриті словосполучення переважають в англійській мові, тоді як в українській термінології часто використовуються приєднанні сполучення. Особливості розташування компонентів у багатокомпонентних термінах вимагають врахування типового для української мови правого розгортання. Також розглянуто контекстуальний переклад окремих компонентів термінів.

Результати дослідження сприятимуть подальшому вдосконаленню української термінології у цій галузі.

Ми визначили послідовність перекладу багатокомпонентних термінів: в термінах з безприєднанним зв'язком треба знайти основний компонент (як правило, це – останній) та, починаючи з нього, зліва праворуч перекладати весь термін. Терміни, які містять приєднанні, зазвичай перекладаються послідовно зліва праворуч. Кількість компонентів в термінах може змінюватися в мові перекладу через граматичні трансформації.

Ми виокремили основні стратегії перекладу багатокомпонентних термінів: дослівний переклад, трансформації додавання та вилучення, зворотній переклад.

**Ключові слова:** багатокомпонентні терміни, безприєднанний зв'язок, енергоефективність, приєднанний зв'язок, способи перекладу.

**Постановка проблеми.** Сучасне промислове та житлове будівництво потребує дотримання принципів енергозбереження та енергоефективності. Ця наука є досить молодою для України, тому формування її терміносистеми здійснюється

поступово. Особливо важливим є дотримання європейських стандартів. Переклад термінів з енергоефективності українською мовою може викликати труднощі в аспекті неологізмів, безеквівалентної лексики, багатокомпонентних термінів.

**Аналіз останніх досліджень.** Істотний внесок у вирішення проблеми перекладу термінів зробили такі українські науковці як Л. Білозерська [1], А. Д'яков [2], Л. Гречина [3], В. Карaban [4]. Саме переклад термінів з енергоефективності розглядали Штогрин М. В., Мучка М. З. [5]. Наше дослідження має вузьку спрямованість та присвячено вивченню перекладу багатокомпонентних термінів.

**Мета роботи:** дослідити способи перекладу англomовних багатокомпонентних термінів з енергоефективності українською мовою. Досягнення мети передбачає вирішення таких завдань: 1) визначити продуктивні моделі утворення англomовних багатокомпонентних термінів; 2) проаналізувати способи їх перекладу; 3) дослідити алгоритм перекладу безприєднанних багатокомпонентних термінів.

**Наукова новизна** дослідження полягає у тому, що вперше здійснено перекладацький аналіз англomовних багатокомпонентних термінів з енергоефективності українською мовою на основі глосарію технічних термінів у сфері енергоефективності та відновлюваних джерел енергії [6].

**Виклад основного матеріалу.** Однією з основних проблем при перекладі термінологічних словосполучень на українську мову є їх структура. Крім того, граматичні особливості кожної мови впливають на кількість компонентів терміна. Енергоефективність асимілює суміжні науки – технічні (будівництво, інженерія), природничі (хімія, екологія), фізико-математичні. Саме тому, на наш погляд, ця терміносистема характеризується великою кількістю багатокомпонентних термінів. Роль термінологічних словосполучень полягає не тільки в диференціюванні понять, але й в систематизації парадигматичних відносин між ними. В українському мовознавстві усталеним є поділ словосполучень на прості й ускладнені, запропонований І. Р. Вихованцем. Згідно з цим поділом до простих відносяться двокомпонентні словосполучення, а ускладненими називаються сполуки, які складаються мінімум з трьох компонентів [7, с. 16]. Тобто, в нашому дослідженні до багатокомпонентних термінів ми зараховуємо терміни-словосполучення з кількістю

компонентів від трьох до п'яти й більше. Необхідність їх очевидна, оскільки вони мають конкретніше, точніше значення завдяки залежним словам, що уточнюють значення певної термінолексми. Вони відносяться до аналітичних термінів, мають чітке визначення, відрізняються стійкістю і семантичною цілісністю поняття.

Аналіз словникових статей досліджуваної термінології показав, що 46% термінів є багатоконтактними. З-поміж них трикомпонентні становлять 88%, це – складні словосполучення. О. Тараненко стверджує, що понад 70% термінів у різних терміносистемах – це словосполучення. Однак, чимало лінгвістів не визнають наявності у мові багатоконтактних термінів, називаючи їх концептуальними об'єднаннями. Така позиція має перевірятися вимогами до терміна: якщо всі вимоги дотримані, то нема підстав відмовляти термінові у його термінологічності незалежно від його лексичної довжини [цит. за 8, с. 48].

В основі складних словосполучень лежить модель абсолютно простого словосполучення. На основі цього виділяються три типи складних словосполучень: 1) просте словосполучення + залежне від нього окреме слово; 2) ядерне слово + залежне від нього словосполучення; 3) ядерне слово + два залежних слова, не пов'язаних між собою, і такі, які не утворюють словосполучення. Значно менше досліджуваної термінології представлено чотирикомпонентними номінативними одиницями. Дериваційною основою для їх утворення є переважно трикомпонентні терміни-словосполучення. Інші моделі чотирикомпонентних термінів-словосполучень утворюються додаванням до трикомпонентних термінів прикметників (дісприкметників), іменників та прислівників.

Термінів, що складаються з п'яти компонентів, у досліджуваній терміносистемі мало. Їхня наявність може бути пояснена неможливістю заміни їх більш стислими конструкціями. Ці терміни також утворилися шляхом максимального ускладнення терміноодиниць меншої структури, тому для них характерні ті самі типи відношень, що й для чотирикомпонентних термінів-словосполучень.

На думку Гаращенко Л.Б. у межах сучасних термінологій складні терміни переважають, тому що складні терміни найбільш повно відображають характерні ознаки поняття, що ними називається [9, с. 132]. Продуктивність аналітичних термінів пояснюється високою здатністю до різноманітного комбінування та можливістю збільшувати склад компонентів по мірі нагромадження ознак, за допомогою яких здійснюється послідовна диференціація певних явищ [10].

Разом із тим перевага термінологічних словосполучень йде у розріз із однією з важливих вимог, що ставляться до термінів, а саме – з вимогою раціональної стислості терміна. При творенні багатоконтактних термінів ця вимога фактично порушується. В. В. Чумака вважає вирішальним чинником, що визначає оптимальну довжину терміна [11, с. 222]. Тож оптимальною довжиною терміна має бути така, яка якнайточніше передає його значення.

Однак, чимало лінгвістів не визнають наявності у мові багатоконтактних термінів, називаючи їх концептуальними об'єднаннями. Така позиція має перевірятися вимогами до терміна: якщо всі вимоги дотримані, то нема підстав відмовляти термінові у його термінологічності незалежно від його лексичної довжини [12].

На сучасному етапі розвитку терміносистем спостерігаються дві протилежні тенденції: перша виражається у прагненні до семантичної регулярності, що приводить до створення термінів – складних слів і термінів-словосполучень, друга полягає у прагненні до стислості, що зумовлює утворення термінів-слів і термінів-скорочень. При цьому термінологічні словосполучення є невід'ємною частиною терміносистеми, виконуючи номінативну й комунікативну функції терміна, і становлять єдине складне найменування науково-технічного поняття [13, с. 236].

На основі використання прийменників термінологічні словосполучення поділяються на два типи:

– конструктивно відкриті: *cast iron radiators, technical heat losses*;

– конструктивно закриті: *circulation pump of a central heating system, feed in entry point*.

Аналіз показав, що конструктивно відкриті термінологічні словосполучення превалюють в англійській термінології.

У трикомпонентних прийменникових словосполученнях уточнювальну інформацію про предмет найчастіше має перший компонент, де він виступає в ролі диференціатора поняття, наприклад: *activation of the concrete core – активація бетонного ядра*. В безприйменикових сполученнях – останній компонент: *exhaust emissions protocol – акт про відхідні гази*. Саме ці особливості впливають на порядок перекладу компонентів термінологічного сполучення: в першому випадку переклад здійснюється послідовно зліва праворуч, в другому випадку переклад починаємо з останнього компоненту, рухаючись справа наліво.

Інколи трикомпонентні терміни при перекладі англійською стають двокомпонентними (*emergency power generator – аварійний генератор*), або чотирикомпонентними (*plus energy house – будинок стандарту «енергія плюс»*).

Трикомпонентні терміни переважно утворюються за наступними моделями: іменник + іменник + іменник: *buffer storage device*, прикметник + іменник + іменник *low energy house*, дісприкметник + іменник + іменник *controlled house ventilation*.

Як показав аналіз, група трикомпонентних термінів утворюється на основі двокомпонентних термінів. Використання іменника як стрижневого елемента в кінцевій позиції є характерним для всіх типів трикомпонентних термінів. Перший прикметник (дісприкметник) виконує уточнювальну функцію.

Чотирикомпонентні терміни представлені незначною кількістю словосполучень. Це зумовлено незручністю вимови і написання. Дериваційною базою для їх творення переважно є трикомпонентні терміни-словосполучення. Чотирикомпонентні терміни можуть залишати кількість компонентів при перекладі, або перетворюватися на двокомпонентні за допомогою основоскладання в українській мові (*solar thermal power plants – геліотермальні електростанції*), або ставати п'ятикомпонентними (*drinking water power station – електростанція на базі енергії питної води*).

П'ятикомпонентні терміни відтворюються в українському перекладі через трансформацію вилучення: *pumped storage hydroelectric power station – насосно-акумулявальна електростанція*.

Зазначимо, що аббревіатури переважно відтворюються в мові перекладу через автентичне написання: *EPS insulating*



panels – пінопістирольні ізоляційні плити EPS, floor space index GFZ – коефіцієнт поверхової площі (GFZ), RAL quality mark – знак якості RAL (RAL – Імперський комітет щодо умов поставки, тепер Інститут забезпечення якості та маркування продукції). Єдиний приклад, коли аббревіатура повністю перекладається: MPP Tracking – стеження за точкою максимальної потужності (MPP-Maximum Power Point).

Іноколи окремі компоненти терміна мають контекстуальний переклад: building services equipment – Інженерно-технічні системи будинку. Переклад services як інженерно-технічні узагальнює усі системи будинку: система опалення, всі санітарно-технічні системи, системи вентиляції, антенні системи та електротехнічне обладнання.

Отже, аналіз структури та перекладу термінів дозволив виокремити найтипівші техніки перекладу багатокомпонентних термінів:

1) дослівний переклад: integral energy concepts for buildings – інтегральні енергетичні концепції для будівель, temporary heat protection – тимчасовий тепловий захист;

2) трансформація вилучення: Combined heat and power plant – когенераційна установка, wave power station – хвильова електростанція;

3) зворотний переклад: module efficiency ratio – коефіцієнт ефективності модуля, exhaust gas temperature – температура відхідних газів;

4) трансформація додавання: envelope surface of building – площа зовнішніх огорожувальних конструкцій, groundwater heat pumps – теплові помпи, що використовують тепло ґрунтових вод.

Як ми бачимо з наведених прикладів, багатокомпонентність термінів досягається шляхом уточнення або конкретизації значення, вираженого стрижневим іменником. Синтаксичний спосіб побудови термінів є найбільш продуктивним і має велике значення для поповнення всієї галузевої термінології. Багатокомпонентні терміни, які характеризуються наявністю двох чи більше кореневих морфем, з одного боку, точно і повно відображають потрібне явище, а з іншого – менш схильні до полісемії через специфіку кореневих основ, які їх утворюють [цит. За 13, с. 49].

Структурна ієрархія багатокомпонентних термінів окреслює змістову системність термінології з енергоефективності: побудова складених термінів здійснюється в основному в напрямку створення багатоланкових і словотвірних термінологічних парадигм за рахунок послідовної, поетапної конкретизації вихідного терміна з родовим значенням означальними компонентами у функції видових кваліфікаторів. Кількісної переважають трикомпонентні терміни, але чотирикомпонентні терміни мають найбільш структурних моделей.

Багатокомпонентні безприйменникові терміни складаються з основного компоненту (ОК), одного або декількох лівих визначень (ЛВ), і одного або декількох прийменникових визначень (ПВ), які уточнюють і модифікують зміст терміна. Для англійських багатокомпонентних термінів із типовим лівим розгортанням характерні залежні компоненти, які розташовуються зліва від основного компонента, для українських багатокомпонентних термінів, навпаки, властиве праве розгортання. Цей факт слід обов'язково враховувати під час перекладу багатокомпонентних термінів [14].

Структурна схема україномовної термінологічної групи може бути представлена в наступному вигляді:

ОКі→ЛВ1→ЛВ2

Структурна схема і англійської термінологічної групи виглядає навпаки, з розгортаннями справа-ліворуч:

ЛВ2←ЛВ1←ОК

Наприклад: building control system. Основний компонент в мові оригіналу, system, стає першим компонентом в мові перекладу – Система управління будинком.

Слід зазначити, що безприйменникові терміни можуть відтворюватися в українській мові за допомогою прийменників: annual heating demand – річна потреба у тепловій енергії, final energy demand – потреба у кінцевій енергії, Heating system ordinance – положення про опалювальні установки.

**Висновки.** Таким чином, наявність термінологічних словосполучень в термінології з енергоефективності показує, що ця галузь розвивається, зазнає змін та ускладнень. Найчисленнішою групою є трикомпонентні терміни, які утворюються за наступними моделями:

- прикметник + іменник + іменник (А + N + N),
- іменник + іменник + іменник (N + N + N),
- дієприкметник+іменник+іменник (Р.П + N + N),

Термінологічні словосполучення викликають найбільш труднощів при перекладі. Якщо багатокомпонентний термін не має прийменників, то він перекладається українською мовою, починаючи з останнього компонента, тобто, справа ліворуч. Словосполучення з прийменниковим зв'язком зазвичай перекладаються послідовно, лінійно. Кількість компонентів при перекладі може змінюватися. Серед основних стратегій перекладу ми виокремили дослівний, зворотний переклад, трансформації додавання та вилучення. Отже, переклад термінологічних словосполучень є складним і відповідальним процесом, що вимагає врахування специфіки термінів, граматичних структур обох мов та контексту використання терміна.

Перспективним напрямом для подальшого дослідження може бути аналіз помилок машинного перекладу та їх класифікація в контексті перекладу багатокомпонентних термінів.

#### Література:

1. Білозерська Л. П. Термінологія та переклад : навч. посіб. Вінниця, 2010. 232 с.
2. Дьяков А. С. Основи термінотворення: семантичні та соціолінгвістичні аспекти. Київ : Вид. дім "KM Academia", 2000. 218 с.
3. Гречина Л. Б. До проблем лексичних труднощів перекладу науково-технічної літератури. Вісник Житомирського державного університету. 2011. № 57. С. 23–30.
4. Карабан В.І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. Вінниця : Нова Книга, 2020. 576 с.
5. Штогрин М. В., Мучка М. З. Лексичні проблеми перекладу текстів у сфері енергоефективності. Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія». Острог : Вид-во НаУОА, 2023. Вип. 17(85). С. 151–154
6. Глосарій технічних термінів у сфері енергоефективності та відновлюваних джерел енергії / за ред. О. Масняка, С. Павлюка, І. Яремко, Г. Траяновського; пер. з нім. О. Блашук. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2019. 212 с.
7. Вихованець І., Городенська К. Теоретична морфологія української мови: Академічна граматики української мови. Київ : Пульсари, 2004. 400 с.

8. Бойко І.І. Структурні моделі багатокомпонентних термінів-словосполучень у косметології. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія «Філологічні науки»*. № 3, 2015. С. 47–54.
9. Гарашенко Л. Б. Аналітизм як тип термінологічної номінації. Лінгвістичні дослідження: *Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди*. Харків, 2012. Вип. 34. С. 223–228.
10. Малевич Л. Д. Багатокомпонентні термінологічні одиниці і проблема їх кодифікації. *Українська термінологія і сучасність*. Київ, 2009. Вип. VIII. С. 35–38.
11. Чумак В.В. Соціологічний термін як одиниця галузевої терміносистеми *Термінологічний вісник*. 2019, Вип. 5. Київ : Інститут української мови НАНУ, С. 220–229.
12. Книщенко Н. П. Багатокомпонентні терміни української дорожньо-будівельної терміносистеми. *Мандрівець*. 2014. № 3. С. 62–66.
13. Бережна М. В., Лозовська К. О. Етапи перекладу термінів та професіоналізмів (на матеріалі текстів металургійної тематики). *Science and Education a New Dimension. Philology, VIII (72), Issue 241*, 2020. P. 7.
14. Mosiyevych L. Peculiarities of English metallurgical terms on their Ukrainian translation. *Development of scientific, technological and innovation space in Ukraine and EU countries: collective monograph* / ed. Jankovska A. Riga, Latvia: "Baltija Publishing", 2021. С. 45–75. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/book/179>.

#### **Mosiyevych L. Translation of English energy-efficiency multi-component terms into Ukrainian**

**Summary.** The article explores the translation of English multi-component terms in the field of energy efficiency into Ukrainian. It examines their structure, grammatical features, and the specifics of rendering them in the target language. Energy efficiency integrates related disciplines, including

technical sciences (construction, engineering), natural sciences (ecology), and physical-mathematical fields. Therefore, this terminological system is characterized by a large number of terminological phrases.

It is noted that multi-component terms constitute a significant portion of the energy efficiency terminological system, as they enable a more detailed description of concepts through additional components. Based on an analysis of a technical glossary, it was found that most multi-component terms consist of three components. The main models of their formation were identified. It was determined that structurally open phrases prevail in English, whereas Ukrainian terminology often employs prepositional constructions. The arrangement of components in multi-component terms requires consideration of the typical right-branching structure inherent to the Ukrainian language. The contextual translation of specific term components was also reviewed.

The study's findings contribute to the further development of Ukrainian terminology in this field.

The sequence of translating multi-component terms was defined as follows: for terms with non-prepositional connections, the main component (usually the last one) should be identified first, and the term should then be translated from left to right starting from this component. Terms containing prepositions are typically translated sequentially from left to right. The number of components in terms may change in the target language due to grammatical transformations.

Key strategies for translating multi-component terms were identified, including literal translation, omission transformation, back translation, and addition transformation.

**Key words:** energy-efficiency, multi-component terms, non-prepositional connection, prepositional connection, translation methods.

**Полічева Ю. В.,***доктор філософії, доцент**Національного технічного університету України**«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**<https://orcid.org/0000-0002-7971-4465>***Мец О. О.,***студент**Національного технічного університету України**«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**<https://orcid.org/0009-0003-2463-8834>*

## ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕДАЧІ АНГЛОМОВНИХ СЛОГАНІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

**Анотація.** Стаття присвячена перекладу рекламних слоганів, який є складним процесом, який потребує врахування лінгвістичних, культурних і соціальних особливостей цільової аудиторії. У зв'язку з глобалізацією та розвитком українського ринку зростає потреба в перекладі й адаптації рекламних текстів і слоганів. Велика кількість іноземних компаній приходять на ринок України та мають потребу в адаптації власних рекламних кампаній під українського споживача. Для такого перекладу перекладач має бути висококваліфікованим та обізнаним не тільки в сфері перекладу, а й розумітися в культурних, етичних та психологічних особливостях цільової аудиторії. У статті охарактеризовано основні види створення рекламних текстів та методи їх перекладу. Рекламний дискурс – це унікальна сфера мовної творчості, яка об'єднує елементи мистецтва, маркетингу й лінгвістики. У зв'язку з глобалізацією ринку та активним розвитком цифрових технологій значення перекладу рекламних текстів лише зростає. Рекламні слогани вирізняються функціональністю, лаконічністю та впливовістю. Для ефективного перекладу тексту важливо враховувати не тільки точність змісту, але і стиль, культурні особливості, емоційні чинники і контекст, в якому цей текст сприймається. Перекладачі повинні звертати увагу на тон і характер повідомлення, щоб воно було максимально зрозумілим і прийнятним для цільової аудиторії. Сучасні методи перекладу часто включають в себе використання адаптивних прийомів, які адаптують текст до певних культурних або соціальних умов, стандартизацію, що забезпечує ясність і єдність тексту, транскрипцію – творче переосмислення, необхідне для передачі ідей у формі, яка емоційно і стилістично резонує з читачем. Крім того, для подання перекладеному тексту виразності та відповідності оригіналу широко використовуються такі мовні прийоми, як риторичні номери, рими, метафори і каламбури. Вибір того чи іншого підходу залежить від мети перекладу і деталей тексту, що перекладається, а також від культурного середовища, в якій цей текст використовується. Особливу увагу в статті приділено опису ефективних методів перекладу слоганів, які включають: збереження емоційного забарвлення, культурну адаптацію, креативну адаптацію тощо. Зазначено, що вибір конкретного методу залежить від специфіки слогана, його стилістичного оформлення та очікуваної реакції аудиторії. Збереження прагматичної функції тексту, врахування емоційного контексту та від-

повідність культурним цінностям є ключовими аспектами ефективного перекладу.

**Ключові слова:** переклад реклами, адаптація, слогани, культура, мовні засоби, прагматична цінність.

**Постановка проблеми.** Останнім часом спостерігаємо швидкий розвиток реклами. З кожним роком український ринок розширюється, залучаючи все більше закордонних компаній. Такі компанії потребують не створення нових рекламних образів і сюжетів, а перекладу й адаптації рекламних текстів, що вже встигли довести свою ефективність на міжнародному ринку. Тому, у зв'язку з розвитком вітчизняного ринку й глобалізацією економічних процесів, найбільшої актуальності тепер набуває переклад рекламних текстів і слоганів. Переклад рекламних слоганів вимагає великої попередньої професійної підготовки фахівця, тому що для його виконання недостатньо тільки грамотного перекладу.

Специфіка рекламних слоганів не дозволяє використовувати дослівний переклад, оскільки за таких умов частіше за все втрачається сенс самого слогана та сила його впливу, тобто його прагматична цінність.

Крім того, при перекладі рекламних слоганів важливо враховувати національні, етичні і психологічні особливості, а також наявні стереотипи цільової аудиторії на різних ринках, що дуже різняться від країни до країни. Без врахування цих особливостей, рекламний текст і слоган не матимуть успіху серед споживачів товарів і послуг в інших країнах.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Упродовж останніх років питання рекламного дискурсу та його впливу на соціальні цінності розглядається багатьма дослідниками. Зокрема, в своїх працях З. Харріс, Е. Бенвеніст, А. Дейян, Є.В. Ромат, Ф. Котлер та інші лінгвісти аналізують специфіку формування позитивних образів брендів, вплив на масову свідомість та засоби переконання, притаманні рекламі. Українські вчені, зокрема І.Б. Штерн, С.І. Потапенко, І.А. Бехта О. Селіванова, Л. Калашник та А. Шпак, досліджують переклад англomовного рекламного дискурсу і наголошують на необхідності культурної адаптації при відтворенні змісту, стилістичних та емоційних аспектів реклами. Проте проблема передачі ціннісних аспектів реклами у процесі перекладу українською

мовою залишається недостатньо вивченою, зокрема, у контексті суспільних норм і культурних особливостей сприйняття. Це підкреслює важливість проведення подібних досліджень для створення ефективних адаптаційних стратегій, які дозволять українським перекладачам передати ключові цінності реклами відповідно до культурних орієнтирів цільової аудиторії.

**Мета дослідження.** Мета статті полягає в комплексному дослідженні мовних засобів, що використовуються в англомовному рекламному дискурсі для формування цінностей сучасного соціуму, а також виявлення особливостей їхньої передачі українською мовою.

**Виклад основного матеріалу.** Рекламні слогани – це короткі фрази, які запам'ятовуються та передають основну ідею рекламної кампанії, допомагаючи виділити бренд серед конкурентів. Вони характеризуються високим рівнем функціональності і можуть використовуватися в різних медіа. Слогани почали з'являтися у 90-х роках, еволюціонуючи з фраз, що часто повторювалися. У класифікації слоганів розрізняють розповідні, питальні, спонукальні та окличні речення, причому спонукальні слогани мають найбільшу дієвість. Вони виконують конкретизуючу і атрактивну функцію, апелюючи до споживачів і мотивуючи їх до покупки [1]. При перекладі слоганів важливо враховувати мету, характер потенційного покупця, особливості тексту оригіналу та культурні фактори. Адаптація або стандартизація є важливими аспектами, які впливають на ефективність рекламних текстів [2]. Деякі вчені аналізували вплив словесних формул на рекламні тексти, тоді як інші розглядають переклад рекламних текстів як «творчість на мовному рівні». Висновки дослідження свідчать, що найефективнішою формою реклами є рекламний слоган, який розширює ідею торгової назви і мотивує споживача до покупки [3].

Існує 4 способи створення рекламного тексту: фонетичний, морфологічний, графічний і словотвірний [4].

За допомогою прийомів фонетичної гри слів можна тонко обіграти більше відтінків рекламованого товару. Фонетична гра слів – вид гри слів, що має свої особливості та закономірності. Ви можете виділити прийоми графічної гри слів, які ви навчилися, наприклад, техніку графічної трансформації звичайного слова або контамінації графічно виділеним сегментом. Основними ознаками гри слів є зміна класу слів і зміна ступеня порівняння. Гра в слова, яка використовує складання слів, є найцікавішою, оскільки вона додає нові слова до мови [4].

Особливою функцією мовних одиниць є використання прийомів і стилів у рекламних слоганах. Початкова емоційно-естетична інформація потребує збереження або зміни при перекладі різних функцій з однієї мови на іншу. Змішання понять реклами та мистецтва є однією з причин стирання кордонів між цими сферами. Про розпорошеність цих сфер, про їхнє поступове взаємопроникнення можна говорити вже завдяки метафорам, порівнянням, гіперболам і каламбурам. Всі перераховані вище ефекти можуть бути досягнуті тільки при грамотному підході до використання наочних посібників. Зниження економічної ефективності, спотворення або руйнування рекламного зображення може бути викликано насиченістю тексту такими елементами. Використання риторичних фігур не призведе до успішного результату, а викличе роздратування реципієнтів, що вплине на їх ставлення до рекламованого товару чи послуги [5].

При перекладі виникають наступні завдання: декодування й адекватна передача мовного матеріалу, підтримання належ-

них рівнів когезії та когерентності, врахування екстралінгвістичної складової, передача комунікативної мети, оформлення тексту перекладу відповідно до синтаксичних норм мови перекладу, адаптація продукту перекладу для вдалого сприйняття реципієнта [6].

Також постає питання способів їх перекладу, а також обґрунтованості використання конкретних прийомів і засобів виразності. Слід зазначити, що метафора, одна з найуживаніших риторичних фігур, часто є найтяжчим випробуванням для перекладача.

Додатково в рекламі активно використовуються метафори і порівняння, що створюють асоціації з позитивними цінностями, такими як успіх, щастя або безпека. Як зазначає Р. М. Картрайт, використання метафор у рекламі сприяє кращому розумінню та запам'ятовуванню продуктів. Культурні посилання, згадки про популярну культуру, ікони або суспільні тренди роблять рекламу більш релевантною та зрозумілою цільовій аудиторії. Історії, які ілюструють досвід користування продуктом або послугою, створюють контекст для сприйняття цінностей бренду [7].

Крім того, рекламодавці використовують позитивні прикметники, що підкреслюють якість, екологічність, безпеку або інноваційність продукту, формуючи позитивний імідж. При використанні позитивних характеристик рекламодавці можуть значно підвищити ефективність кампаній. Запитання залучають споживачів до активного мислення і спонукають до роздумів про їхні потреби та бажання, тоді як заклики до дії, як-от «Вуу по» – «Купуйте зараз» або «Join us» – «Приєднуйтеся до нас», стимулюють їх до дій. Такі заклики часто стимулюють до дій [8].

Асоціації з соціальною відповідальністю також є важливими, оскільки включають елементи, що підкреслюють зобов'язання бренду щодо екологічних ініціатив або благодійності. Особливо акцентується увага на важливості соціальної відповідальності в сучасному рекламному дискурсі. Нарешті, використання зворотного зв'язку, наприклад, відгуків або історій клієнтів, демонструє задоволеність від продукту та підтверджує його цінності. Завдяки всім цим мовним засобам рекламодавці можуть ефективно передавати цінності, що резонує з сучасним суспільством, та формувати позитивний імідж бренду [8].

Передача рекламного дискурсу українською мовою має свої особливості, які враховують мовні, культурні та соціальні аспекти.

**Збереження змісту та емоційного забарвлення.** Це вимагає використання аналогічних емоційно забарвлених слів та фраз, щоб викликати подібні почуття у цільової аудиторії. Збереження емоційного контексту є критично важливим для успішного перекладу рекламних текстів, про це йдеться в роботах Глінки Н.В. [9]. Наприклад, слоган компанії Nike «Just Do It» [10] перекладається як «Просто зроби це» [11]. У цьому випадку використовується стандартизація, адже прямий переклад передає основне послання та заклик до дії, який є універсальним для різних культур. Цей слоган не потребує значної адаптації, оскільки його зміст легко зрозумілий і актуальний для багатьох культур.

**Врахування специфіки української культури та менталітету.** Рекламні тексти, які містять культурні посилання, жартильві елементи або фразеологізми, повинні бути адаптовані

так, щоб вони були зрозумілі та близькі українському споживачеві.

Тематичний аналіз реклами показує, що найчастіше рекламуються косметика та парфумерія, продукти харчування та ліки, побутова техніка, одяг та автомобілі. Можна сказати, що цей концептуальний набір є універсальним для рекламного ринку кожної країни. Незважаючи на загальний процес глобалізації рекламного ринку, тематична структура реклами є специфічною: зміст реклами в кожній країні характеризується низкою помітних відмінностей, які відображають специфіку суспільного розвитку в цьому культурно-мовному аспекті [12].

Переклад рекламних слоганів вимагає від перекладача знання та передбачення мовної та етнічної реакції потенційного реципієнта реклами. Такий прогноз може базуватися на особистій обізнаності перекладача, яка включає: знання специфіки національної психології, відмінностей культурно-історичних традицій, мови оригіналу та мови перекладу [13].

Здійснити якісний переклад без урахування таких даних неможливо, оскільки їх ігнорування може призвести до створення не тільки неякісної, але й відверто образливої реклами.

«I'm loving it. McDonald's» [14]. – «Я це люблю» [15]. Тут ми бачимо переклад відомого слогану компанії «Mc Donald's». Перше, на що звертає увагу оригінальне оголошення, це розмовний стиль мови (люблю замість кохаю). Розмовні структури дуже часто використовуються для створення емоційно-експресивного забарвлення, образності та ефектності рекламних текстів, які розраховані на масового читача, а тому мають бути близькі до нього за структурою. У перекладі чітко видно перестановочне перетворення. В англійському тексті дієслово *it* є прямим доповненням у кінці речення. Щодо українського перекладу, то тут ми спостерігаємо зовсім іншу картину: прямий додаток відповідає початковій позиції в реченні. Наступну граматичну трансформацію в досліджуваному випадку можна пояснити тим, що в англійській мові є фіксований порядок слів. Підмет стоїть перед дієсловом, тоді як прислівник і обставина ставляться в кінці речення, часто після дієслова. Формального визначення позиції слова в українській мові немає. І логічний, і смисловий наголос падає на вказівний займенник, тому він ставиться на початку українського речення.

«There's no clean like Mr. Clean» [16]. «3 Mr. Proper веселіше прибирати вдвічі швидше» [17]. При перекладі цього слогану перекладачі використовували ритм і риму. Використання ритму ефективно впливає на звучання, коли слоган досить довгий. Ритмічно розташовані слогани привертають увагу серед інших рекламних повідомлень. Римування включає співзвучність у кінцях слів, тоді як співзвучність включає багато більше схожих звуків у двох або більше словах і в кореневих частинах. Рима часто використовується в рекламі, як і інші художні прийоми, вона повинна бути функціональною (римовані слова повинні містити важливі рекламні одиниці: назву торгової марки, показники товарної категорії, основні споживчі переваги) і виправдану (стилістично і семантично пов'язану із загальним змістом слова рекламне повідомлення).

Уявімо, що слоган цукерки «Баунті» «Taste of paradise» [18] перекладається дослівно – «Смак раю» або «Райський смак», зауважте, що ці варіанти не настільки експресивні, як «Баунті – райська насолода» [19]. Перекладачі вирішили відмовитися від передачі значення слова смак на користь стислості слогану, вдало обравши емоційно-експресивне слово «насо-

лода» замість загальноживаного «смак». Такі підбадьорливі слова є невід'ємною частиною ефективної реклами.

В наступному випадку використано метод лексичної заміни. У популярній рекламі «Sprite: Obey your thirst» [20] в українській версії від оригінального перекладу фрази залишився лише сенс, який звучить як «У спраги немає шансів» [21]. Можна припустити, що перекладачі цього слогану вирішили емоційно прикрасити фразу, щоб зробити її більш помітною та зрозумілою. Тут використано метод інтегрального перетворення та метод перестановки. Завдяки цьому методу фраза звучить набагато краще.

«Have a break, have a KitKat» [22]. – «Є перерва. Є Kit Kat» [23]. Це оголошення використовує дослівний переклад, який передає все, що можна передати, включаючи структуру та вихідний текст.

«Hungry? Grab a Snickers!» [24]. – «Не гальмуй! Снікерсуй!» [25]. В українському перекладі рекламного слогану батончиків Snickers експерти трансформували його, змінивши основну частину та додавши неологізм. Слово «Snickers» – це нове слово, яке було створено в результаті цієї реклами. Перша частина слогану, виражена англійською мовою прикметником *hungry*, що означає «гоłodний», в українському перекладі замінена на слово «гальмо» з зовсім іншим значенням. В англійській версії клієнту задають питання «Ви голодні?». Українська версія закликає споживача не збавляти обертів і з'їсти батончик Snickers.

Підводячи підсумок, можна сказати, що в українському перекладі збережено лише основний зміст реклами, що закликає до покупки цього батончика. У зв'язку з глобалізацією рекламодавці та маркетологи повинні бути обережними при створенні рекламного слогану та його перекладі.

**Адаптація слоганів та девізів.** Для збереження звучності та ритміки оригіналу часто використовуються римовані конструкції або алітерації, які роблять слоган більш запам'ятовуваним. Важливо також, щоб слогани не втрачали своїх рекламних функцій, а залишалися атрактивними для української аудиторії.

Дуже відомий слоган компанії Apple «Think Different» [26]. перекладається як «Думай інакше» [27]. Тут застосовується часткова адаптація, оскільки прямий переклад є можливим, але для української аудиторії може бути підсилено варіантом «Мисли по-іншому», що краще підкреслює акцент на креативності й нестандартному мисленні, який є притаманний українському соціуму.

Слоган компанії Red Bull «Red Bull gives you wings» [28] перекладається як «Red Bull надає крила» [29]. У цьому випадку застосовується адаптація, оскільки прямий переклад метафоричного вислову «дає крила» міг би бути сприйнятий буквально.

Розглянемо слоган De Beers «A Diamond is Forever» [30] перекладається як «Діамант вічний», в такому перекладі зберігається буквальний зміст, але адаптується до української мови. Це дослівний переклад, який зберігає структуру ідіоми або словосполучення, але змінює окремі елементи для того, щоб текст був зрозумілий цільовій аудиторії. Такий перекладацький метод називається – калькування.

Ще одним поширеним методом перекладу є транскреція – це творчий процес адаптації тексту з однієї мови на іншу, який не просто передає зміст, але й відтворює емоційний, культурний та стилістичний ефект оригіналу. Цей метод може бути

використаний для перекладу тих слоганів та рекламних текстів, де потрібно передати не лише суть, а й настрій. Наприклад, слоган бренду шоколаду «Melts in your mouth, not in your hand.» [31]. – «Тане в роті, а не в руках» [32]. В українському контексті для кращого емоційного сприйняття цей слоган може бути адаптований, наприклад, як: «Тане на язичці, але не в руках». Така транс креація зберігає суть оригіналу, але використовує адаптовані вирази для української мови, створюючи аналогічну емоційну реакцію.

Більш того, рекламний дискурс в українській мові повинен враховувати різноманітність мовних засобів, таких як метафори, порівняння та алегорії, які можуть мати специфічні асоціації в українському контексті. Використання позитивних прикметників і закликів до дії має бути орієнтоване на споживчі потреби та бажання, що часто залежать від культурних та соціальних реалій.

Також важливо враховувати лексичну і граматичну адаптацію. Це означає, що рекламні тексти мають бути граматично коректними і легкими для сприйняття, з урахуванням специфіки української мови. Перекладачі часто стикаються з дилемами вибору між дослівним перекладом і адаптацією, щоб знайти оптимальний баланс між змістом і формою.

**Висновки.** Отже, рекламні слогани – це короткі та запам'ятовувані фрази, які передають основну ідею рекламної кампанії, допомагаючи бренду виділитися серед конкурентів. Більшість слоганів виникли з часто повторюваних фраз і поділяються на: розповідні, питальні, спонукальні та окличні, причому спонукальні є найбільш ефективними. Переклад слоганів вимагає врахування цілей, культурних і соціальних аспектів, а також специфіки оригінального тексту. Правильний вибір стратегії перекладу може суттєво вплинути на сприйняття рекламного дискурсу споживачами. Рекламний дискурс стає потужним інструментом не лише для просування товарів, але й для трансляції цінностей, що формують сучасний світогляд. Реклама впливає на суспільство, формуючи ідеали споживання, успіху, краси та індивідуалізму. Водночас, вона реагує на соціальні зміни, адаптуючи меседжі до актуальних пріоритетів, таких як екологічність, інклюзивність і самореалізація. Ефективна передача рекламного дискурсу українською мовою вимагає глибокого розуміння не лише мови, а й культурних, соціальних та психологічних аспектів, що визначають споживчу поведінку українців. Адаптація або стандартизація слоганів може впливати на ефективність рекламних матеріалів, зберігаючи емоційний контекст і привабливість. Важливо використовувати метафори, порівняння, позитивні прикметники та акценти, що підвищують ефективність реклами, роблячи її зрозумілішою та актуальнішою для цільової аудиторії.

#### Література:

1. Дерега С. В. Особливості функціонування частин мови в англійських рекламних текстах. *Science and Education a New Dimension*. 2020. Vol. VIII(218), No. 66. С. 21–25. URL: <https://doi.org/10.31174/send-ph2020-218viii66-04>.
2. Ковтун О. В., Бойван О. С. Способи перекладу рекламних слоганів. *International scientific and practical conference*. 2021. С. 115–118. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-073-5-2-29>.
3. Крутоголова О. В., Єлісеєва А. В. Рекламний слоган у лінгвопрагматичному ракурсі. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили. Серія: Філологія. Мовознавство*. 2013. Вип. 223(211). С. 8. URL: <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/naukpraci/movoznavstvo/2013/223-211-8.pdf>
4. Телетов О. С., Телетова С. Г. Особливості реалізації прийомів мовної гри в рекламних текстах [Електронний ресурс]. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2020. № 5. С. 238–243. Хмельницький: ХНУ.
5. Білоконенко Л. А. Основи рекламознавства: практикум. Кривий Ріг: КДПУ, 2020. URL: <https://elibrary.kdpu.edu.ua/bitstream/123456789/4305>.
6. Шаранова Ю. В., Маслов Є. О. Перекладацькі трансформації в англо-українських перекладах у сфері інженерії. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. Вип. 2, Т. 3. Одеса: Видавничий дім «Гельветика». С. 150–154.
7. Sturken M., Cartwright L. *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*. 2nd ed. Oxford: Oxford University Press, 2009. 496 p.
8. Duncan T. *Principles of Advertising*. 2nd ed. New York: McGraw-Hill, 2005. С. 125–130.
9. Глінка Н. В., Зайченко Ю. Експресивні засоби й стилістичні прийоми вираження експресивності та особливості їх перекладу. *Вісник НТУУ «КПІ». Філологія. Педагогіка*. 2013. Вип. 2. С. 34–39. URL: <https://ela.kpi.ua/items/c5925337-e6b1-4f68-8fe6-207e06c7f682>.
10. Vandervort Media (VV Media). NIKE – Just Do It. [Відео]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=frRkr00tY>.
11. Miraton. Бренд Nike на сайті Miraton: жіноче та чоловіче взуття і сумки. URL: <https://www.miraton.ua/ua/fashioncocktail/brend-nike-na-sayte-miraton-zhenskaya-y-muzhskaya-obuv-y-sumky.html>.
12. Зелінська О. І. Лінгвальна характеристика українського рекламного тексту: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова». Харків, 2002. 17 с.
13. Миколаєнко М. Ю. Роль перекладу рекламних текстів у формуванні міжкультурної комунікації. *ResearchGate*. 2020. URL: [https://www.researchgate.net/publication/348039959\\_ROL\\_PEREKLADU\\_REKLAMNIH\\_TEKSTIV\\_U\\_FORMUVANNI\\_MIZKULTURNOI\\_KOMUNIKACII](https://www.researchgate.net/publication/348039959_ROL_PEREKLADU_REKLAMNIH_TEKSTIV_U_FORMUVANNI_MIZKULTURNOI_KOMUNIKACII).
14. Da OCHO. McDonald's – I'm Lovin' It. [Відео]. 2021. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ca5S85mhFbE>.
15. Реклама McDonald's. Я це люблю™. [Відео]. 2004. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=lqDLxsGzln0>.
16. There's no clean like Mr. Clean // *Stimulant Online*. 2016. URL: <https://stimulantonline.ca/2016/07/07/theres-no-clean-like-mr-clean/>.
17. Українська реклама Mr. Proper. Studio TV Plus. [Відео]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ogqfZQbIsJA>.
18. PostFWD Video Archives. BOUNTY Chocolate Bar «The Taste Of Paradise». [Відео]. 1988. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=h8S7B8lnOLA>.
19. Bounty. Диктор: Марта Мольфар українською. [Відео]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1JVArXAAcSQ>.
20. Sprite | Obey Your Thirst. Sprite. [Відео]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LDsLM8KjPLE>.
21. Українська реклама Sprite. [Відео]. 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mkyFUFnONTU>.
22. Nestlé KITKAT. KITKAT® Commercial – Have a Break, Have a KITKAT®. [Відео]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=yFX8pOl0cdU>.
23. Є перерва — є KitKat®. [Відео]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tLXCwOBpYa8>.
24. Snickers – You're Not You When You're Hungry. [Відео]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=u71SpAivVV8>.
25. Snickers. Не гальмує — Снікерсує! [Відео]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KlHDF5PKE2s>.
26. Apple. «Think Different». URL: <https://www.google.com/search?q=Apple+%22Think+Different%22>.

27. Gold Web Solutions. 18 вдалих слоганів для послуг та товарів. URL: <https://goldwebsolutions.com/uk/blog/18-vdalix-sloganiv-dlya-poslug-ta-tovariv/>.
28. Red Bull. «Red Bull gives you wings». [Відео]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=K31dg86OmuM>.
29. FlyingPlanet. [Відео]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=pu5Qg1jeZIQ>.
30. RetroCommercial.com. 80s Retro Commercial Compilation. [Відео]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8pU6WQXkiOU>.
31. M&M's. Melts In Your Mouth, Not In Your Hands. 1986 Ad. [Відео]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=TkArAvO7B2Q>.
32. M&M's – шоколад, який тане в роті, а не в руках. Tumblr. URL: <https://natashagodlevska-blog.tumblr.com/post/119969448007>.
33. Брюховецька О. В. Візуальний поворот у культурі і культурології. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/49d6c4ab-f8a8-4e0d-8c41-c612050c890e/content>.
34. Зацний Ю. А., Янков А. Ю. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття: англо-український словник. Вінниця: Нова Книга, 2008. 360 с.
35. Калиновська І. М. Іменникові фрази-рекламні слогани: структурний і семантичний аспекти. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2013. Вип. 19. С. 81–84.
36. The Influence of Metaphors and Product Type on Brand Personality Perceptions and Attitudes. URL: [https://www.researchgate.net/publication/261586611\\_The\\_Influence\\_of\\_Metaphors\\_and\\_Product\\_Type\\_on\\_Brand\\_Personality\\_Perceptions\\_and\\_Attitudes](https://www.researchgate.net/publication/261586611_The_Influence_of_Metaphors_and_Product_Type_on_Brand_Personality_Perceptions_and_Attitudes).

**Polycheva Yu., Mets O. Peculiarities of conveying English slogans into Ukrainian**

**Summary.** The article is devoted to the translation of advertising slogans, which is a complex process that requires taking into account the linguistic, cultural and social characteristics of the target audience. With globalization and the development of the Ukrainian market, the demand for translating and adapting advertising texts and slogans has significantly increased. A large number of foreign companies are entering the Ukrainian market and need to adapt their advertising campaigns to appeal to Ukrainian consumers.

To perform such translations effectively, the translator must be highly qualified and knowledgeable not only in the field of translation but also in the cultural, ethical, and psychological traits of the target audience. The article outlines the main types of advertising text creation and the methods used for their translation. Advertising discourse is a unique sphere of linguistic creativity that combines elements of art, marketing, and linguistics. With market globalization and the rapid development of digital technologies, the importance of translating advertising texts is continuously growing.

Advertising slogans are characterized by functionality, brevity, and impact. To translate a text effectively, it is essential to consider not only the accuracy of its content but also its style, cultural nuances, emotional factors, and the context in which the text is perceived. Translators must pay attention to the tone and nature of the message to ensure it is as clear and acceptable as possible to the target audience.

Modern translation methods often involve adaptive techniques that modify the text to fit specific cultural or social conditions, standardization to ensure clarity and consistency, and transcreation – a creative reinterpretation necessary to convey ideas in a form that emotionally and stylistically resonates with the reader. Additionally, linguistic techniques such as rhetorical devices, rhymes, metaphors, and wordplay are widely used to enhance the expressiveness and alignment of the translated text with the original.

The choice of a specific approach depends on the purpose of the translation, the nuances of the text being translated, and the cultural environment in which the text will be used. Particular attention in the article is given to effective methods for translating slogans, which include preserving emotional tone, cultural adaptation, and creative adaptation, among others. It is noted that the selection of a specific method depends on the unique features of the slogan, its stylistic design, and the expected audience reaction. Maintaining the pragmatic function of the text, taking into account the emotional context, and aligning with cultural values are key aspects of effective translation.

**Key words:** translation, adaptation, slogans, culture, language means, pragmatic value.

*Раєвська І. В.,**кандидат філологічних наук, доцент,  
завідувачка кафедри теорії та практики перекладу  
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова**Гринько О. С.,**кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри теорії та практики перекладу  
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова*

## ТРАДИЦІЯ ТА НОВАТОРСТВО ПРИ ПЕРЕКЛАДІ АНГЛІЙСЬКИХ ВЛАСНИХ НАЗВ УКРАЇНСЬКОЮ НА ПРИКЛАДІ СУЧАСНОЇ АНГЛОМОВНОЇ ПРОЗИ

**Анотація.** Статтю присвячено аналізу особливостей передачі власних назв з англійської мови українською на прикладі художнього твору ірландської сучасної письменниці Саллі Руні «*Normal people*» в українському перекладі, який виконала Анастасія Коник. Власні назви відіграють важливу роль у сфері культури та науки, часто запозичуючись із іноземних мов, тому ці одиниці є предметом постійної уваги сучасного перекладознавства. На відміну від загальноживаних слів, власні назви мають здатність до універсалізації, що робить їх надзвичайно важливими для комунікації та взаєморозуміння. Крім того, вони відіграють значну роль у міжкультурній комунікації, філології та перекладознавстві. Особливості власних назв привернули увагу науковців, що згодом призвело до формування окремої науки – ономастики, яка вивчає ці лексичні одиниці та їхнє функціонування. Переклад власних назв вимагає дотримання низки прийнятих правил, проте, навіть у цьому разі, різниця у системах письма може значно спотворювати ідентичність назви. Часто перекладач стикається з труднощами у передачі смислового чи емоційного навантаження, яке закладено в ім'я автором. Читач перекладу іноді не здатний повною мірою оцінити образність і глибину, закладені в текст оригіналу, що може призводити до втрати цілісного сприйняття. Порівняльний аналіз підходів до визначення власних назв в українській та англійській ономастиці демонструє як спільні риси, так і відмінності. Розбіжності між підходами мають важливе значення для практики перекладу власних назв. Вони створюють основу для розробки методів передачі, які враховують як семантичну, так і культурну специфіку цих мовних одиниць. Завдяки такому підходу перекладачі можуть зберегти не лише фонетичні чи графічні аспекти, але й культурно-історичну цінність оригіналу. У статті зроблено огляд українських та іноземних класифікацій власних назв та способів їх перекладу, виділені найчастотніші засоби передачі сучасних та традиційних власних назв різних семантичних груп.

**Ключові слова:** ономастика, власні назви, семантичні групи власних назв, способи перекладу власних назв, практична транскрипція, трансплантація, калькування.

**Постановка проблеми та зв'язок з науковими та практичними завданнями.** Неповнота даних досліджень про проблеми перекладу власних назв з англійської мови українською

обумовлює сьогоденний інтерес перекладознавців до вивчення цієї проблематики. Також актуальність зумовлює інтерес вчених та пересічних читачів до власних назв, які потрапляють в українську мову. Оскільки власна назва відображає культурну специфіку мови, виникають труднощі при її перекладі. Існує хибна думка, що переклад власних назв не потребує великої уваги. Однак такі назви мають унікальну семантичну структуру, яка сприяє подоланню мовних бар'єрів та розумінню зв'язків між мовними одиницями та категоріями. При перекладі часто втрачаються зв'язки між оригіналом та перекладом, а це може ускладнити ідентифікацію об'єкта чи особи. Тому сучасному перекладачу слід вивчати та аналізувати власні назви та їх категорії, знати традиційні та новаторські підходи до передачі власних назв рідною мовою та шукати найоптимальніші засоби передачі ідей автора через власні назви.

**Метою** роботи є аналіз особливостей функціонування та перекладу власних назв в сучасній англійській прозі при перекладі з англійської мови українською. Для реалізації поставленої мети було проаналізовано романі Саллі Руні «*Normal people*» та його переклад українською мовою.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемі перекладу власних імен художньої літератури присвячено наукові розвідки як вітчизняних так і зарубіжних дослідників: О. Бока, В. Карабан, А. Гудманян, Т. Олійник, М. Бережна, П. Ньюмарк, С. Норд, С. Баснет, І. Мейсона та інших, у яких схарактеризовано ефективні способи їх перекладу, оцінено роль перекладачів.

Власні назви (оніми) – це мовні одиниці, що слугують для конкретного найменування окремих предметів дійсності, співвідносячи їх із класом споріднених об'єктів. Вони є важливою частиною мовного інвентаря, дозволяючи точно і однозначно визначати ті реалії, які не можуть бути описані за допомогою загальних назв або інших засобів. Власні назви відрізняються від загальних за обсягом і характером інформації, яку вони містять, виконуючи не лише номінативну, але й культурну функцію [1, 2].

Серед дослідників, які суттєво вплинули на вивчення перекладу онімів, можна виділити Пітера Ньюмарка, Юджина Найду та Андре Лефевра.

П. Ньюмарк у своїй праці *A Textbook of Translation* розглядає стратегії транскрипції, транслітерації та адаптації, наголо-



шуючи на необхідності збереження культурної ідентичності та забезпечення зрозумілості для цільової аудиторії [3]. Найда запропонував концепцію «динамічної еквівалентності», що акцентує увагу на збереженні реакції аудиторії оригінального тексту, аналізуючи переклад біблійних онімів і їхнє культурне значення. Лефевєр вивчав ідеологічний вплив на переклад, розглядаючи адаптацію власних назв через призму політичних і культурних факторів [4].

Іен Мейсон і Гарі Кассарс досліджували прагматичний аспект перекладу онімів. Мейсон підкреслював необхідність урахування семантичних і комунікативних функцій власних назв, пропонуючи адаптувати методи перекладу (транскрипція, калькування, прямий перенос) до конкретного контексту [5]. Кассарс зосередився на транслітерації та культурній значущості онімів, показуючи, що вибір методу перекладу залежить від прагматичного контексту та потреб цільової аудиторії [6]. Ці дослідження створюють теоретичну базу для аналізу та практики перекладу власних назв у міжмовній комунікації.

Порівняльний аналіз української та англійської ономастики виявляє спільне розуміння власних назв через їхню номінативну функцію, спрямовану на ідентифікацію унікальних об'єктів. У обох традиціях підкреслюється роль власних назв як маркерів історії та культурної ідентичності, що зберігають зв'язок із національними й регіональними особливостями. Власні назви розглядаються не лише як мовні одиниці, але і як важливий елемент культурної спадщини, що відображає унікальні риси спільнот.

Відмінності між підходами зумовлені різними науковими акцентами: українська ономастика зосереджується на історичному й етнокультурному аспектах, тоді як англійська традиція акцентує функціональні та когнітивні аспекти, включно з впливом власних назв на міжмовну комунікацію. Ці розбіжності визначають підходи до перекладу, дозволяючи зберігати не лише графічну чи фонетичну форму, але й культурно-історичну цінність оригіналу. Такий підхід є критично важливим у художньому перекладі, де необхідно передати зміст, емоційний вплив і національну ідентичність тексту.

Для цілей дослідження перекладу власних назв у сучасному романі найбільш підходящим є визначення, запропоноване М. Бережною [7], де зазначено, що власна назва – це одиниця мови, яка слугує для позначення окремого предмета чи поняття з однотипного класу, зберігаючи свою ідентичність у міжмовному просторі. Таке визначення дозволяє врахувати специфіку їхнього використання у художній літературі та важливість збереження культурної специфіки під час перекладу.

У сучасному перекладознавстві існує ціла низка класифікацій власних назв. Розглянемо деякі з них докладніше.

Український вчений В'ячеслав Іванович Карабан, відомий своїми дослідженнями в галузі перекладу, зокрема наукової та технічної літератури, приділяв увагу класифікації власних назв. У своїх працях він розглядав різні типи власних назв, такі як антропоніми (імена людей), топоніми (географічні назви), зооніми (назви тварин), теоніми (імена божеств), міфоніми (імена міфологічних персонажів), етноніми (назви народів), космоніми та астроніми (назви небесних тіл), ідеоніми (назви творів мистецтва) та прагматоніми (назви об'єктів матеріальної культури) [8].

М. Кочерган зазначає: «Власні імена, на відміну від загальних, служать для виділення названого ними об'єкта з низки

подібних для його індивідуалізації та ідентифікації» [9, с. 464]. В його класифікації зустрічаємо також хрононіми, ергоніми, гідроніми, етноніми [9, с. 466].

О. В. Пеліна у своїй дисертаційній роботі аналізує ще один вид онімів – прагматоніми, який має свої підвиди (архітектуроніми, хремагоніми, порейоніми, фалероніми та товароніми), а також виділяє підвиди ідеонімів – артіоніми, біблійоніми, гемероніми, георгоніми, документоніми та хромоніми [10, с. 19].

Поетонімам присвячено багато робіт М. В. Бережною, важливих для аналізу художньої літератури. О. П. Ковальчук проводить аналіз епонімів, що теж є невід'ємною складовою ономастичного простору [11].

Ключова задача перекладача – зробити переклад таким, щоб реципієнт отримав адекватний переклад власних назв з мови оригіналу. При цьому перекладознавці досі не мають консенсусу щодо класифікації способів перекладу власних назв.

М. Положин у своєму посібнику визначає три основні види перекладу: адекватний, дослівний і вільний. Адекватний переклад забезпечує точну передачу змісту та форми оригіналу, дослівний — зберігає структуру мови-оригіналу й застосовується до власних назв та термінів, а вільний дозволяє адаптацію тексту для цільової аудиторії [12]. Подібний підхід спостерігається у працях І. В. Корунця, який також виділяє буквальний переклад, переклад від слова до слова та словесний переклад [13]. Пітер Ньюмарк пропонує методи транскрипції, транслітерації, калькування, трансплантації та адаптації, наголошуючи на важливості врахування культурної специфіки і контексту. Вінай і Дарбельне зосереджуються на адаптації та калькуванні як ключових методах для передачі культурно специфічних назв [14], тоді як Сусан Баснетт акцентує увагу на збереженні, модифікації та локалізації власних назв у контексті міжкультурної комунікації [15].

Іен Мейсон і Дуглас Робінсон виділяють фонетичну, лексичну та культурну адаптації, підкреслюючи їхню залежність від потреб аудиторії. Андре Лефевєр наголошує на впливі ідеології, пропонуючи переклад-заміщення та директний переклад. Х. Норд акцентує на функціональній адаптації та збереженні культурного контексту [16]. В. Карабан пропонує методи транскрипції, транслітерації, калькування та використання традиційних відповідників, актуальних для географічних назв і імен. А. Гудманян виділяє трансплантацію, транслітерацію, практичну транскрипцію та коментований переклад, відкидаючи примітки як неприйнятний варіант [17]. М. Бережна додає морфограматичну модифікацію, семантичну експлікацію та обмеження варіативності, підкреслюючи їхню важливість у сучасному перекладознавстві.

На наш погляд, різноманітність класифікацій власних назв в українському, американському та британському мовознавстві пов'язана з відмінностями у мовних традиціях, культурному контексті та підходах до лінгвістичних досліджень. Українська лінгвістика приділяє значну увагу історичному та етнокультурному аспектам, зосереджуючись на зв'язку власних назв із національною ідентичністю, фольклором та історією. Це пояснюється тим, що українська мова і культура тривалий час перебували під впливом різних імперій, що спричинило необхідність акцентувати національну самобутність через мову, зокрема через аналіз власних назв. Наприклад, українські класифікації часто орієнтовані на ономастичний континіум, що враховує географічні, антропонімічні та історичні аспекти.

У свою чергу, американська та британська традиції більшою мірою орієнтовані на практичність та міжкультурну адаптацію. Дослідження власних назв у цих країнах часто зосереджуються на їхньому функціональному використанні у міжмовній комунікації, літературі та масовій культурі. Класифікації базуються на прагматичних аспектах, зокрема на аналізі того, як оніми передаються у перекладі або адаптуються до потреб аудиторії. Наприклад, британські вчені, як-от Пітер Ньюмарк, акцентують увагу на впливі культурного контексту та стратегій перекладу на збереження ідентичності власних назв. Американські лінгвісти, такі як Юджин Найда, зосереджуються на динамічній еквівалентності, що враховує емоційний відгук реципієнта. Різниця підходів також відображає відмінності у меті: якщо українські класифікації націлені на збереження національної спадщини, то англійські дослідження більше спрямовані на універсалізацію та адаптацію.

**Виклад основного матеріалу.** Роман «Нормальні люди» Саллі Руні [18, 19] є цікавим об'єктом для дослідження перекладу власних назв, оскільки відображає актуальні соціальні, культурні та психологічні аспекти життя в Ірландії. Власні назви в тексті, зокрема антропоніми, топоніми, прагматоніми та ідеоніми, виконують функції ідентифікації, створення автентичності та передачі соціального і символічного змісту. Імена героїв, як-от Коннелл Вальдрон і Маріанна Шерідан, або топоніми, такі як Слайго чи Дублін, відображають ірландську культуру та контрасти між провінцією й містом, що вимагає від перекладача збереження їхнього культурного й семантичного навантаження. Популярність роману та його серіальна адаптація підкреслюють важливість перекладу для забезпечення зрозумілості і впливовості тексту для різних аудиторій. Аналіз власних назв у творі є міжкультурним дослідженням, що дозволяє оцінити, як переклад зберігає емоційний і культурний вплив оригіналу.

Найчисельнішою групою є антропоніми і топоніми, що разом становлять понад половину всієї вибірки (54.7%), що свідчить про їхню ключову роль у тексті. Інші категорії, хоча менш поширені, додають глибини, розмаїття та контекстуальності твору. Розподіл онімів у тексті демонструє їхню важливість для створення цілісного та багатозначного контексту твору. Найвища частка антропонімів (25.4%) і топонімів (29.3%) підкреслює ключову роль персонажів та географічної прив'язки у формуванні сюжету. Ці категорії служать основою тексту, забезпечуючи його ідентифікацію у просторі та людському вимірі.

Значна частка прагматонімів (19.2%) та ідеонімів (12.7%) свідчить про інтеграцію в текст сучасного соціального й культурного контексту. Включення назв брендів, літературних творів, фільмів та медіа підсилює зв'язок тексту із реальним світом, що робить його ближчим до читача.

Менша кількість хрононімів (4.9%), ергонімів (3.9%), міфонімів (2.3%) і зоонімів (2.3%) свідчить про їхню більш специфічну, але важливу функцію. Вони додають символізму, культурних асоціацій та емоційної глибини. Наприклад, назви свят посилюють святковий або традиційний контекст, а прізвиська тварин додають індивідуальності окремим елементам сюжету.

Таким чином, розподіл онімів демонструє баланс між ключовими та допоміжними категоріями, кожна з яких виконує свою роль у створенні багатовимірного художнього світу.

В перекладі роману українською мовою, який виконала Анастасія Коник [18], найбільш поширеними способами перекладу онімів є традиційний ономастичний відповідник, транскрипція та транслітерація. Традиційний ономастичний відповідник (28.7%, 88 одиниць) використовується переважно для усталених назв, таких як країни, географічні об'єкти та імена відомих осіб (*Sweden – Швеція, Zeus – Зевс*). Транскрипція (18.9%) застосовується для передавання звучання, особливо у випадках, коли немає усталеного відповідника (*Irish Times – Айрїш Таймз*). Транслітерація (16.3%) допомагає передати графічну форму оригіналу українськими літерами. Практична транскрипція (12.4%) поєднує транскрипцію і транслітерацію для збереження балансу між звучанням та графічною формою (*Connell Waldron – Коннелл Вальдрон*).

Калькування (10.8%) і трансплантація (11.4%) використовуються у випадках, коли необхідно передати зміст або зберегти міжнародну впізнаваність. Калькування є типовим для організації чи свят (*Bank of Ireland – Банк Ірландії*), тоді як трансплантація застосовується до брендів і компаній (*Netflix – Netflix*). Змішаний спосіб перекладу (1.6%) поєднує кілька технік, таких як транскрипція та калькування, для складних назв (*Trinity College – Трінїті Коледж*). Це забезпечує адекватність і зрозумілість для читача, дозволяючи врахувати семантичні та культурні аспекти.

Змішаний спосіб перекладу є особливо важливим для онімів зі складною структурою, що включають як власні імена, так і загальні слова (*the New York Times – Нью-Йорк Таймз*). Комбінація методів, таких як традиційний ономастичний відповідник і транскрипція, створює баланс між збереженням оригінальної форми та адаптацією до українського контексту. Такий підхід робить переклад точним і зрозумілим, що є важливим для забезпечення функціональності тексту.

Аналіз тематичної класифікації онімів у співвідношенні зі способами перекладу демонструє певні закономірності, пов'язані з їхнім характером і сферою вживання. Для антропонімів і топонімів найчастіше використовуються транскрипція, транслітерація та традиційний ономастичний відповідник. Імена людей та географічні назви, що мають усталені форми в українській мові, зазвичай передаються через традиційний відповідник, як-от *Zeus – Зевс* або *Dublin – Дублін*. Для менш відомих або нових імен часто застосовують транскрипцію (*Connell – Коннелл*) або транслітерацію (*Sheridan – Шерідан*), що дозволяє зберегти їхню фонетичну форму.

Для прагматонімів, таких як назви брендів і організацій, характерне застосування трансплантації або калькування. Наприклад, *Coca-Cola – Кока-Кола* демонструє трансплантацію, тоді як *Bank of Ireland – Банк Ірландії* є прикладом калькування. У разі складних назв, що містять елементи кількох типів, нерідко використовується комбінований спосіб. Подібна тенденція спостерігається й у передачі ідеонімів, де калькування використовується для буквальних перекладів назв, а трансплантація – для збереження оригінального вигляду сучасних термінів.

Назви свят, установ і міфоніми зазвичай перекладаються за допомогою калькування або традиційного ономастичного відповідника, враховуючи їхню культурну значущість. Наприклад, *Saint Patrick's Day – День Святого Патріка* є прикладом калькування, а *Zeus – Зевс* передається як традиційний відповідник. Зооніми переважно перекладаються через транскрип-

цію або транслітерацію. Загалом вибір способу перекладу значною мірою залежить від семантичної та стилістичної функції оніма в тексті, а також від усталеності його форми в українській мові.

**Висновки.** Аналіз способів перекладу онімів показав, що найбільш поширеними методами є традиційний ономастичний відповідник, транскрипція та транслітерація, які найчастіше використовуються для антропонімів і топонімів. Ці методи дозволяють зберегти автентичність оригіналу та адаптувати його до мовної системи перекладу, забезпечуючи впізнаваність назв для цільової аудиторії. Водночас методи калькування, трансплантації та змішаного перекладу демонструють свою ефективність у переданні семантичних або культурних елементів менш відомих онімів. Залежність способу перекладу від типу власної назви, її структури та контексту використання вказує на необхідність гнучкого підходу з боку перекладача.

Подальші дослідження в цій галузі можуть зосередитися на аналізі специфіки перекладу власних назв у різних жанрах і текстових типах, зокрема в офіційних документах, художній літературі та мультимедійних текстах. Важливо також вивчати роль власних назв як інструментів міжмовної комунікації, адже вони не лише виконують номінативну функцію, але й є носіями культурної, історичної та соціальної інформації. Це робить їх ключовими «містками» між культурами, правильна передача яких сприяє ефективному міжкультурному діалогу.

#### *Література:*

- Бучко Д. Г. Словник української ономастичної термінології / Д. Г. Бучко, Н. В. Ткачова. Х.: Ранок-НТ, 2012.
- Піскун Н. До питання стандартизованої передачі українських антропонімів англійською мовою // Відтворення українських власних назв (антропонімів і топонімів) іноземними мовами. К.: НАН України 2003. С. 99–104.
- Newmark, P. A Textbook of Translation. Prentice Hall. 1988. P. 236.
- Lefevere, A. Translation, Rewriting, and the Manipulation of Literary Fame. Routledge. 2022. P. 165.
- Mason, I. Pragmatics and Translation: Explorations in Intercultural Communication. Cambridge University Press. 2003. P. 98.
- Cassar, J. & Attard Tonna, M. (2018). They Forget That I'm There: Migrant Students Traversing Language Barriers at School. International Academic Forum Journal of Language Learning, 4(1), 7–23.
- Бережна М. В. Тринадцять етапів перекладу власних імен та назв. Вісник Сумського державного університету. Серія Філологія. 2007, Т. 2 ; No 1. С. 62–67.
- Карабан В.І. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську. [укр./англ.]: Навчальний посібник для ВНЗ. Вінниця: Нова Книга, 2008. 608 с.
- Кочерган М. П. Вступ до мовознавства. 2 вид. Київ: Академія, 2005. 368 с.
- Пеліна О. В. Особливості перекладу українських ідеонімів і прагматонімів англійською мовою: автореф. дис. ... канд. філол. наук: Одеса, 2014. 190 с.
- Ковальчук О. П. Структурно-семантичні особливості епонімів англійської та української мов: дис. ... канд. філ. наук. Дрогобич, 2019. 188 с.
- Полюжин М.М. Теорія і практика перекладу з англійської мови на українську. К., 2011. 124 с.
- Корунець І. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): Підручник. Вінниця: Нова книга 2002. С. 358.
- Vinay, J.-P., & Darbelnet, J. Comparative Stylistics of French and English: A Methodology for Translation. John Benjamins. 1995. P. 234.
- Bassnett, S. Translation Studies. Routledge. 2020. P.76.
- Nord, C. Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained. Routledge. 1997. P. 76.
- Гудманян А.І. Відтворення власних назв у перекладі. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філологічних наук за спеціальністю– перекладознавство. Київський національний університет ім. Тараса Шевченка Київ 2004. С. 96.
- Sally Rooney. Normal People. Faber & Faber. 2018. P. 266.
- Саллі Руні. Нормальні люди / пер. з англ. Анастасії Коник. Львів : Видавництво Старого Лева, 2020. 312 с.

#### **Rayevska I., Grynko O. Tradition and Innovation in Translating English Proper Names into Ukrainian: a Case Study of Contemporary English-Language Prose Fiction**

**Summary.** This article explores the translation of proper names from English into Ukrainian, using Normal People by contemporary Irish author Sally Rooney as a case study. The Ukrainian translation, completed by Anastasiya Konyk, highlights the challenges and nuances of rendering proper names across languages. Proper names play a vital role in culture and science, frequently borrowed from foreign languages, making them a key area of interest in modern translation studies. Unlike common nouns, proper names are often universal in use – maintaining their form across languages – which makes them crucial for communication and mutual understanding. They are also central to intercultural exchange, philology, and translation theory.

The distinct features of proper names have long attracted scholarly attention, leading to the emergence of onomastics as a specialised field of study. Translating proper names involves following established rules; however, differences in writing systems can sometimes distort their identity. Translators often face difficulties in conveying the semantic or emotional significance imbued by the author. As a result, readers of a translated work may miss some of the imagery or depth of the original, which can diminish their overall experience of the text.

A comparative analysis of how proper names are defined in Ukrainian and English-language onomastics reveals both similarities and differences. These distinctions have practical implications for the translation of proper names, laying the groundwork for approaches that account for both semantic meaning and cultural context. By considering these factors, translators can preserve not only the phonetic and graphic characteristics of proper names but also their cultural and historical significance. This article reviews Ukrainian and international classifications of proper names and methods of their translation, identifying the most frequently used strategies for rendering contemporary and traditional proper names from various semantic groups.

**Key words:** onomastics, proper names, semantic groups of proper names, translation strategies for proper names, practical transcription, transplantation, loan translation.

*Ребрій О. В.,*  
доктор філологічних наук, професор,  
завідувач кафедри перекладознавства імені Миколи Лукаша  
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

*Клімова Д. Н.,*  
викладач кафедри перекладознавства імені Миколи Лукаша  
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

## ОБРАЗ МАЗЕПИ В ОРИГІНАЛІ БАЙРОНА ТА В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ: ЛІНГВОІМАГОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ

**Анотація.** Статтю присвячено висвітленню стратегій відтворення образу українського гетьмана Івана Мазепи з героїко-романтичної поеми Джорджа Гордона Байрона “Mazepa” в українських перекладах Дмитра Загула та Олекси Веретенченка. Актуальність дослідження зумовлюється його імагологічним вектором, в межах якого образ Мазепи тлумачиться в термінах «свій»/«чужий». Об’єктом дослідження є образ Мазепи як художнє втілення історичної особистості, сповнене ідеологічним змістом та репрезентоване в літературному дискурсі за допомогою мовностилістичних засобів. Відповідно, предметом аналізу виступають стратегії відтворення мовностилістичних засобів формування образу Мазепи в англійсько-українському перекладі однойменної поеми. Під стратегією перекладу ми розуміємо ментальний план дій перекладача стосовно його орієнтації на першотвір (репродуктивна стратегія) або на цільового реципієнта та приймаючу культуру (адаптивна стратегія). Метою роботи є визначення стратегій перекладу та імагологічних чинників їхнього формування та втілення. Написання Байроном поеми “Mazepa” відбулося під впливом белетризованої хроніки Вольтера «Історія Карла XII, короля Швеції», який, у свою чергу, використав матеріали з мемуарів польського шляхтича і особистого ворога Мазепи Яна Хризостома Пасека. На шляху від Пасека до Байрона відбулося повне переосмислення образу – від антигероя історичного анекдоту до романтичного бунтівника та провідника українського народу у його боротьбі за незалежність. Втім, образ протагоніста залишається «чужим» для англійця Байрона, який створює його на основі стереотипів щодо України та українців, які побутували в Європі того часу. Україна для нього – прекрасна, але дика й сплюндрована ворожими набігами територія, а українці – безстрашні та волелюбні козаки. Натомість, для обох перекладачів образ Мазепи є «своїм», а отже, передусім, символом визвольної боротьби українського народу, що й зумовлює його певну переакцентуацію в бік одомашнення за рахунок застосування адаптивно-репродуктивних стратегій.

**Ключові слова:** адаптивно-репродуктивна стратегія, імагологія, переклад, стереотип, художній образ.

**Вступ.** Гетьман Іван Мазепа є, можливо, одним із найпопулярніших українських героїв у західноєвропейській літературі і, ширше, мистецтві. Його образ присутній в низці белетризованих історичних творів, прозі й поезії, а також у музиці, живопису та навіть кінематографі [1]. Зважаючи на таку популярність, вважаємо актуальним вивчення особливостей пере-

кладацького відтворення образу українського Гетьмана на засадах лінгвоімагології – новітньої наукової галузі, зосередженої на мовних засобах створення та перестворення літературних образів в художньому дискурсі.

**Об’єктом** нашої розробки виступає художній образ Мазепи – протагоніста поеми англійського поета-романтика Джорджа Гордона Байрона в широкому розумінні цього терміну як «конкретної й водночас узагальненої картини людського життя, створеної за допомогою творчої вигадки, що має естетичне значення» [2, с. 21]. Як справедливо зауважує Іван Безпечний, «у такому розумінні поняття образу охоплює не лише мову, а й цілий ряд інших граней літературної творчості» [2], але оскільки перекладач, не маючи права на втручання в авторську концепцію образу, опікується виключно засобами його омовлення, **предметом** нашого аналізу виступатимуть стратегії відтворення мовностилістичних засобів формування образу Мазепи в англійсько-українському перекладі однойменної поеми.

**Метою дослідження** є визначення стратегій перекладацького відтворення художнього образу персонажу Івана Мазепи ([Ivan] Mazepa) на **матеріалі** двох українських перекладів героїко-романтичної поеми Байрона “Mazepa” у виконанні Дмитра Загула (1929 р.) та Олекси Веретенченка (1959 р.). Оперативну частину дослідження утворюють лексико-стилістичні засоби актуалізації художнього образу в оригіналі та перекладах, відібрані шляхом суцільної вибірки.

Задля реалізації поставленої мети ми використали низку **методів**, серед яких необхідно вказати на такі: метод лінгво-стилістичного аналізу, який був застосований для визначення як самих засобів актуалізації художнього образу (мікрообразів), так і їхньої ролі в цьому процесі; метод контекстного аналізу, який був застосований як на текстовому (власне контекст), так і на позатекстовому (підтекст і затекст) рівнях аналізу; метод лінгвоімагологічного аналізу, який був використаний для визначення ролі стереотипів при формуванні художнього образу у вихідному та цільових текстах; метод порівняльного аналізу, який був застосований як для зіставлення вихідного тексту з цільовим, так і цільових текстів між собою.

**Історія створення поеми “Mazepa” та її українських перекладів:** історико-літературний та політико-ідеологічний контексти. Відповідно до чернеток рукопису, Байрон розпочав писати поему 2 квітня 1817 р. і закінчив 26 вересня 1818 р., що вважається доволі довгим періодом для

такого відносно невеликого твору. Друком поема вийшла вже 28 червня 1819 р. Ані українська історія, ані українські герої не були затребуваними в європейській літературі доби романтизму, але постать гетьмана Івана Мазепи становить унікальний виняток, а Байрон був далеко не першим митцем, який звернув на нього увагу. Для цього було декілька причин як історичного, так і цілком міфічного характеру. Тож, звідки британський поет черпав інформацію та натхнення? Витоки цієї історії знаходимо в мемуарах польського шляхтича Яна Хризостома Пасека, який разом із Мазепою служив при дворі короля Яна Казимира і мав особистий конфлікт із майбутнім гетьманом. Цей конфлікт і став причиною появи Мазепи в українській невігдному світі на сторінках його оповіді. За словами Пасека, Мазепа мав роман із дружиною одного польського дворянина, і коли той дізнався про нього, то вирішив наказати нашого героя оригінальним способом: роздягнувши догола, прив'язав парубка до коня і пустив того галопом. На щастя, переляканий кінь все ж таки зумів знайти шлях до Мазепиною оселі, де його і врятували від неминучої загибелі вірні слуги. Коментуючи цю пригоду, Христина Пеленська пише про те, що «наскільки перша частина пригоди Мазепи, а саме любовна пригода вірогідна, настільки покарання на коні вигадане. Пасек, імовірно, вигадав його, щоб спалювати Мазепу, помститися за конфлікт між ними» [3, с. 85]. А джерелом «натхнення» для вигадок Пасека міг стати давньогрецький міф про Іпполіта: «Справді, аналогія між грецькою трагедією Іполіта та легендою про Мазепу очевидна. Обидва герої були замішані в незаконну любовну пригоду (Іполіт у вигадану), в обидвох історіях говориться про шалену їзду та в обох випадках для незвичного покарання винних уживають коней» [4, с. 177]. Надалі ця вигадана пригода набула розголосу і потрапила на сторінки багатьох книжок – як художніх, так і документальних (див: [5, с. 352–354]), серед яких особливе місце посідає Вольтерівська «Історія Карла XII, короля Швеції» (1731). Важливим для нас є те, що у Вольтера аксіологічний вектор сприйняття Мазепи обертається на сто вісімдесят градусів, і той зі злодія-перелюбника та персонажа історичного анекдоту раптом перетворюється на романтичного героя та водночас на провідника українського козацтва, союзника шведського короля й запеклого супротивника російського царя.

Сам Байрон наголошує на тому, що його поема самим своїм існуванням завдячує Вольтерівській праці. У передмові («*Advertisement*») до «Мазепи» він підтверджує, що «Історія Карла XII» була для нього джерелом інформації щодо протагоніста, цитує уривки та наводить сторінки з книги» [6, с. 12]. Так само Байрон поділяє погляд Вольтера на Мазепу як героїчну особистість, людину великої хоробрості, народного лідера, який «планував союз із шведським королем задля отримання незалежності від росії, що і зробило його зрадником в очах російського царя та ворогом російської імперії» [6]. Таврування Мазепи зрадником визначило формування негативного ставлення до нього на імперських теренах, а в самій українській землі «захоплення занепалим Гетьманом стало у прямих конфлікт з почуттям обов'язку та лояльністю до правителя та держави» [7, с. 553]. Як наслідок, українські еліти XIX сторіччя «не могли не захоплюватися Мазепою, незважаючи на свої відчайдушні спроби залишатися лояльними монархії», а сам Мазепа «так ніколи і не

перетворився на однозначно позитивного героя» [7, с. 567].

Вже у XX сторіччі радянські вожді, піднявши на стяг царя Петра як ідеалізованого просвітника, прорубавшого «вікно» до Європи, продовжили політику обривування українського патріота Мазепи, що фактично унеможливило позитивну репрезентацію його образу в науці та мистецтві. І тим дивнішим видається наявність перекладу поеми Байрона, виконаного у 1929 році (далі Переклад 1). Звісно, в нас немає достеменного пояснення тому, як це могло трапитися: можливо, через те, що в наприкінці 1920х років радянська цензура ще не почала лютувати так, як вона робила це вже в наступному десятиріччі, можливо, через те, що Байрон став частиною радянського літературного канону [8, с. 49] як еталонний представник бунтівного ідеалізму, і, таким чином, серед ідеологічно «вірних» творів «володаря дум» і «Прометея XIX сторіччя» в розпорядженні радянського читача якимось дивом опинилася й поема «Мазепа».

Сам перекладач Дмитро Загул схарактеризував свій переклад як «вільний», пояснюючи це дещо суперечливим твердженням: «Я вирішив дати все-таки віршованій переклад Байронової поеми, не дотримуючись строго всіх законів віршованого перекладу, тобто я даю вільний переклад, але ж якомога наближений до оригіналу» [9, с. 182]. В чому ж саме перекладач припускається вольності? На це він також дає розгорнуту відповідь: «Текст англійської поеми має менше рядків, ніж оцей мій переклад. З численних епітетів залишаю найголовніші, а шість відсотків їх залишаю без перекладу. Чоловічі рими розводжу жіночими, хоч роблю це не послідовно. <...> Розуміється, я не всюди додержую цезури й енjamбемана, де вони є в оригінальному тексті, а так само не скрізь пошастило мені передати т. зв. звукову інструментовку оригіналу» [9, с. 183]. Аналізуючи такий суворий підхід, Володимир Державин у своїй рецензії детально пояснює, чому переклад Загула насправді не є «вільним», а навпаки, максимально вірним оригіналу як структурно, так і за змістом. Він пише: «Це – непорозуміння, бо ж переклад, що якомога наближається до оригіналу, є переклад якомога точний, а переклад абсолютно точний (що “дотримується строго всіх законів віршованого перекладу”) взагалі не існує й не може існувати – принаймні, щодо більш-менш просторих творів. Можливо, що до вживання цього терміну спонукав Дм. Загула деякий страх перед тими догматичними вимогами, що, на жаль, ввійшли в моду за останніх часів у теорії та критиці художнього перекладу» [9, с. 183].

Другий переклад «Мазепи» (далі Переклад 2) з'явився через тридцять років, у 1959 році і належить відомому представнику української діаспори в Канаді, поету й перекладачу Олексі Веретенченку. Творчість Веретенченка, який був одним із найвідоміших поетів української діаспорної літератури, і сьогодні залишається маловідомою сучасному українському читачу. Коментуючи свій творчий *modus operandi*, сам поет писав: «Поезія – це найвище, що є в світі. З поезією не можна жартувати. Вірші треба писати не так, як говоримо, і це ознака їх вишості. В кожній поезії повинна бути одна думка, а все інше – образи. Писати треба дуже просто» [10]. Тим же принципом він керувався і у своїй перекладацькій діяльності, намагаючись максимально точно і правдиво відтворити дух і літеру першотвору.

**Стратегії перекладацького відтворення художнього образу.** Стратегія є сьогодні одним із найулюбленіших концептів науки про переклад і належить до тих вперше окреслених перекладачами-практиками проблем, вирішення яких дозволить більш чітко окреслити перспективи перекладацького фаху. Традиційне для перекладознавства розуміння стратегії як «усталеної ментальної формації, що має генеральну спрямованість (форм) дій поведінки, які входять до неї та розташовані у певній послідовності задля досягнення поставленої мети (результату)» [11, с. 61], має відчутне діяльнісне спрямування, тоді як нас більше цікавить її результативний аспект, втілений в тих засобах, що демонструють відношення перекладача, з одного боку, до вірності першотвору, а з іншого, – до цільових мовних та культурних норм. Такий підхід до тлумачення перекладацьких стратегій, термінований одним з авторів як «якісний» [11, с. 63], втілюється в низці термінів (стратегії «очуження» та «одомашнення», «аналітичного» та «синтетичного» перекладу, «форми» та «змісту», «відкритого» («явного») та «закритого» («прихованого») перекладу, «репродукції» та «адаптації», «джерелоцентричного» та «метацентричного» перекладу тощо), що мають дуалістичну природу, виправданість якої ставлять під сумнів деякі дослідники. Зокрема, на думку Олександра Чередниченка, «якщо історично таке протиставлення було виправданим, зважаючи на існування явно одомашнених або очужених версій оригінальних текстів, які належать попереднім епохам, то в сучасну добу віднайти подібні переклади практично неможливо, позаяк згадані стратегії не використовуються у “чистому вигляді”» [12, с. 20]. Як наслідок, «на практиці, залежно від результату перекладу, спостерігаємо проміжні типи репродуктивно-адаптивної або адаптивно-репродуктивної стратегії», перша з яких «передбачає домінування тактик дослівного/буквального перекладу з використанням прямих повних відповідників, кальок, лексичних і семантичних запозичень», тоді як друга «висуває на перший план уживання різних типів заміни (семантичних і граматичних трансформацій), а також додавань, вилучень і компенсацій» [12, с. 20].

Варто також зазначити, що поетичний переклад, специфіка якого передбачає опрацювання ритмомелодики першотвору, навряд чи взагалі може здійснюватися на засадах буквалізму, якщо тільки не обрати стратегію перекладу поезії прозою, проти чого рішуче виступав Віктор Коптілов: «Прихильники максимальної точності в перекладі обґрунтовують потребу відтворення поезії прозою тим, що ритміка поетичного твору, його ритми, алітерації, асонанси дуже ускладнюють процес перекладу, отже неминуче доводиться жертвувати певними елементами змісту. Але при цьому забувають, що всі перелічені перешкоди є не зовнішніми окрасами поетичного твору, а його органічними складниками» [13, с. 17]. Таким чином, дослідник доходить наступного висновку: «Безперечно, поетичний твір треба перекладати віршами, і не просто віршами, а формально ідентичними віршами оригіналу. Тоді Данте зазвучить терцинами, Петрарка – сонетами, а Тассо – октавами. І тоді в перекладі, як і в оригіналі, розкриється змістовий аспект поетичної форми» [13].

Змушені визнати, що порада Віктора Коптілова, на наш погляд, є певною мірою проявом перекладацького радикалізму, що вступає в суперечність із попередньою вимогою. Беремося стверджувати, що формальна ідентичність поетичного

перекладу з оригіналом не завжди можлива об'єктивно, хоча б через те, що різні системи віршування в різних мовах зумовлюються такими чинниками, як наявність/відсутність чіткого граматичного наголосу, наявність/відсутність довгих та коротких голосних тощо. Таким чином, намагання будь-якою ціною дотримуватися формальних показників оригіналу в перекладі або зовсім позбавляє деякі твори можливості міжмовного трансферу, або робить їхні переклади штучними та непривабливими для цільової аудиторії.

**Вихідні та цільові образи поеми в імагологічному ракурсі.** Імагологія – відносно нова філологічна дисципліна, що сформувалася у другій половині ХХ сторіччя в надрах компаративного літературознавства, але з часом вийшла за рамки літературної теорії і поширилася на мовознавство й перекладознавство. Як зазначає Микола Ігнатенко, імагологія – це теорія, що «вивчає побутування художніх образів та образних систем у їх найрізноманітніших відношеннях та виявах; імагологію цікавлять обставини виникнення художнього образу, його місце та роль в історії національної та світової літератури, його естетичний та ідейний вплив на соціальну дійсність» [14, с. 223]. Згідно цієї дефініції, доходимо висновку, що літературознавчий аспект імагології має опікуватися художньо-естетичним наповненням літературного образу, мовознавчий – мовностилістичними засобами його дискурсної актуалізації, а перекладознавчий – особливостями відтворення в іншомовному та іншокультурному середовищі.

Наукова концепція імагології ґрунтується на усвідомленні того очевидного факту, що «тенденція присвоєння специфічних характеристик або навіть характеристик різним суспільствам, расам або “націям” є дуже давньою та дуже поширеною» [15, с. 362]. При цьому сутність «людських контактів із різними культурами, очевидно, була етноцентричною, в тому сенсі, що все, що відхиляється від звичних вітчизняних шаблонів, уважалось “Іншим”, тобто дивиною, аномалією, своєрідністю» [15]. У пошуках джерела інформації про зазначені «специфічні характеристики» імагологія звернулася до художнього дискурсу, в межах якого вона має справу не з реальними людьми, а з їхніми художніми репрезентаціями, а отже не претендує на соціологічну чи антропологічну об'єктивність чи то навіть достовірність, тобто імагологія має сенс передусім як внутрішній стимул розвитку філології в її постійному пошуку нових об'єктів та/або підходів до їхнього вивчення. Водночас невірно було би замикати імагологію у внутрішньонаукових рамках, адже коли «люди з різних країн і культур зустрічаються один з одним, відбувається боротьба між реальним досвідом і уявними образами», тобто «неможливо розрізнити, що в наших підходах є вихідним, чистим досвідом, а що впливає з накопичених культурних образів» [16, с. 379], потужним джерелом яких є художній дискурс. Таким чином, наш погляд завжди культурно визначені, і в цьому сенсі імагологічні дослідження можуть давати розлогій і цікавий матеріал широкому колу фахівців – від істориків та географів до культурологів та піарників.

Повертаючись до нашого героя, маємо визначити, якими уявленнями про Україну та українців керувався Байрон, створюючи його образ. Очевидно, що знання Барона про Україну були фрагментарними і ґрунтувалися на вже згаданій нами «Історії Карла XII, короля Швеції» Вольтера, який, у свою чергу, ретранслював «поширені на тогочасному Заході уяв-

лення про Україну як багату й родючу, але разом з тим сплюндровану й занедбану країну» [5, с. 410], але водночас у нього «відчутно дають себе знати специфічні просвітницькі стимули інтересу до історії України. В ній увагу західних просвітників передусім привернула багатовікова наполеглива боротьба українського народу, козацько-селянських мас, за національне й соціальне визволення» [5, с. 411].

Тож, українська земля постає на сторінках поеми дикою рівниною (*wild plain*) та чорним лісом (*forest black*), де не залишилося ані міст, ані селищ (*town – village – none*), ані людського сліду (*no trace of man*), де навіть не росте зелень (*the Verdure flies*) після набігів татар (*Tartars*) та турецької армії (*Turkish army*), чия кавалерія витоптала (*the Spahi's hoof hath trod*) і залила кров'ю родючу українську землю (*the bloody sod*):

*Town – village – none were on our track,  
But a wild plain of far extent,  
And bounded by a forest black  
And, save the scarce-seen battlement  
On distant heights of some stronghold  
Against the Tartars built of old,  
No trace of man – the year before  
A Turkish army had marched o'er,  
And where the Spahi's hoof hath trod  
The Verdure flies the bloody sod* [17].

Обидва переклади доволі точно відтворюють сумну картину сплюндрованої Батьківщини, ретельно переносючи до цільового твору усі авторські маркери занепаду:

Переклад 1	Переклад 2
<i>Крім степу, дикої країни У чорнім обводі лісіє. Лише де-не-де зубчасті стіни Фортець, збудованих колись Проти татарської орди. Безлюдно, скільки не дивись! За рік проходило сюди Турецьке військо... Всюди, де Ступали шагів тих копита, Там кров'ю вся земля полита, І зелень довго не росте</i> [18].	<i>Ніде ні міста, ні села, Де наша путь вперед лягла, І тільки поле простягалось До обрїю, де чорний праліс Далеко майорів без меж, Крім залишків зубчастих веж, Які давно побудували Навкір татарської навали, Ні слїду селищ: рік було – Турецьке військо тут пройшло, А де ступнуть лихі копита, Квітуча зелень кров'ю вкрита</i> [19].

Про багате минуле України свідчать наведені Байроном топографічні та історичні маркери на кшталт давньогрецької назви Дніпра – Борисфену, яка в перекладах частково осучаснюється, а частково залишається вірною оригіналові (вибір в цьому випадку може зумовлюватися не стратегічними уподобаннями перекладача, а намаганням зберегти обрані ним параметри віршування):

*Before our steeds may graze at ease  
Before the swift Borysthenes* [17].

Переклад 1	Переклад 2
<i>Аж доки за руслом Дніпра Ми зможем коней попасти</i> [18].	<i>Та коней, змучених цілком, Ще будем пасти за Дніпром</i> [19].

Або в іншому місті:

*Tomorrow the Borysthenes  
May see our coursers graze at ease  
Upon his Turkish banks, and never  
Had I such welcome for a river* [17].

Переклад 1	Переклад 2
<i>Ще завтра вгледим Бористен, Як на його турецьким боці Спокійно коні попасем</i> [18].	<i>Ми всі уникнемо погоні І відпочинуть наші коні На правім березі Дніпра</i> [19].

В цілому, слідуючи традиціям романтичної поезії, Байрон приділяє доволі багато уваги описам природи, рослинного й тваринного світу, в нашому випадку – України. Втім, поет обмежується нейтральним набором флори й фауни, характерним для більшості європейських країн, хоча й супроводжує дендронами та зоонами колоритними символічними епітетами:

*'Twas a wild waste of Underwood,  
And here and there the Chestnut stood,  
The strong Oak, and the hardy Pine* [17].

Переклад 1	Переклад 2
<i>Була це дика площина, Покрита хащєю рівнина, Там де-не-де росла ліщина, Могутній дуб, міцна сосна</i> [18].	<i>Широка то була рівнина – Безкряя, дика, мовчазна: Подекуди росла ліщина, Каштан, чи дуб, або сосна</i> [19].

Не можемо оминати увагою ще один потужний образ – коня Мазепи, а точніше двох коней, кожен з яких грає важливу роль у долі протагоніста. Першими перед нами постає кінь, з яким гетьман супроводжує після бою шведського короля. Підкреслюючи шанобливе і навіть трепетне ставлення Мазепи до свого коня-побратима, поет не шкодує на нього образних засобів, головним завданням яких є підкреслити їхню подібність. Кінь міцний та відважний як його хазяїн (*hardy as his lord*), сміливий та тямущий (*spirited and docile*), швидкий та сильний (*swift – and strong of limb*). Байрон акцентує татарське походження коня, адже за існуючим в той час уявленням (стереотипом), саме татарські коні були найвитривалішими та найвідданішими:

*But he was hardy as his lord,  
And little cared for bed and board –  
But spirited and docile too,  
Whate'er was to be done, would do,  
Shaggy and swift – and strong of limb –  
All Tartar-like he carried him...* [17].

У Загула немає порівняння коня з Мазепою, хоча є неозначене порівняння з бісом, але в цілому в цьому перекладі ми бачимо більше спільних рис з оригіналом. В перекладі Веретенченка також втрачено важливе порівняння між конем та його господарем (натомість, з'являються два інших порівняння – з блискавкою та тінню); цей перекладач взагалі відходить від точного відтворення першотвору, намагаючись передати не стільки Байронів образ, скільки своє враження від нього, наповнене дещо іншим мовним змістом:

Переклад 1	Переклад 2
<i>Цей кінь терплячий був на славу, На їжу й ложе не зважав, А все робив, як пан бажав. Кудлатий і кремезний зріст, Палкий, прудкий, неначе біс, Він пана по-татарськи ніс</i> [18].	<i>Адже оцей купратий кінь Був невловимий, наче тїнь, Неначе блискавка гарячий, Проте покірливий, терплячий, І ніс вождя у далечїнь, Як справжній кінь, татарський кінь</i> [19]!

Другий кінь, до якого прив'язали Мазепу за наказом ревнивого чоловіка його коханої, втілює зовсім інший символізм – не відданості, а нестримної, дикої волі. Аби надати цьому образу необхідного динамізму, Байрон використовує низку стиліс-

тичних засобів – епітетів (*noble; wild; untaught*), порівнянь (*looked as though the speed of thought / were in his limbs; wild as the wild-deer*), метафор (*speed of thought*) та метонімії (*a Tartar of the Ukraine breed*), які обом перекладачам, на жаль, не вдалося відтворити повністю:

*In truth, he was a noble Steed,  
A Tartar of the Ukraine breed,  
Who looked as though the Speed of thought  
Were in his limbs – but he was wild,  
Wild as the wild-deer, and untaught,  
With spur and bridle undefiled. [17].*

Переклад 1	Переклад 2
Це справді був шляхетний кінь – На Україні виріс він. <b>Прудкі, мов ті думки, були</b> <b>У нього ноги... Дикий звір.</b> Не мав уздечки, ні стремен. В неволі був один лиш день [18].	То справжній виходень пустині, Що народився в Україні. О дикий звір! – у нього <b>крок</b> <b>Швидкий, мов спалахи думок</b> [19].

Перш ніж перейти до аналізу перекладацьких стратегій відтворення образу протагоніста, маємо зазначити, що з позицій імагології, його бачення автором та перекладачами не може бути тотожним. Для Байрона як представника англійського романтизму Мазепа – ідеальний бунтар, адже «англійське мистецтво романтизму було просякнuto фантастичними, таємничими і макабричними образами, в основі яких лежали “середньовічні” балади в стилі Оссіана, а також твори Шекспіра» [1, с. 9]. Натомість, для обох українських перекладачів Мазепа – передусім національний герой та символ боротьби за визволення українського народу від царського ярма. І хоча два цих образи не можна вважати протилежними чи навіть суперечливими, відмінність перекладацьких поглядів від авторських призводить до певної переакцентуації на мовностилістичному рівні.

Почнемо із зовнішності героя, адже Байрон, характеризує його, вдається до стилістичного контрасту: якщо образ молодого протагоніста постає перед нами кремезним та здоровим юнаком (*goodly stripling*), з яким мало хто міг змагатися у марнославстві (*could vie in vanities with me*), тому що в нього були і сила, і молодість, і веселість (*for I had strength, youth, gaiety*), то Мазепа в похилому віці зображується спокійним та хоробрим (*calm and bold*), порівнюється з кремезним віковим дубом (*as rough and scarce less old*). Тобто, ми бачимо очевидно динаміку образу – від дещо зухвалого та поверхневого юнака у вирі розваг королівського двору до мудрого гетьмана, душу й чоло якого зорали час та війна.

Ось як Байрон підкреслює контраст між двома репрезентаціями образу Мазепа:

*“I was a goodly stripling then –  
At seventy years I so may say  
That there were few, or boys or men,  
Who in my dawning time of day,  
Of vassal or of knight's degree,  
Could vie in vanities with me;  
For I had strength, youth, gaiety –  
A port not like to this ye see.  
But smooth, as all is rugged now;  
For time, and war, and care have ploughed  
My very soul from out my brow... [17].*

Переклад 1	Переклад 2
<i>Красунь-юнак я був тоді... Тепер, коли вже сімдесятий Мені минує, не гріх сказати, Що в дні юнацтва золоті, Бувало, кожного вельможу З мужів чи хлопців переможу У всій привабній марноті. Я ж був веселий і стрункий – І вигляд мій не був такий Поморщений, як ось тепер, – То час війни й турботи стер З обличчя душу... [18].</i>	<i>Вродливий красень з мене був. Як сімдесятий рік минує, Тоді признатися не гріх, Що на світанку днів моїх З чоловіків ніхто красою Не міг би зміритись зо мною. Я мав і молодість, і міць, І шкіру ніжну, молоду, А нині зморшки на виду. Бо час, турботи і війна Своє зробили. Все мина. Неначе плугом перейшло Через усе моє чоло [19].</i>

В перекладі Загула, з одного боку, ми бачимо певну орієнтацію на джерело, що виражається в підборі точніших, хоча й дещо одомашнених, відповідників до засобів створення образу протагоніста: *a goodly stripling* – «красунь-юнак», *dawning time of day* – «дні юнацтва золоті», *vie in vanities with me* – «переможу / у всій привабній марноті», *I had strength, youth, gaiety* – «я ж був веселий і стрункий», *a port not like to this ye see / but smooth, as all is rugged now* – «і вигляд мій не був такий / поморщений, як ось тепер». Цікаву заміну спостерігаємо при заміні метафори плугу, який «зорав» чоло протагоніста, на метафору часу, який «стер» з його обличчя душу.

В перекладі Веретенченка бачимо реалізацію адаптивно-репродуктивної стратегії, за допомогою якої перекладач одомашнює образ героя, наповнюючи його засобами, характерними для української літературної традиції на межі з фольклором та навіть трагедією: *a goodly stripling* – «вродливий красень», *in my dawning time of day* – «на світанку днів моїх», *vie in vanities with me* – «красою / не міг би зміритись зо мною», *I had strength, youth, gaiety* – «я мав і молодість, і міць / рум'янець повний серед лиця», *a port not like to this ye see / But smooth, as all is rugged now* – «і шкіру ніжну, молоду, / а нині зморшки на виду».

Цікавим і цілком доречним, як на наш погляд, є додана перекладачем біблійна алюзія на відомий надпис на персні царя Соломона «Все минає. І це мине». Зважаючи на те, що цей надпис вважається символом вічної мудрості та позитивного погляду на життя, нагадуючи про незмінність течії часу та мінливість життєвих обставин, підкреслюючи тимчасовість будь-яких труднощів, його додавання можна вважати ще одним важливим штрихом до перекладацького бачення художнього портрету гетьмана Мазепа.

**Висновки.** Проведене дослідження присвячене висвітленню стратегій відтворення засобів омовлення образу Мазепа з однойменної поеми Джорджа Байрона в українських перекладах Дмитра Загула та Олекси Веретенченка. З позицій імагології образ Мазепа, який є для поета «чужим», створюється на основі стереотипів, притаманних, як самій романтичній поезії в її британському вимірі, так і панівним уявленням тогочасних європейців про Україну (дику та сплюндровану ворожими набігами землю) та її мешканців (сильних та волелюбних козаків). Натомість, для обох перекладачів образ Мазепа є «своїм», та більше, символом визвольної боротьби українського народу, що й зумовлює його певне переосмислення в бік одомашнення за рахунок застосування адаптивно-репродуктивних стратегій. Зважаючи на те, що Байронів образ Мазепа надихнув низку європейських художників на його живописне відтворення, бачимо **перспективу** подаль-



ших досліджень у вивченні його мультимодального трансферу та інтерсеміотичного перекладу.

#### Література:

1. Пеленська Х. Образ Мезепа у французькому мистецтві романтизму. Львів : Априорі, 2018. 324 с.
2. Безпечний І. Теорія літератури. Київ : Смолоскип, 2009. 388 с.
3. Пеленська Х. Польська легенда про Мазепу. *Відноса*. 1985. Ч. 3. С. 79–86.
4. Мацьків Т. Гетьман Іван Мазепа в західноєвропейських джерелах 1687–1709. Мюнхен : Український вільний університет, 1988. 286 с.
5. Наливайко Д. Очима Заходу: Рецепція України в Західній Європі XI–XVIII ст. Київ : Основи, 1998. 578 с.
6. Krol T. The literary portrayals of Ivan Mazepa in Byron's *Mazeppa* and Pushkin's *Poltava*. A comparative analysis. *Studia Rossica Posnaniensia*. 2023. 48(1). P. 9–22. <https://doi.org/10.14746/strp.2023.48.1.1>
7. Plochy S. Forbidden Love: Ivan Mazepa and the Author of the History of the Rus'. *Harvard Ukrainian Studies*. 2009–2010. Vol. 31. No. 1/4. P. 553–568.
8. Рудницька Н. Переклад як засіб формування радянського канону світової літератури: ідеологічний аспект. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2015. №3. С. 48–53.
9. Державин В. М. Про мистецтво перекладу : Статті та рецензії 1927–1931 років. Вінниця : Нова книга, 2015. 296 с.
10. Панченко О. Слово з нагоди 100-річчя Федора Павловича Габелка: «...Я не вірю, що він із могили воскресне, але вірю, що ні – він увесь не умре...». 23 лютого 2018 р. URL : <https://np.pl.ua/2018/02/slovo-z-nahody-100-richchya-fedora-pavlovycha-habelka-ya-ne-viryu-scho-vin-iz-mohyly-voskresne-ale-viryu-scho-ni-vin-uves-ne-umre/>
11. Ребрій О.В. Сучасні концепції творчості у перекладі : монографія. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. 376 с.
12. Чердніченко О. Переклад – Культура – Ідентичність. Київ : Видавель Заславський О.Ю., 2017. 224 с.
13. Коптілов В. Теорія і практика перекладу: Навч. посіб. Київ : Юніверс, 2002. 280 с.
14. Ігнатенко М. Імагологія. Лексикон загального та порівняльного літературознавства. Чернівці : Золоті литаври, 2001. 636 с.
15. Лірсен Дж. Імагологія: історія і метод. Літературна компаративістика. Вип. IV: Імагологічний аспект сучасної компаративістики: стратегії та парадигми. Ч. II. Київ : ВД «Стилос», 2011. С. 362–375.
16. Беллер М. Сприйняття, образ, імагологія. Літературна компаративістика. Вип. IV: Імагологічний аспект сучасної компаративістики: стратегії та парадигми. Ч. II. Київ : ВД «Стилос», 2011. С. 376–381.
17. Byron G. *Mazeppa*. London : John Murray. 1819.
18. Байрон Дж. *Мазепа*. Переклад Д. Загула. URL: <http://www.mazepa.name/mazepa-roeма/>
19. Байрон Дж. *Мазепа*. Переклад О. Веретенченка. URL: <https://www.ukrlib.com.ua/world/printit.php?tid=1543>

#### Rebrii O., Klimova D. The image of Mazepa in Byron's original and Ukrainian translations: linguoimagological analysis

**Summary.** The article is dedicated to highlighting the strategies of reproducing the image of the Ukrainian Hetman Ivan Mazepa in the Ukrainian translations of George Gordon Byron's heroic and romantic poem "Mazeppa" by Dmytro Zahul and Oleksa Veretenchenko. The necessity of this research is determined by its imagological vector according to which the image of Mazepa is interpreted in terms of "familiar"/ "alien". The object of research is Mazepa's image as an embodiment of the historical persona filled with ideological content and represented in literary discourse through linguistic and stylistic means. Accordingly, the subject of research is the strategies of reproducing linguistic and stylistic means of forming Mazepa's image in the English-Ukrainian translation of the eponymous poem. We understand the strategy of translation as the translator's mental plan of action as for his/her orientation either towards the source text (reproductive strategy) or towards the target recipient and its culture (adaptive strategy). The aim of the research is to determine the strategies of translation and imagological factors of their formation. Byron's poem "Mazeppa" was written under the strong influence of the "History of Charles XII, the King of Sweden" by Voltaire, who, in his turn, used information from the memoir of the Polish nobleman and Mazepa's personal enemy Jan Chryzostom Pasek. On his way from Pasek to Byron, Mazepa's image underwent a total transformation – from the antihero of a historical anecdote to the romantic rebel and leader of the Ukrainian people in their struggle for independence. Yet, Mazepa's image remains "alien" to Byron as an English writer, who creates it proceeding from the stereotypical images of Ukraine and Ukrainians spread across Europe of that period. For him, Ukraine is a beautiful but savage land crippled by the Tartars' raids, and Ukrainians are fearless and free-spirited Cossacks. Instead, for both translators, the image of Mazepa is "familiar" as a symbol of the Ukrainian people's struggle for independence and this fact stipulates the application of adaptive-reproductive strategies.

**Key words:** adaptive-reproductive strategy, imagology, literary image, stereotype, translation.

*Skrylnyk S. V.,**PhD in Philology, Associate Professor,  
Associate Professor at the Department of Theory and Practice of Translation from English  
Taras Shevchenko National University of Kyiv  
<https://orcid.org/0009-0007-0042-2755>*

## THE IMPACT OF FATIGUE ON NEGATIVE INTERFERENCE IN SIMULTANEOUS INTERPRETING

**Summary.** This paper aims to analyze the role of fatigue in negative language interference in simultaneous interpreting (SI). It is undeniable that excessive fatigue has a direct impact on interpreters since it impairs their capacity to concentrate, use short-term memory, and regulate their emotions. Consequently, this results in information loss and further errors. According to the aforementioned theories, including Gile's Effort Model, Green's Inhibitory Control Model, and Baddeley's model of reconstructive memory, the main topic of discussion will be how fatigue exacerbates interference with language meaning retrieval on all four levels: lexical, syntactic, phonological, and even pragmatic. Twenty master's degree students participated in an English-Ukrainian interpreting experiment that showed these effects. Participants translated political speeches from English to Ukrainian when fatigue was a modifiable factor. The study found that fatigue was actually correlated with the rise in more harmful interferences, such as overly literal translation, oversyllabic locus, and overpragmatics. In linguistics, improper cognates and sentences with disordered structure were more common in the more exhausted sessions. Additionally, the amount of information lost through interpretations increased with fatigue, which further impacted the quality of the interpreting.

Fatigue-maintenance strategies were used to address these issues in the last stage of the experiment. The knowledge was better retained and interference errors were reduced by the use of error-analytic training, mindfulness exercises, and the scheduling of suitable rest periods [1, c. 187]. These findings emphasize how crucial it is to consider resilience characteristics in the framework of interpreting training programs.

In addition to offering a setting for a thorough discussion of prospective long-term tactics, technology use, and training, this study highlights the dynamics of cognitive fatigue in the context of detrimental influence. In addition to offering insights on how to enhance interpreters' performance in difficult circumstances, this study advances theoretical knowledge and practical experience in relation to SI performance. The results have implications for cognitive linguistics in general as well as educational professional contexts.

**Key words:** cognitive interpreting studies, simultaneous interpreting, fatigue training, cognitive flexibility, language interference.

**Introduction.** Simultaneous interpreting (SI) is a very complex cognitive process where the translator must actively listen to, understand, and replicate spoken language simultaneously. This necessitates the use and integration of several processes, including language processing, working memory, and attention. Due to the intense nature of SI, it is susceptible to several cognitive obsta-

cles, including fatigue, which directly affects the quality of the performance output.

Fatigue has proven to be a factor which hinders effective translation. Mao points out the reason that with fatigue comes physical and mental tiredness which affects performance and in most cases does not spare cognitive functions, the basic requirements for undertaking translation work [2, c. 11].

Fatigue exacerbates negative interference in SI, which is the distortion of the source language in the target language that lowers the translator's quality and overall interpreting in accuracy.

In recent years, a lot of attention has been paid to the cognitive processes that occur in the mind during the process of translating and interpreting. Li and He assert that a number of processes, including working memory, attention, and language processing, are necessary for active involvement and their integration [3, c. 28].

Cognitive fatigue may impact language processing when interpreting, as demonstrated by Hatzidaki and Pothos, who examined bilingual language representation and the processes of cognition under concentrated attention [4, c. 225].

However, there is still a great deal to learn about how fatigue causes interference in SI, especially in light of the Ukrainian context.

Understanding this link is crucial because it may help build training programs and professional development activities that will help interpreters manage how fatigue affects their ability to execute their jobs.

This research investigates cognitive fatigue as the perceived detrimental interference in simultaneous interpreting for master's students in order to close this gap. To help frame policies to better improve interpreters' performance and ability to function in sub-optimal situations, this research aims to provide information on sub-optimal conditions, specifically how fatigue affects optimal error ratios and interference ratios.

Since the focus of this study is on negative events produced by fatigue that fundamentally degrade SI performance, it generally aims to offer new concepts that might improve our knowledge of interpreting and language processing. In order to improve the overall quality of SI services provided, the findings are anticipated to give several recommendations on interpreting education, professional ethics, and quality standards.

**Research Aim.** The specific focus of this study is cognitive fatigue and how it affects simultaneous interpreting (SI) across the language's many contact zones, such as the phases of coordination, communication, and regulation. The study aims to ascertain the degree to which fatigue affects the quality, accuracy, and efficiency of SI with respect to language processing and inter-

ference, taking into account that fatigue is one of the main cognitive obstacles.

### Research Goals

1. Exploring fatigue as a cognitive process: To explore how working hours of task-related activity impact the cognitive processes for interpreters such as attention, memory, and executive control, all necessary for performing SI effectively.

2. Exploring the modalities of the negative interference: To analyze the forms of errors and language interference occurring as a result of cognitive fatigue during the time the person performs simultaneous interpreting.

3. Exploring the relative effects of fatigue on performance: To establish the relationship between fatigue prevalence and decrease in the ability to generate clear, precise and high quality output when doing simultaneous interpreting.

4. To conduct a study with the MA students: Investigate empirically how translation students behave when recording with fragmented attention while simulating the interpreting of several languages. To subsequently record the amount of interference and any mistakes committed, the recording meant for this experiment will describe steadily growing fatigue conditions.

5. To outline the ways to reduce fatigue: Use the research outcomes to suggest reasonable methods to mitigate that fatigue in interpreting situations and enhance interpreters' adaptation to challenging circumstances.

**Theoretical Framework.** The theoretical underpinning of cognitive processes in simultaneous interpreting (SI) is presented in this research, with a focus on how tiredness affects negative interference. The expertise of Ukrainian and international academics enhances this framework, which is crucial for advancing our knowledge of cognitive processes.

### Cognitive Load Theory in Interpreting

The theory of cognitive load (CLT) suggests that there is a limit to how much information the human cognitive system can process. In the case of SI, interpreters are to cope with intrinsic cognitive load (complexity that is part of the task) as well as extraneous cognitive load (additional requirements like noise). The Ukrainian scholar, Olha Ivanova argues that excessive cognitive load saps the interpreter of his or her mental resources and compromises the quality of their cognitive tasks performance [5, c. 110].

### Working Memory and Executive Control

The concept of working memory is a very important factor in SI since it allows the interpreters to hold and manipulate information for a short period of time. The working memory model by Baddeley and Hitch central executive, phonological, visuospatial sketchpad offers a broad perspective to these processes [6, c. 239]. The focus of Ukrainian researcher Petro Petrenko was the link between the working memory capacity and even professional interpreters' performance accuracy, reporting that performing interpreters possessed a larger volume of active working memory [7, c. 32; 8, c. 121].

### Automaticity and Controlled Processing

The moderation of the scope of automaticity in relation to controlled processing is an important aspect of SI. Schneider and Shiffrin advanced a dual-process theory of cognitive load in which automatic processes are said to be rapid and involuntary opposed to controlled processes which are slow and involve mental effort. In interpreting, simple tasks may be performed automatically, while more difficult tasks that require attention

and focus on novel or complex information would be controlled [9, c. 29].

Ukrainian scholar Iryna Kovalenko looked at interpreters as the performers who reach their automaticity through a constant practice improving their efficiency and their overall cognitive load.

**Impact of Fatigue on Cognitive Functions.** Fatigue has a negative impact on the cognitive functions that are essential for SI such as attention, memory and executive control. The research of Ukrainian psychologist Svitlana Melnyk has concluded that cognitive fatigue decreases the level of functioning and increases the capacity level of noise. At the same time, some international studies have shown that fatigue does affect the level of interpreting and negatively affects the performance level and the rate of errors [10, c. 10].

**Negative Interference in Bilingual Processing.** Negative interference occurs when elements of the source language improperly influence the target language output. According to Green, it has been proposed that the bilingual control of language production must also have an element of inhibition to avoid interferences [11, c. 72; 12, c. 72]. Mykola Shevchenko – a Ukrainian linguist has examined how fatigue owing to the need for exerting greater inhibitory control creates more negative interference in interpreting tasks [13, c. 96].

**Methods.** To meet the research objectives, this study follows a mixed-methods strategy in which both qualitative and quantitative analysis techniques are integrated. The main objective is to determine the effect of fatigue on the negative interference experienced during simultaneous interpreting.

The participants engaged in the study were master's students at Taras Shevchenko National University of Kyiv in the Department of Translation and Interpreting. They were bilingual speakers (Ukrainian-English) aged between 20 to 22, and had B2 to C2 level of proficiency in the English language. These students were selected as they had already been well trained in SI, and had some basic knowledge of interpreting, thus all the group members had a similar level of relevant baseline interpreting skills.

### Experiment Design

The study lasted over a period of two weeks with interpreting sessions conducted under various conditions for varying times to create artificial cognitive fatigue:

Condition A (Low Fatigue): Interpreting sessions of 30 minutes each with a 10 minutes interval between the two sessions.

Condition B (High Fatigue): Interpreting sessions for 2 hours with a 10 minutes break after every hour of interpreting.

All the interpreters had to interpret the same speeches of the same complexity, but with different cultural and contextual aspects, to increase the chances of interference. The texts contained speeches with idioms, language used in its specialized area as well as grammar and syntax patterns that were peculiar to the source language.

### Results and Discussion

Objective 1: Analyze fatigue as cognitive impediment

Indeed, it was substantiated that the level of fatigue increases when interpreters are engaged for a longer time and provided with no breaks at all. These outcomes corroborate Melnyk's evidence indicating that decision making and focus are worse in people suffering from cognitive fatigue [10, c. 90].

**Objective 2: Identify Manifestations of Negative Interference**

Condition B had significantly higher instances of Negative Interference than other conditions. Syntactic (e.g., direct transfer of source language structure) and lexical interference (e.g., false cognates) were the most common. The findings support Green Inhibitory Control Theory due to the supposition that fatigue also affects interpreters' control over the language processes that are not needed for the task at hand [11, c. 74].

**Objective 3: Evaluate the Relationship Between Fatigue and Performance**

As quantitative analysis revealed, there was a statistically significant decrease in the accuracy and fluency rate under high-fatigue conditions. This is in line with Ivanova's observations that while working with high cognitive load a person becomes more prone to making mistakes.

**Objective 4: Conduct an Experiment with Master's Students**

The structured experimental approach provided empirical evidence of the role of fatigue in negative interference and why there is the need to have an interpreters training that focuses on their cognitive resilience.

This study shows that fatigue ought to be considered as a significant cognitive barrier in SI as it greatly multiplies the negative interference. The suggestions emphasize the need to control cognitive load and the strategies aimed at the reduction of fatigue in the interpreters' training programs.

**The Relationship Between Fatigue and Cognitive Factors During Simultaneous Interpreting**

Fatigue is a unique, intricate cognitive concept that shows up as a loss of mental and physical resources essential to executive processes, working memory, attention, and mental control. Fatigue has a substantial impact on interpreting, especially when it comes to simultaneous interpreting (SI), which involves the mental strain of simultaneously speaking and understanding a foreign language in a setting. By evaluating various degrees of explanation within the conceptual framework, the link between fatigue levels and negative language interference may be clarified.

**Implications for Simultaneous Interpreting.** Going after the hypothesis that fatigue is the negative language interference paves the way for establishing specific measures in interpreter's education and practice. In our opinion, the combined use of cognitive resilience strategies with mindfulness or strict time schedules for rest breaks should reduce the influence of fatigue on interpreting efficacy. Along with that, techniques aiming at improvement of inhibition control and working memory are likely to decrease the interference under fatigue conditions.

It comes out from this analysis that there is a complex interplay between the factors of fatigue and cognitive operations in SI and this composition is relevant for both theoretical and practical purposes. Next, future quantitative research could demonstrate accuracy towards these concepts and improve understanding of fatigue in relation to various dynamics of the interpreting process.

**Experiment.** The participants were asked to interpret political lectures from English into Ukrainian dealing with fostering fatigue. The aim was seeing the levels of negative interference on different layers of language and how much information was lost through fatigue.

As mentioned earlier, a series of experiments were carried out in three phases:

1. Phase 1: Performance measurement of participants at the baseline phase: The participants actively translated political lectures that ranged from 10-15 minutes and had adequate breaks between them to prevent minor fatigue. This period has set benchmark levels of performance.

2. Phase 2: Fatigue Inducing Sessions. Participants took longer speeches with a 5 minute break after each session. These sessions were supposed to bring both physical and cognitive fatigue. The speeches consist of linguistically loaded connotations evoking metaphors, digressions of expressions and twisted sentences.

3. Phase 3: Adapting and Addressing. Apart from the cognitive exercises, mindfulness tasks, enhanced break scheduling were also suggested as fatigue strategies. The process of interpreting the similar tasks was repeated with the aim of checking if there was any outcome.

Fatigue augmented enhancement of negative interference at various linguistic levels. Some of these effects may be illustrated with examples from the fatigue inducing sessions as follows:

**1. Lexical-Semantic Interference:**

Example 1 "The government is prepared to address these pressing issues."

"Уряд готовий адресувати ці нагальні питання."

The term 'to address' translating into 'адресувати' leads to semantic interference since it is not appropriate to say this in a situation where one should say 'вирішувати' or 'займатися'.

Example 2 "She was instrumental in the success of the project".

"Вона була інструментальною у досягненні успіху проекту."

"Вона відіграла ключову роль у досягненні успіху проекту."

As a representation, the term "Instrumental" was somewhat deviated from its actual intended meaning as a key word or figuratively. Such situations depict the way exhaustion is able to affect the appropriate word choice within a given context. Let us look at example three which states: "The report was highly critical of the new policy".

**3. Syntactic Interference.**

"The resolution... passed unanimously... reinforces our devotion to peace."

"Резолюція, прийнята одностайно, підкреслює наше зобов'язання до миру".

"Until peace" is translated literally to "to peace" therefore using it sounds unnatural in Ukraine or in other languages but one so "обов'язання щодо миру" works.

**3. Phonological Interference:**

English: "Globalization challenges our sovereignty."

"Глобалізація члендить нашу суверенність".

The English word "challenge" was phonetically borrowed instead of using the Ukrainian equivalent "ставити під сумнів".

**4. Pragmatic Interference:**

English: "We have to pull ourselves up by our bootstraps".

"Ми маємо підняти себе за власні шнурки".

Instead of searching for a suitable idiomatic expression "ми маємо вирішити це власними силами", a literal translation of the idiom was done.

Loss Data analysis revealed a strong correlation between the two factors in that as the level of fatigue increased both interference and information loss increased as well.

Lexical and syntactic interference predominated with fatigue and were followed by morphological and pragmatic interference.

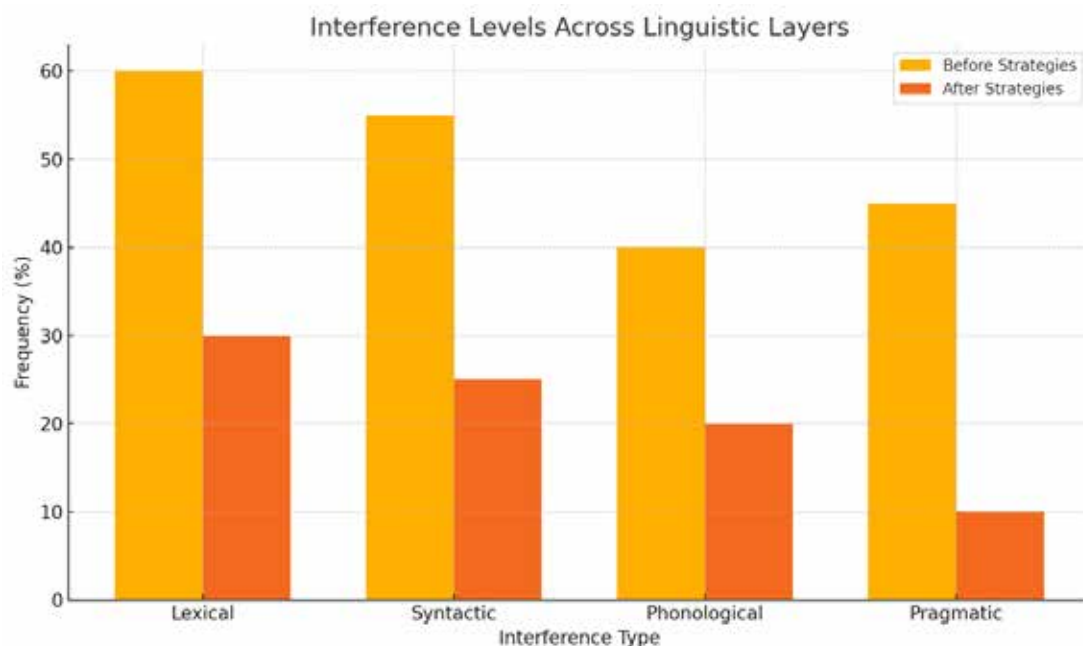


Рис. 1.

**Information Loss:** Complex sentences constructed by fatigued participants lacked important modifiers and less important ideas. In political speeches, for example, “in cooperation with our allies” was considered critical but was dropped altogether.

The analysis of data collected revealed that high levels of interference gave rise to errors and caused a 25% loss of information. However once emphasis on adaption was made the number reduced by 40% whereby the participants were able to remember 30% more information. The results can be visualized from the graphs below:

– One of the graphs shows how participants in the research experienced a high level of interference across different linguistic components.

– The second graph displays how much information was remembered through the different sessions of active instruction and five sessions of indirect instruction. However, retention level varied across different phases of the study.

#### **Adaptation and Coping Strategies**

It has already been established that the experiment was critical in helping the participants overcome fatigue, particularly through:

1. First, establishing control over cognitive load
2. Early and mid-sessions breathing methods
3. Giving breaks between 15 minutes before each session
4. Allowing the students to understand their working patterns by reviewing recordings ‘after’ each reasoning session

**Conclusions.** This research gathered theoretical concepts along with experimental evidence to explain the complex relationship between fatigue and negative language interference in SI. The results prove that fatigue is not just an emotional or physical state, but it is also a crucial cognitive factor that hampers crucial aspects of interpreting, which increases mistakes and subsequently leads to high levels of information loss.

From a theoretical perspective, this research is built upon prior research conducted by cognitive linguists and interpreting scholars using concepts of working memory (Baddeley, 2000), inhibitory control (Green, 1998), and cognitive load (Gile, 2009). In

particular, the aims pursued in the study which were the aspects of inadequate cognitive workload on suppression of interference, SI fluency and interpretative accuracy and cognitive fatigue were accomplished. This broadens the sphere of ideas stated as Ivanova and Shevchenko’s ideas about bilingual processing and cognitive fatigue are also valid within the Ukrainian context [6, 12, 10, 11].

In an experimental context the study showed how fatigue interacted with interference at lexical, syntactic, phonological and pragmatic levels. As the interpreting sessions increased in length and cognitive difficulty, language errors intensified, and especially language Structure errors, idiomatic approximations, and low semantic error ratios syntactic measures were more common. The sessions designed to bring about fatigue showed that when inhibitory stressed, interpreters resorted to shallow processing, resulting in literal interpreting, omissions or erroneous relevant ideas.

Subjects indicated the amount of fatigue, less introspective monitoring or reconsidering of actual solutions was noted and attributed to that fatigue. However, the last part of the experiment also demonstrated that interpreters have the capacity of endurance under certain weakening strategies.

As a result of mindfulness exercises, refinement of break times, and training on error analyses, interference errors decreased and retention of information improved. These observations stress the need for the implementation of fatigue-management measures into the training of interpreters.

**Directions for Further Studies.** In respect to this, it should be noted that the present research generates several issues that could be analyzed in the future:

1. **Long-Term training:** It may be valuable to investigate the effects of long-term application of fatigue-management strategies, like mindfulness practices and cognitive load exercises, on interpreters’ performance.

2. **Technology Integration:** Evaluating the potential of CAI tools aimed at cognitive load reduction and fatigue alleviation might offer interpreters effective relief in high-stress situations.

3. Cross-Cultural Comparisons: Studying the effect of fatigue on interpreters of various language pairs, and in different cultures may expand our knowledge of the numerous interference patterns that exist.

4. Neurological Insights: Dissecting the effects of fatigue on interpreters through neuroimaging could better our understanding of cognitive mechanisms involved and suggest improved training approaches.

5. Professional Application: Exploring how these findings relate to actual setting such as political or medical interpreting involves the transition from theory to practice.

#### Bibliography:

1. Каанеман Д. Увага та зусилля. Харків : Фоліо, 2020. 384 с.
2. Mao Y. The Effects of Fatigue on Translation Performance. *Proceedings of the 2022 AMTA Workshop on Evaluation and Translation*. 2022. С. 18. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://aclanthology.org/2022.amta-wetpr.2.pdf>.
3. Li D., Lei G., He F. *Cognitive Approaches to Translation Studies*. Singapore : Springer, 2019. 263 p.
4. Hatzidaki A., Pothos E. Bilingual Language Representation and Cognitive Processes in Translation. *Applied Psycholinguistics*. 2008. Vol. 29, No. 2. P. 219–238. DOI: 10.1017/S0142716408080081.
5. Іванова О. Управління когнітивним навантаженням у перекладі: теоретичні та практичні аспекти. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: Філологія. 2015. Вип. 51. С. 104–109.
6. Бедді А. Робоча пам'ять та навчання: від когнітивної теорії до практики. Київ : Освіта України, 2015. 352 с.
7. Schneider W., Shiffrin R. M. Controlled and automatic human information processing: I. Detection, search, and attention. *Psychological Review*. 1977. Vol. 84, No. 1. P. 1–66.
8. Петренко П. Взаємозв'язок обсягу робочої пам'яті та точності перекладу у студентів-філологів. *Вісник Київського національного університету*. 2018. № 3 (79). С. 121–125.
9. Шнайдер В., Шиффрін Р. Автоматичні та контрольовані процеси: двопроектна теорія. *Психологічний журнал*. 1977. Т. 84, № 1. С. 1–9.
10. Мельник С. Вплив когнітивної втоми на процес прийняття рішень у перекладацькій діяльності. *Психологія. Журнал Національної академії педагогічних наук України*. 2017. Т. 27, № 2. С. 87–92.
11. Gile D. *Basic Concepts and Models for Interpreter and Translator Training*. Amsterdam : John Benjamins, 2009. 278 p.
12. Green D. Inhibitory Control in Bilinguals: Evidence from Language Switching. *Bilingualism: Language and Cognition*. 1998. Vol. 1, No. 2. P. 67–81.
13. Шевченко М. П. Вплив втоми на гальмівний контроль у процесі перекладу. *Вісник Харківського національного університету*. 2016. Вип. 1227. С. 94–99.

#### Скрильник С. Вплив втоми на негативні інтерференції у синхронному перекладі

**Анотація.** Ця стаття присвячена аналізу ролі втоми у спричиненні негативної мовної інтерференції під час синхронного перекладу (СП). Безперечно, що надмірна втома має безпосередній вплив на перекладачів, оскільки вона погіршує їхню здатність концентруватися, використовувати короткочасну пам'ять і регулювати свої емоції. Як наслідок, це призводить до втрати інформації та подальших помилок. Відповідно до вищезгаданих теорій, зокрема моделі зусиль Джайла, моделі гальмівного контролю Гріна та моделі реконструктивної пам'яті Бадделі, основною темою обговорення буде те, як втома посилює інтерференцію при відтворенні змісту на всіх чотирьох рівнях: лексичному, синтаксичному, фонологічному, і навіть прагматичному. Двадцять магістрантів взяли участь в англо-українському перекладацькому експерименті, який продемонстрував ці ефекти. Учасники перекладали політичні промови з англійської на українську мову, враховуючи втому як модифікуючий фактор. Дослідження показало, що втома насправді мала кореляцію зі зростанням більш негативних інтерференцій, таких як надмірно дослівний переклад, надскладовий переклад та надмірна прагматика. З точки зору лінгвістики, неправильні споріднені слова та речення з непорядкованою структурою були більш поширеними в найбільш виснажених сесіях. Крім того, кількість інформації, втраченої під час усного перекладу, зростала зі збільшенням втоми, що додатково впливало на якість усного перекладу.

Для вирішення цих проблем на останньому етапі експерименту були використані стратегії зняття втоми. Знання краще запам'ятовувалися, а інтерференційні помилки зменшувалися завдяки використанню тренінгів з аналізу помилок, зокрема на уважність і плануванню відповідних періодів відпочинку. Ці висновки підкреслюють, наскільки важливо враховувати характеристики стійкості в рамках інтерпретації навчальних програм.

Крім того, що це дослідження надає підґрунтя для ретельного обговорення перспективних довгострокових тактик, використання технологій і тренувань, воно висвітлює динаміку когнітивної втоми в контексті шкідливого впливу. Крім того, це дослідження дає уявлення про те, як підвищити ефективність роботи перекладачів у складних умовах, поглиблює теоретичні знання та практичний досвід у сфері виконання усних перекладів. Результати дослідження мають значення для когнітивної лінгвістики загалом, а також для освітнього професійного контексту.

**Ключові слова:** когнітивні дослідження усного перекладу, синхронний переклад, тренування втоми, когнітивна гнучкість, мовна інтерференція.

*Хромова В. С.,**кандидат педагогічних наук, доцент,  
доцент кафедри іноземної філології та перекладу  
Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля**Виноградов С. С.,**студент групи АМП-23ДМ,  
студент кафедри іноземної філології та перекладу  
Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*

## ОСОБИСТІТЬ ПЕРЕКЛАДАЧА НА МАТЕРІАЛАХ ХУДОЖНІХ ПЕРЕКЛАДІВ ТВОРУ ВІЛЬЯМА ШЕКСПІРА «РОМЕО І ДЖУЛЬЄТТА»

**Анотація.** Стаття присвячена проблемі особистості перекладача на основі аналізу художніх перекладів Вільяма Шекспіра «Ромео і Джульєтта» українською мовою. В статті проаналізовано переклади декількох авторів.

В ході аналізу перекладу І. Франка виявлено, що в ньому передано не лише сюжет, а й глибокі емоції твору, і при цьому збережено поетичність оригіналу. Досліджено, що редакція перекладу цього автора вважається глибокою інтерпретацією теми любові, конфлікту та трагедії. В ході аналізу цього перекладу визначено, що він не містить складних конструкцій та піднесених слів, що дає максимальну можливість розуміння оригіналу. Паралельно проаналізовано текст перекладу і прослідковано його мелодійність і ритмічність, що підкреслює романтичний настрій п'єси, а також збереження поетичної структури оригіналу тексту, що дозволяє читачеві відчувати емоційну напругу. В статті представлено низку яскравих уривків з оригіналу та прикладів перекладу названих авторів і детально проаналізовано обрані уривки.

В ході дослідження охарактеризовано особливості перекладу В. Вороного; зазначено, що цей варіант перекладу допоміг популяризувати твори Вільяма Шекспіра серед українських читачів і адаптувати їх до національного контексту. В аналізі обраних уривків В. Вороного представлено їх сильні та слабкі сторони.

Звернено увагу на той факт, що переклад автора В. Мисика є одним із найзначніших українських варіантів класичної п'єси Вільяма Шекспіра; представлено характеристику перекладу для підтвердження даної думки. Важливим аспектом названо врахування автором культурних особливостей, що робить історію більш близькою для українського читача, а героїв – більш зрозумілими в контексті української історії та традицій.

Також в статті охарактеризовано переклад І. Стешенко; визначено, що цей переклад вдало інтегрує українські культурні елементи, що робить текст більш знайомим для місцевої аудиторії. Але разом із цим, в зазначеному варіанті перекладу надається велике значення передачі образних мовних засобів (гра слів, фразеологізми, метафори, звернення до різних стилів тощо). Сильні та слабкі сторони перекладу у повній мірі представлені на прикладах обраних уривків.

**Ключові слова:** Шекспір, Переклади, Ромео і Джульєтта, Поетичність, Драматизм, Літературний стиль, Українська культура.

**Постановка проблеми та зв'язок із важливими науковими дослідженнями.** Проблема дослідження особистості перекладача при перекладі відомих творів світової літератури полягає у тому, що художній переклад літературного твору не лише передає зміст та стиль оригіналу, але й відображає світогляд перекладача, культурний контекст і мовленнєві особливості. У випадку з перекладами «Ромео і Джульєтти», особистість перекладача може впливати на інтерпретацію сюжету та персонажів, коли перекладач вільно чи несвідомо може акцентувати увагу на певних аспектах твору, залежно від своїх уподобань або ідеологічних переконань. Разом із цим, перекладач повинен зберігати поетичний стиль Шекспіра – особливості ритму, рими та драматичної структури у перекладах можуть змінюватися залежно від перекладацької майстерності. Окрім цього важливим завданням є передача культурних реалій, коли перекладачі, виходячи зі свого культурного досвіду, можуть адаптувати текст до сприйняття читачів іншої культури. Тобто, дослідження перекладів «Ромео і Джульєтти» дозволяє виявити, як особистість перекладача впливає на сприйняття оригінального тексту читачами та його художню цінність у перекладеному вигляді.

**Аналіз останніх джерел та публікацій.** Проблемою дослідження особистості перекладача при перекладі творів В. Шекспіра займається значна кількість сучасних авторів. Серед них дослідниця Таран Л. [1], яка у своїх роботах акцентує увагу на проблемах адаптації шекспірівських метафор, іронії, а також специфічного ритму та звучання оригіналу. Одним із важливих аспектів, на який вона звертає увагу, є вибір мови, яка би змогла передати емоційне напруження оригіналу, зберігаючи вірність автору, але й адаптуючи його для українського контексту. Наприклад, вона досліджує, як можна перекласти символічні моменти, де розмовна мова переплітається з вищими, поетичними або релігійними образами.

Шевельов Ю. [2] у своїх дослідженнях акцентує увагу на історичному контексті перекладів Шекспіра в Україні, починаючи з ранніх перекладів і закінчуючи сучасними інтерпретаціями. Однією з основних тем у його роботах є питання збереження шекспірівської драматичної структури при адаптації для українського театрального середовища. Зокрема, він вивчає, як конкретні переклади відображають соціально-політичні умови

в Україні та адаптують англійський контекст до українських реалій.

Дослідниця Ковалик І. [3] зосереджується на тому, як переклади впливають на сприйняття культурних і соціальних норм, відображених в оригіналах, в українському контексті. Вона вивчає різні переклади з точки зору культурної адаптації, звертаючи увагу на те, як зміст оригіналу змінюється або зберігається при перенесенні на український ґрунт. Вона також аналізує, як такі адаптації впливають на розуміння В. Шекспіра в Україні, зокрема у контексті сучасних проблем і цінностей.

**Метою** даною статті є аналіз особистості перекладачів відомого твору Вільяма Шекспіра «Ромео і Джульєтта» на прикладі декількох варіантів перекладів різних авторів.

**Виклад основного матеріалу.** «Переклад не є прямою трансляцією тексту, а є творенням нової реальності, де слова набувають нових значень у контексті перекладної культури» [4, с. 56]. Розглянемо декілька варіантів перекладу твору «Ромео і Джульєтта» Вільяма Шекспіра та проаналізуємо кожен з них детальніше.

Редакція Івана Франка – це не лише адаптація класичної п'єси В. Шекспіра, а й глибока інтерпретація теми любові, конфлікту та трагедії. Іван Франко підходить до тексту з великою майстерністю, намагаючись зберегти поетичність оригіналу, водночас адаптуючи його до українського контексту. Його мовні засоби створюють яскраві образи та метафори, які сприяють глибшому розумінню теми кохання та втрати:

«Thou counterfeitst a bark, a sea, a wind. For still thy eyes, which I may call the sea» (p. 165)	«У тебе в купі й барка, й море, й вітер. Бо в тебе у-в очах, неначе в морі» (p. 89)
---	---

1. *Thou counterfeitst* перекладено як «У тебе в купі». У цьому випадку український переклад дещо втрачає конкретну метафору *counterfeits*, що означає «підробляти» або «імітувати». Переклад «в купі» звучить більш нейтрально і не передає точного сенсу імітації або маскуванню. У шекспірівському контексті йдеться про те, що персонаж удає щось, тобто створює вигляд чогось іншого. Можливо, більш точним варіантом було б використання «імітує» чи «підробляє».

2. *a bark, a sea, a wind* – ці образи добре передано в українському перекладі через «барка, море, вітер». Тут збережено відповідні метафори, і це дуже вдалий переклад, оскільки «барка» є точним аналогом *bark* (судно, корабель), а «море» та «вітер» – природні елементи, що добре відповідають оригінальним образам.

3. *For still thy eyes, which I may call the sea* перекладено як «Бо в тебе у-в очах, неначе в морі». Тут збережено основний образ моря, але форма «у-в очах» є дещо незвичною. Можливо, мова йде про друкарську помилку або не зовсім вдалу конструкцію, адже «в очах» виглядало б краще з точки зору української граматики. Однак загальний сенс не втрачається.

«Alas that love, whose view is muffled still, Should without eyes see pathways to his will! Where shall we dine? – O me! What fray was here? Yet tell me not, for I have heard it all.» (p. 21)	«Ох ся любов! завязано їй очи, Та й без очей прямує куди схоче. А де обідаєм? Ой, ой! що тут зчинилось? Та й не кажи: я чув сю колот- нечу» (p. 11)
---	--

1. *Alas that love, whose view is muffled still* перекладено як «Ох ся любов! завязано їй очі». В оригіналі йдеться про те, що любов має «приглушений погляд», тобто вона є сліпою або не зовсім ясною. В українському перекладі замість «приглушений погляд» використано метафору, що любов «зав'язала очі», що є влучним перекладом у контексті сліпоти любові, але зміщує фокус на фізичне обмеження (зав'язка очей), а не на ідею мракобісся чи нечіткості бачення.

2. *Should without eyes see pathways to his will!* перекладено як «Та й без очей прямує куди схоче». Тут переклад в основному зберігає ідею сліпоти любові, яка без очей «прямує» або діє згідно з власною волею. Проте в оригіналі слово «pathways» має більш конкретне значення – «шляхи» чи «дороги», що може не зовсім точно передати ідею прямування без видимості. Втім, ідея збережена, хоч і дещо спрощена.

3. *Where shall we dine? – O me! What fray was here?* перекладено як «А де обідаєм? Ой, ой! що тут зчинилось?». Тут спостерігаємо деяку адаптацію до української реальності. Оригінальний *dine* замінено на «обідаєм», що є цілком коректним, однак можливі варіанти на кшталт «де будемо вечеряти» чи «де поїмо» могли б звучати менш розмовно, хоча загалом переклад цілком вдалий.

4. *Yet tell me not, for I have heard it all* перекладено як «Та й не кажи: я чув сю колотнечу». Це вільний переклад, який додає певну кольорову емоцію через слово «колотнечу», що не має прямого відповідника в оригіналі, де йдеться про «все це» (я чув усе). Заміна на «колотнечу» надає вислову більш драматичний відтінок.

Переклади намагаються зберегти метафоричність та образність оригінального тексту, але в деяких випадках відбувається певна адаптація або втрата точності (наприклад, *counterfeits* – «в купі» або *muffled* – «зав'язано очі»). Вони часто використовують вільні варіанти, щоб передати емоційний контекст і забезпечити ритмічну та стилістичну відповідність, однак часом ці адаптації змінюють точність передачі значення. Редакція Івана Франка є важливим внеском у українську літературу, який не лише представляє класичний твір, а й відкриває нові горизонти для розуміння універсальних тем любові та трагедії.

«Художній переклад не може бути лише механічною трансляцією; він має бути актом адаптації, де перекладач відповідає за формування нової читацької аудиторії» [5, с. 77]. Редакція «Ромео і Джульєтта» М. Вороного є важливим етапом в українській літературі. М. Вороний передав глибину і драматизм оригінальної п'єси В. Шекспіра, зберігши при цьому поетичність і емоційність тексту. Також збереження такого важливого і характерного для поета поетичного дійства, як циклізація, все це відображало той артистичний естетизм, носієм якого в українській літературі був саме М. Вороний:

«When the devout religion of mine eye Maintains such falsehood, then turn tears to fire; And these who, often drowned, could never die, Transparent heretics, be burnt for liars» (p. 33)	«Коли мої боготвориві очі Сфальшують так мізерно перед нею. Хай візьмуться огнем їх ревні сльози За те, що їх топив я, не втопивши» (p. 18)
---	---



1. У першому рядку оригіналу говориться про *devout religion of mine eye* – це метафора, що означає інтенсивну віру або глибоке почуття, яке виражається через очі. Переклад, хоча й намагається передати значення через «мої боготвориві очі», дещо втрачає нюанс, оскільки «боготвориві» не є найкращим вибором для цього контексту, оскільки в оригіналі йдеться про споглядання з відданістю або вірою. Краще було б використати «очі, повні віри» чи «очі, що поклоняються».

2. Важливе значення має також слово *falsehood* («неправда»), яке в перекладі втрачає деяку ясність у контексті.

3. Слово *Transparent* у фразі *transparent heretics* означає «легко помітні» або «очевидні», але у перекладі його замінили на «топив я, не втопивши», що, ймовірно, не передає цього значення коректно. Тут радше можна було б використовувати «очевидні еретики» або «прозорі еретики».

Цей переклад відтворює емоційний стан, однак деякі аспекти втрачають точність.

«I must indeed, and therefore came I hither. Good gentle youth, tempt not a desp'rate man. Fly hence and leave me. Think upon these gone. Let them affright thee. I beseech thee, youth, Put not another sin upon my head By urging me to fury. O, begone! By heaven, I love thee better than myself, For I come hither armed against myself» (p. 223)	«Умру, це так: за тим сюди й прийшов. Молодче добрий, не гніви безумця, Втікай відсіль, покинь мене самого. Помисли про мерців, хоч їх злякайся. Прошу тебе, молодче, схаменися, Щоб я не взяв гріха ще раз на душу. Не розлютий мене: іди, будь ласка! Клянуся небом, ти мені дорожчий» (p. 105)
---	--

1. Перший рядок в оригіналі *I must indeed, and therefore came I hither* означає, що персонаж має бути тут, що важливо для його долі. Переклад, який починається з «Умру, це так», є дуже вільним і дещо змінює сенс: він зосереджується на кінцевій меті, а не на рішучості персонажа бути в цьому місці.

2. У фразі *tempt not a desp'rate man* перекладач використовує «не гніви безумця». Це непогане передання, але можна було б зберегти більше відтінків оригіналу, наприклад, через «не спокушай відчайдушної людини».

3. *Fly hence and leave me* перекладається як «Втікай відсіль, покинь мене самого», що добре передає значення, хоча варто було б використовувати більш літературне «покинь мене тут» або «залиш мене».

4. Остання фраза оригіналу *For I come hither armed against myself* має глибокий психологічний підтекст, адже персонаж прийшов, озброєний проти самого себе. Переклад «ти мені дорожчий» замість цього робить акцент на взаєминах, а не на внутрішній боротьбі героя.

Переклад в цілому досить вільний, але він втрачає деякі важливі психологічні аспекти оригіналу. Більш точним був би переклад, який би зберіг важливість внутрішньої боротьби персонажа, а не лише взаємозв'язки з іншими героями. Переклади часто відходять від буквального значення оригіналу, що може бути як силою, так і слабкістю. У першому випадку зменшується точність метафор, а в другому – деякі глибокі психологічні моменти втрачаються. Загалом, переклади передають емоційний зміст, хоча й втрачають точність та глибину деяких ключових фраз оригіналу. Цей надає нові грані для сприйняття, що робить його важливим культурним явищем.

«Перекладач у процесі художнього перекладу не лише переносить текст з однієї мови на іншу, але й бере участь у творчому процесі, що включає інтерпретацію культурних кодів і емоцій» [6, с. 128]. Переклад В. Мисика є одним із найзначніших українських варіантів класичної п'єси Вільяма Шекспіра. В. Мисик вдало передає емоційність оригіналу, зберігаючи поетичність тексту та глибину почуттів героїв. Відрізняється бажанням максимально вірно зберегти, підібрати співзвучне слово, точну риму. Переклад враховує українські культурні особливості, що робить історію більш близькою для українського читача. В. Мисик іноді вносить нюанси, які роблять героїв більш зрозумілими в контексті української історії та традицій. Незважаючи на адаптацію, основні теми твору – кохання, ворожнеча, доля – залишаються незмінними. В. Мисик зумів зберегти глибину почуттів і трагізм ситуації, в якій опинилися Ромео і Джульєтта:

«I am too sore enpiercèd with his shaft To soar with his light feathers, and so bound I cannot bound a pitch above dull woe. Under love's heavy burden do I sink» (p. 43)	«Мене він вже підбив. В такім я горі, і взятий так в кайдани, що не можу піднятися і трохи над печаллю. Під тягарем кохання я хилився» (p. 30)
--	--

1. У цьому випадку переклад в основному точний, але є певні стилістичні відмінності. Оригінальний текст більше метафоричний: *enpiercèd with his shaft* (пробитий його стрілою) є дуже поетичним і має певний градус фізичного болю, але це передано у перекладі через «підбив». Слово «підбив» звукує сенс до певної фізичної дії, тоді як англійське «enpiercèd» наголошує на внутрішньому болю.

2. Важливий момент у перекладі – збереження емоційної глибини, яка не втрачена, хоча є певна розбіжність у виборі слів («кайдани» замість *bound*).

3. Переклад також зберігає загальний емоційний стан, але стилістично можна було б добрати більш точні метафори для кращого поєднання з поетичним стилем В. Шекспіра.

«The Earth that's nature's mother is her tomb; What is her burying grave, that is her womb;» (p. 85)	«Земля для всіх – могила й мати рідна: ховає одного, а іншим плідна;» (p. 61)
---	--

1. Переклад влучно передає дві протилежні ролі Землі як матері і могили. Однак важливою є не лише змістова точність, а й зміна форми. У В. Шекспіра є глибока метафора: Земля одночасно і гробниця, і материнська утроба. Однак у перекладі більше наголошено на двоїстості землі як «могили» і «матері», без того, щоб зберегти підкреслений зв'язок між цими образами в одному рядку.

2. Важливою є зміна контексту, де в оригіналі є повторення *burying grave* і *womb*, що створює своєрідну симетрію, що не зовсім кореспондує з перекладеним варіантом.

Переклади в цілому досить точні й зберігають основні ідеї та емоційний настрій оригінальних уривків. Проте є деякі моменти, коли переклад може втрачати частину стилістичної гнучкості чи метафоричної багатозначності оригіналу, що характерно для В. Шекспіра. Цей переклад можна вважати важливим внеском у українську літературу, адже він не лише популяризує класичний твір, але й демонструє можливості української мови в поетичній формі.

Для того щоб художній переклад був успішним, важливо враховувати не лише лексичні одиниці, а й символіку, емоційні відтінки та культурні контексти, які несуть елементи оригіналу [7, с. 89]. Художній переклад потребує не тільки вміння передавати точний зміст, але й уміння передавати інтенцію автора, що не завжди можна зробити шляхом прямої кальки [8, с. 42]. Переклад «Ромео і Джульєтта» Ірини Стешенко вирізняється поетичністю та емоційною глибиною. У її перекладі глибоко відчутні емоції персонажів, що робить їх переживання більш зрозумілими та близькими українському читачеві. Вдало інтегрує українські культурні елементи, роблячи текст більш знайомим для місцевої аудиторії. Переклад адаптує деякі фрази і вирази, що дозволяє зберегти сенс, не втрачаючи при цьому ідеї оригіналу. І. Стешенко використовує ритмічні й мелодійні засоби, що надають тексту художньої виразності:

«On pain of torture, from those bloody hands Throw your mistempered weapons to the ground, And hear the sentence of your movèd prince. Three civil brawls bred of an airy word» (p. 15)	«Гасити ладні раз у раз. Із рук Додолю кидайте криваву зброю І слухайте, що скаже в гніві князь ваш,- Інакше ждуть на вас страшні тортури» (р. 6)
--	--

1. Фраза *On pain of torture* перекладена як «Інакше ждуть на вас страшні тортури». Це точний і зрозумілий переклад, однак можна було б зберегти більш літературний стиль, наприклад, через використання конструкції «під загрозою тортур», що ближче до оригінального звучання.

2. Переклад передає драматизм і гнів, який відчувається у виразі «в гніві князь ваш», що відображає емоційний заряд оригіналу.

Однак слово «ладні» в першому рядку виглядає трохи дивно в цьому контексті. Можливо, тут мала бути інша форма, наприклад, «розбрат» або «сварка», щоб краще передати значення *brawls*. Слово «ладні» більше асоціюється з гармонією, а не конфліктами.

3. Використання виразу «страшні тортури» точно передає загрозу, але звучить трохи різко в контексті оригіналу, де *on pain of torture* є частиною більш формальної та урочистої мовної структури. Можливо, можна було б використати менш емоційно забарвлену фразу для збереження більш офіційного тону. На думку, Г. Кочура, її переклад «хоч і небездоганний у деталях, має значні й різноманітні позитивні якості». Іншомовний твір, на думку І. Стешенко, повинен звучати в перекладі на іншу мову так, начебто він і був написаний цією мовою: лише стилістична своєрідність, особливості мислення й деталі побуту повинні говорити про те, що перед читачем – твір письменника іншої країни, іншого народу.

«This is the matter. – Nurse, give leave awhile. We must talk in secret. – Nurse, come back again. I have remembered me, thou 's hear our counsel. Thou knowest my daughter's of a pretty age» (p. 35)	«Та річ у тому... Няню, вийди звідси, Поговорить нам треба сам на сам: Проте стривай!.. Вернися, няню... Так, Згадала я, що слід тобі зостатись Послухати розмову нашу. Адже Ти знаєш змалку нашу любов доню» (р. 13)
---	---

1. В цілому переклад точний, але у фразі «Згадала я, що слід тобі зостатись» є деяке відхилення від оригіналу. Англійський *I have remembered me* можна було б перекласти точніше як «я пригадав(ла)», або «я згадала», що було б більш природно в українському контексті.

2. Переклад зберігає розмовний стиль оригіналу, що підходить до контексту цієї сцени. Вираз «Поговорить нам треба сам на сам» виглядає природно, адже передає інтимний характер розмови.

Замість «Няню, вийди звідси» можна було б використати більш літературну конструкцію, наприклад, «Няню, вийди на хвилику» або «Няню, залиш нас на хвилину», що додало б більшої елегантності.

3. Враховуючи, що це момент інтимної розмови, переклад добре відтворює частину емоційного фону оригіналу. Відчувається спішність у словах «Проте стривай!.. Вернися, няню...», що підкреслює хвилювання персонажа.

Точність перекладу в обох уривках здебільшого збережена, однак є моменти, де переклад може виглядати не зовсім природно через неправильне використання окремих слів або конструкцій (наприклад, «ладні» і «зостатись»). Стилістика перекладу зберігає основний характер оригіналу, особливо в плані драматизму та емоційної насиченості.

**Висновки.** Таким чином, кожен з авторів у своєму перекладі твору «Ромео і Джульєтта» не тільки тонко та достовірно передавав сенс, почуття та емоційне забарвлення оригіналу, але й проявляв в своєму перекладі власну індивідуальність та оригінальність.

**Перспективами подальшого наукового пошуку** в рамках обраної теми можна вказати наступні: дослідження впливу біографічного та культурного шляху перекладача; порівняльний аналіз перекладів у різних епохах та наліз естетичних пріоритетів різних періодів та їх впливу на художнє відтворення; лінгвостилістичний аналіз перекладів, аналіз впливу особистості перекладача на стилістичні вибори (адаптація метафор, передача гри слів, збереження ритмічності й рими) та порівняння лексичних і синтаксичних структур у перекладах різних авторів; порівняння перекладів різними мовами.

#### Література:

1. Таран Людмила. Адаптація поетичних та мовних особливостей. Київ: Наукова думка, 2013. 208 с.
2. Шевельов Юрій. Вплив шекспірівських перекладів на українську літературу. Київ: Дніпро, 1978. 320 с.
3. Ковалик Ірина. Філологічні та культурні аспекти адаптації. Київ: Київський університет, 2021. 153 с.
4. Квітко Анна. Культура і переклад: перехідні форми літератури. Львів: Літературна агенція, 2015. 301 с.
5. Мартін Грета. Київ: Культура і трансляція: міжкультурні виклики художнього перекладу. Київ: Дух і літера, 2021. 212 с.
6. Клайн Джонатан. Між мовами та культурами: сучасні підходи до художнього перекладу. Київ: Київський університет, 2019. 278 с.
7. Барлетт Франсіс. Культурні нюанси художнього перекладу. Київ: Київський університет, 2022. 256 с.
8. Турнбулл Грета. Теорії та практики художнього перекладу. Київ: Либідь, 2000. 197 с.

**Khromova V., Vynogradov S. The personality of the translator in the materials of the artistic translations of William Shakespeare's «Romeo and Juliet»**

**Summary.** The article is dedicated to the issue of the translator's personality, based on an analysis of the Ukrainian translations of William Shakespeare's *Romeo and Juliet*. The article analyzes the translations of several authors.

In the analysis of I. Franko's translation it is noted that not only the plot but also the deep emotions of the work are conveyed while preserving the poetic nature of the original. The research reveals that the author's variant of translation is considered as a profound interpretation of the theme of love, conflict, and tragedy. It is observed that this translation avoids complex constructions and elevated vocabulary which maximizes the reader's understanding of the original. Simultaneously the texts of both authors are analyzed, and the melodiousness and rhythm of Franko's text are traced, emphasizing the romantic mood of the play, along with preservation of the poetic structure allows the reader to feel the emotional tension. The article presents a number of vivid excerpts from the original and examples from the translations of the mentioned authors with a detailed analysis of the selected excerpts.

The study also describes the peculiarities of V. Vorony's translation noting that this version played a significant role in popularizing the works of William Shakespeare among Ukrainian readers and adapting them to the national context. The analysis of selected excerpts from Vorony's translation highlights both its strengths and weaknesses.

The article emphasizes that V. Mysyk's translation is one of the most significant Ukrainian versions of the classic play. A characterization of this translation is provided to support this statement. An important aspect is the author's attention to cultural specifics which makes the story more relatable to the Ukrainian reader and the characters more understandable within the context of Ukrainian history and traditions.

Additionally the article describes I. Steshenko's translation noting that this version successfully integrates Ukrainian cultural elements making the text more familiar to the local audience. However it also places great emphasis on the transmission of figurative language devices (wordplay, idioms, metaphors, appeals to different styles, etc.). The strengths and weaknesses of the translation are fully represented through selected excerpts.

**Key words:** Shakespeare, Translations, *Romeo and Juliet*, Poeticness, Dramaticism, Literary style, Ukrainian culture.

*Shvachko S. O.,**Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,  
Associate Professor at the Department of Germanic Philology  
Sumy State University**Smolianinova V. A.,**Master student at the Department of Germanic Philology  
Sumy State University*

## PECULIARITIES OF TRANSLATION OF ONOMASTIC VOCABULARY FROM UKRAINIAN INTO ENGLISH

**Summary.** The article explores the challenges and strategies involved in translating onomastic vocabulary from Ukrainian into English, using Taras Prokhasko's *"The UnSimple"* and its English translation by Uilleam Blacker as the main research material. Onomastic vocabulary, including names, titles, and toponyms, often carries cultural and historical significance, making its accurate translation particularly complex. The study defines translation transformations as deliberate modifications applied to source texts to ensure a meaningful and coherent rendering in the target language. These transformations are categorized into lexical, grammatical, and complex types, with techniques such as transcoding, calque, modulation, transposition, generalization, and concretization playing a crucial role.

The research highlights that transcoding is the most commonly used technique for translating proper nouns and geographical names. However, it is often supplemented or replaced by other methods to preserve contextual and cultural nuances. For example, some names may require explanatory additions or modifications to adapt to the target language's grammar and stylistic norms. The study also illustrates the translator's need for flexibility when dealing with unique challenges, such as preserving wordplay or etymological connections.

By analysing specific examples from *"The UnSimple"*, the article demonstrates how various translation strategies can convey the author's style, maintain the cultural essence, and address the linguistic differences between Ukrainian and English. This analysis provides a foundation for understanding the complexities of translating specialized vocabulary and serves as a valuable resource for teaching future translation professionals.

The findings suggest that future research could involve larger bilingual corpora to identify broader trends in translating specialized vocabulary and explore how translation decisions affect target audiences. Such studies would deepen the understanding of effective strategies for maintaining both meaning and cultural authenticity in translation.

**Key words:** translation transformations, translation equivalence, onomastic vocabulary, proper names, cultural adaptation.

**Formulation of a research problem.** Translation from Ukrainian into English poses unique challenges, particularly when dealing with onomastic vocabulary (names, titles, toponyms). These elements often carry cultural, historical, or contextual significance, making their accurate and meaningful rendering into English a com-

plex task. Translators must navigate differences in linguistic structure, cultural norms, and target audience expectations. To address these challenges, various translation transformations are employed, these techniques help preserve the meaning, style, and cultural essence of the source text while ensuring its comprehensibility and relevance in the target language. Understanding and effectively applying these transformations is crucial for achieving a successful translation that balances fidelity to the original and accessibility for the reader.

**Related research.** Research on the translation process and the classification of translation transformations has been extensively developed by both foreign and Ukrainian linguists. N. Chomsky and E. Nida laid the foundation for studying translation as a process, focusing on the concept of equivalence and its pivotal role in preserving meaning between source and target texts. J. P. Vinay and J. Darbelnet [1] introduced a detailed classification of translation transformations, which included strategies like borrowing, calque, and modulation. This classification was further refined and expanded by P. Newmark, who integrated more nuanced distinctions tailored to practical translation needs [2]. In Ukrainian linguistics, scholars such as V. Karaban [3], V. Koptilov [4] and I. Korunets [5] have made significant contributions to the study of translation transformations. They proposed classification models that are widely applied in analysing translations between English and Ukrainian, offering insights into the challenges and strategies in cross-linguistic and cross-cultural adaptation.

**The aim of the article** is to explore the peculiarities of the translation process from Ukrainian into English, specifically on material dealing with onomastic vocabulary. It is expected to have an outlined notion of the term "translation transformations", provide opinions of different specialists in the field on their classification and explain the peculiarity of the translation of onomastic vocabulary. This study intends to show the variety of ways of translating specialized vocabulary using different translation techniques and showing the process on specific fragments selected from the original and processed texts. This analysis can be used later as demonstrative material for teaching future professionals of the field. Furthermore, it gives a perspective on the question of assessing different translation strategies according to their effectiveness in transferring the original meaning into the target language, as well as their role in preserving the features of the author's original writing style.

The research material for this study is based on the analysis of *"The UnSimple"*, a novel by the Ukrainian author Taras

Prokhasko [6], and its English translation performed by Uilleam Blacker [7]. This work offers a perspective on linguistic and cultural nuances, providing an opportunity to analyse the translation strategies employed to convey the original's stylistic features, author's vocabulary and narrative tone. The bilingual nature of the texts allows for a comparative exploration of the similarities and differences between the Ukrainian source and the English target languages, highlighting the challenges and solutions in rendering Taras Prokhasko's distinctive prose.

**Presentation of the main research material.** Translation is commonly defined as the process of rendering the original text using the linguistic and stylistic means of another language while preserving its meaning, style, and communicative intent. Translation usually requires not only linguistic proficiency but also a deep understanding of the cultural and contextual subtleties of both the source and target languages.

Different approaches to translation reflect the diverse priorities and philosophies of linguists and translators. Some emphasize adapting the text to the target language as much as possible, ensuring fluency and cultural relatedness for the audience. This method prioritizes accessibility and naturalness in the translated text. Others consider important preserving the original's uniqueness, striving to maintain the cultural and stylistic elements even at the expense of some degree of fluency. This approach seeks to provide readers with an experience closely aligned with the source text's authenticity and atmosphere.

Due to the differences between languages, the appearance of a certain changes, known as translation transformations, is inevitable. The broad definition of the term "translation transformation" is a change in form, appearance, functions and essential properties of the language unit, which can be located on any structural level of the translated material. These are deliberate modifications applied to the source text to achieve a meaningful and coherent translation.

Transformations can be classified based on their functional means, focusing on how they alter the linguistic structure, or according to the result, which addresses the specific changes introduced into the target text. These include shifts in grammatical structure, lexical substitutions, and stylistic adaptations, all of which are essential for balancing fidelity and comprehensibility in translation.

J.-P. Vinay and J. Darbelnet identify two primary translation strategies: *direct translation* and *oblique translation*, each encompassing specific translation procedures. Direct translation involves three methods: *borrowing*, where a word from the source language is directly transferred into the target language; *calque*, which involves "borrowing" an expression from the source language and translating it literally; and *literal translation*, characterized by a word-for-word rendering of the original text. On the other hand, oblique translation includes four methods: *transposition*, which substitutes one grammatical category for another while retaining the original meaning; *modulation*, which alters the perspective or point of view of the message while maintaining its essence; *equivalence*, which uses entirely different stylistic or structural approaches to describe the same situation and achieve an equivalent effect; and *adaptation*, applied when the context of the source language message does not exist in the culture of the target language [1, p. 157].

The previously described classification of translation strategies by J.-P. Vinay and J. Darbelnet can be complemented by the framework proposed by Ukrainian linguists V. Karaban and V. Koptilov, who categorize translation transformations into three main types:

lexical, grammatical, and complex. *Lexical transformations* focus on adapting individual words or expressions to account for differences in linguistic and cultural contexts. *Grammatical transformations* involve modifications to the syntactic or morphological structure of a text to align it with the norms of the target language. *Complex transformations* combine elements of both lexical and grammatical adjustments to address multifaceted translation challenges. For translating specialized and contextual vocabulary, lexical transformations play a critical role and include techniques such as *concretization* (narrowing the meaning of a term), *generalization* (broadening the meaning), *addition* (supplementing implicit information), *omission* (removing non-essential elements), *modulation* (changing perspective while retaining meaning), *transposition* (changing word order or grammatical category), and *equivalence* (finding culturally and contextually appropriate equivalents). The translation of proper names is usually performed with the help of different types of *transcoding*, transferring the source language elements directly into the target language letter-for-letter, according to the accepted transcription or alphabet correlation [3, 4]. These approaches help ensure the accuracy and clarity of translations while maintaining their functional relevance.

Onomastic vocabulary refers to names and terms used for proper nouns, including personal names, place names (toponyms), names of organizations, brands, and other unique identifiers. These terms often carry cultural, historical, or symbolic significance, making them integral to the identity and meaning of a text. Researching the ways of translating onomastic vocabulary is important because such terms may lack direct equivalents in the target language, requiring translators to employ strategies that preserve their cultural context and connotations. Effective translation of onomastic vocabulary ensures that the essence of the original text is retained while making it accessible and meaningful to the target audience. To understand how translation transformations function when dealing with onomastic vocabulary, this study will analyse fragments of the Ukrainian text "*The UnSimple*" by Taras Prokhasko and its English translation by Uilleam Blacker. This comparison will highlight the strategies used to adapt culturally specific terms, proper names, and specialized expressions while maintaining the essence and readability of the original text.

For the translation of the proper names, V. Karaban [3, p. 99] and I. Korunets [5, p. 80] suggest using transcoding, using the approved standards of transliteration and transcription, proposed by the Ukrainian or British/American governments. For example: «*Це місце вигадав Франциск, якого частіше називали Францом*» [6]. – "*This place had been created by Franzysk, who was more often called Franz*" [7]. With the means of transcoding, the translator rendered the name of the character, despite the name having European origin and being an old way of translation of its European analogue (French – *François*, Italian – *Francesco*). This was done in order to preserve the original spelling of the name, authentic for Ukrainian language. However, not always transcoding can preserve the spelling features of the name: «*Колись Франц казав Себастьянові...*» [6]. – "*Franz once told Sebastian...*" [7]. *Себастьян* (Sebastian) is a Ukrainian variation of a Latin name, which, despite being transcribed appropriately, still does not preserve the features of the original, namely the word stress, which was not marked in the original sentence and thus lost in translation, meaning that the reader will most likely read this name according to the rules of English spelling. In some cases, when translating

surnames, the transcoding method is not appropriate, for example: «... немовля – доньку героїчної самохотниці **Анни Ялівцівської**» [6]. – “... an infant – the daughter of the heroic volunteer, **Anna of Ialivets**” [7]. Despite the fact that the original surname of the character can be read as a normal Ukrainian surname, translator deliberately chose not to use transcoding, instead interpreting that surname not as a person’s one, but rather the place of origin of the character. This decision is reasonable, because from the context reader learns that *Ialivets* poses as a main location in the story and a birthplace for most of the characters.

The rules of translating toponymic terminology are similar to those of the proper names, and the usual strategy for it is means of transcoding as well, with the additions of other transformational techniques. Most Ukrainian geographical names are rendered in the English translation using transcription standards; however, it is not enough to transcribe the original word sound for sound, since Ukrainian original is often affected with the rules of conjugation and the gender mark, thus having different endings and suffixes, while English translation uses strictly Nominative case and does not use gender marked inflections. «Пройшов **Чорногору**, пройшов під **Говерлюю і Петросом**» [6]. – “He crossed **Chornohora**, passing by **Hoverla and Petros**” [7].

In certain cases, translator can find it appropriate to use other kind of technique, such as *calque* or *borrowing*: «Потому панцерник наїхав на міну, забуту італійцями, які будували тунель на **Яблуніцькому перевалі**» [6]. – “Then the car ran over a mine that had been left behind by the Italians when they’d been building a tunnel in the **Iablunytsky valley**” [7]. Here only one word from the toponym was transcribed, while the second word a general notion was rendered with the help of equivalence. Despite the words *перевал* (*passage*) and *valley* having different functional meanings and different contextual usage, what unites them is the fact that they both denote a similar thing, namely a place located in between the mountains, thus posing as functional equivalents for each other.

In translation of more widely used toponyms, translator can use not the name gotten from transcoding means, but the historically established translation: «У вересні 1914 року вона добровільно пішла до війська і після кількох тижнів вишколу потрапила на фронт у **Східній Галичині**» [6]. – “In September 1914 she volunteered for the army, and after a few weeks’ training was sent to the front in **eastern Galicia**” [7]. *Eastern Galicia* is an internationally accepted way of naming a group of Polish and Ukrainian territories. Despite the Ukrainian version of the name deriving from the existing city of *Halych*, its old Latin translation (*Galic*) is preferred to be used as a basis for the name.

In his guide to the theory and practice of translation, V. Karaban mentions the necessity of adding explanatory units for the pragmatic adaptation of the text to the target audience, making the text understandable [3, p. 358]. The basic characteristics of certain geographical notions can be deduced from the context of the text, but in certain cases it is preferable for a translator to add their specifying commentary. The example of using combined translation techniques when rendering toponyms can be seen in the next sentence: «Вони почали ходити за **Менчіл Квасівський** до **Кевелова**, який стікав у Чорну Тису,..» [6]. – “They started walking beyond **Menchil hill near Kvasiv** to **Keveliv creek**, which flowed into the Chorna Tysa,..” [7]. The addition of the words *hill* and *creek* in translation helps the reader to understand the names, that can be already

familiar for a Ukrainian audience. Another interesting technique used here is *transposition*, the change of one grammatical category into another, which here denotes the change of how the relationship between the object and the location it belongs to is expressed. In the source language, *Квасівський* is an adjective that indicates the object’s belonging to or association with a specific place (*Kvasiv*). In the translation, this belonging is expressed using the prepositional phrase *near Kvasiv*, which shifts the grammatical form but retains the same sense of localization. This is done in order to adapt the text for the target language, where such kinds of word formation are not used widely and where different means of translation such constructions exist. To that, such way of structuring in translation helps the reader not to get lost in different unfamiliar names.

In certain cases, translator’s additional commentary is needed in order to convey peculiar notions of the names: «Головним мешканцем **Ялівця** був, звичайно, сам **ялівець**» [6]. – “The main inhabitant of **Ialivets (Juniper)** was, of course, the **juniper (ialivets) itself**” [7]. The name of the city in the original text originated from the name of a plant, which cannot be translated with transcoding since it is not a proper name but a common word with an existing equivalent in the target language. Thus, in order to preserve Ukrainian wordplay, translator adds a translation of the plant name and its transcribed variation in the brackets after each of the words, this way marking that despite the difference of the names of a city and a plant, they still share a similar meaning and are related semantically.

Translation of names is a complicated process and most of the time it requires additional research on the etymology and cultural context of the translated material. In certain cases, the task of tracking down the precise meaning is difficult and as a result, it can lead to the incorrect translation. «...діти, стоячи на ньому, струшували з дерева осінні яблука. Здається, **сніжний кальвін**.» [6]. – “...children climbed on it to shake the autumn apples off the high branches of the tree next to it. Apparently **white calvins**” [7]. In the given example, the translator used *calque* technique, using the means of modulation and transcoding, seemingly keeping the structure and characteristics of the object. However, not much can be found upon searching the name *white calvin*, the reason for this being that the classic name for that sort of apples, which we know it is from the context of the previous sentence, is its original French name *Calville Blanc* or *Calvill Blanc d’Hiver*. Such distortion of translation could have been caused by the fact that in the original text the name *сніжний кальвін* is also not a proper name for this apple tree. Presumably, it was deliberately written that way by the author in order to present it as a dialectic variation of the name. Such losses of the true meaning are not critical, however, they clearly demonstrate the complexity of the translation process.

**Conclusions and prospects for further research.** Translating from Ukrainian into English presents distinct challenges, especially with onomastic vocabulary such as names, titles, and toponyms. These terms often hold cultural, historical, or contextual importance, which makes conveying their meaning and significance in English a demanding process. The study outlines the concept of translation transformations, provides insights into their classification by various specialists, and examines the challenges of rendering onomastic and specialized vocabulary. Using examples from Taras Prokhasko’s novel “*The UnSimple*” and its English translation by Uilleam Blacker, the study demonstrates how different translation strategies

can effectively convey the author's style, vocabulary, and narrative tone while addressing linguistic and cultural nuances. The findings reveal that the most common technique for translating onomastic vocabulary is transcoding, although it is often combined with or replaced by other techniques, such as calque, modulation, transposition, generalization, and concretization, depending on the context.

Future research could expand on this study by analyzing other bilingual texts to identify trends and variations in the translation of specialized vocabulary across different genres. Additionally, exploring the impact of translation decisions on target audiences could provide valuable insights for both theory and practice in translation studies.

#### *Bibliography:*

1. Vinay J.-P., Darbelnet J. L. *Comparative stylistics of French and English: a methodology for translation*. Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins Publishing, 1995. 358 p.
2. Newmark P. A *Textbook of Translation*. Hertfordshire: Prentice Hall, 1988. 292 p.
3. Карабан В.І., Мейс Дж. Переклад з української мови на англійську мову. Вінниця: Нова Книга, 2003. 608 с.
4. Коптілов В.В. Теорія і практика перекладу. Київ: Юніверс, 2003. 164 с.
5. Корунець І.В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад) : підручник / І.В. Корунець. – 5-те вид., виправ. і допов. – Вінниця: Нова Книга, 2017–448 с.
6. Прохасько Т. НепрОсті. Івано-Франківськ: Лілея-НВ, 2002. 184 с.
7. Prokhas'ko T. The UnSimple. *Ukrainian Literature*, 3, 2007 / translator U. Blacker. 1–68 pp.

#### **Швачко С., Смолянiнова В. Специфіка перекладу онімної лексики з української мови на англійську**

**Анотація.** У статті досліджуються виклики та стратегії, пов'язані з перекладом онімної лексики з української мови англійською, використовуючи роман Тараса Прохаська «НепрОсті» та його англійський переклад, виконаний Уіллемом Блекером, як основний дослідницький матеріал. Онімна лексика, яка включає

імена, назви та топоніми, часто має культурне й історичне значення, що робить її точний переклад особливо складним. У дослідженні перекладацькі трансформації визначаються як цілеспрямовані зміни, застосовані до текстів-джерел для забезпечення змістовного та послідовного відтворення в мові перекладу. Ці трансформації класифікуються на лексичні, граматичні та комплексні, а такі техніки, як транскодування, калькування, модуляція, транспозиція, узагальнення та конкретизація, відіграють ключову роль.

У дослідженні підкреслюється, що транскодування є найчастіше використовуваною технікою для перекладу власних назв і географічних найменувань. Проте його часто доповнюють або замінюють іншими методами для збереження контекстуальних і культурних нюансів. Наприклад, деякі назви можуть потребувати додаткових пояснень чи модифікацій для адаптації до граматичних і стилістичних норм мови перекладу. У статті також ілюструється необхідність гнучкого підходу перекладача при вирішенні унікальних завдань, таких як збереження гри слів або етимологічних зв'язків.

Аналізуючи конкретні приклади з роману «НепрОсті», стаття демонструє, як різні стратегії перекладу можуть передати стиль автора, зберегти культурну сутність і врахувати мовні відмінності між українською та англійською мовами. Цей аналіз закладає основу для розуміння складнощів перекладу спеціалізованої лексики та слугує цінним матеріалом для навчання майбутніх перекладачів.

Результати дослідження вказують на те, що майбутні роботи можуть охоплювати аналіз більших двомовних корпусів для виявлення ширших тенденцій у перекладі спеціалізованої лексики та дослідження впливу перекладацьких рішень на цільову аудиторію. Такі дослідження дозволять глибше зрозуміти ефективні стратегії збереження як значення, так і культурної автентичності в перекладі.

**Ключові слова:** перекладацькі трансформації, еквівалентність перекладу, онімна лексика, власні назви, культурна адаптація.

## ЗМІСТ

### МОВОЗНАВСТВО

<i>Аскерова І. А.</i> СЕМАНТИКО-КОГНІТИВНІ ТА ЛІНГВОАКСІОЛОГІЧНІ ПАРАМЕТРИ ПОЛЬСЬКОГО ЕМОТИВА <i>SZCZĘŚCIE</i> .....	4
<i>Гао Цзінси</i> СТРАТЕГІЯ ТА ТАКТИКИ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ДИСКУРСІ ПРО МОВНЕ ПИТАННЯ.....	9
<i>Кім Л. А.</i> STATUT DE L'ARGOT DANS LE FRANÇAIS MODERNE ET SON CARACTÈRE ANTHROPOCENTRIQUE.....	15
<i>Ковалів С.-М. В.</i> ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ СВОБОДА У ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВАХ ВІКТОРА ЮЩЕНКА.....	19
<i>Ковалюк О. К.</i> ЛЕКСЕМИ НА ПОЗНАЧЕННЯ ЕМОЦІЙ ТА ЕМОЦІЙНИХ СТАНІВ В УКРАЇНСЬКИХ ГРАМОТАХ XIV–XVI СТ.....	24
<i>Кондратюк Л. М., Юхновець Н. П.</i> ТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ НЕОЛОГІЗМІВ В ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА НІМЕЦЬКОЇ МОВ).....	29
<i>Кулібаба В. О.</i> МОДЕЛІ АНГЛІЙСЬКИХ БІБЛЕЇЗМІВ У ЛЕКСИЧНОМУ ТА СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНОМУ ВИМІРАХ.....	33
<i>Купчишина Ю. А.</i> ЛІНГВОКОГНІТИВНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ХУДОЖНЬОГО ДИСКУРСУ.....	39
<i>Муляр І. В.</i> СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ АНГЛІЙСЬКИХ МЕБЛЕВИХ НАЗВ.....	43
<i>Ohienko M. D.</i> SEMANTIC PROCESSES OCCURRING IN ENGLISH MARITIME TERMINOLOGY.....	47
<i>Полічева Ю. В., Мельник О. О.</i> МОВНІ ЗАСОБИ МАНІПУЛЯЦІЇ ЕМОЦІЯМИ В АНГЛОМОВНИХ МЕДІА ТЕКСТАХ.....	50
<i>Прохоров М. Г., Чепишко Р. М.</i> ЖАНРОВА ГІБРИДИЗАЦІЯ ДИСКУРСУ АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ ПОЛІТИЧНИХ СПОТІВ.....	55
<i>Рижкова В. В., Шейн І. О.</i> ЛЕКСИЧНІ КОНОТАЦІЇ НАЗВ ПРИРОДНИХ ЯВИЩ У МОВНИХ КУЛЬТУРАХ СВІТУ.....	59
<i>Сизонов Д. Ю.</i> ГЕНДЕРНА СТЕРЕОТИПІЗАЦІЯ В РЕКЛАМІ: ЮРИСЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ.....	63
<i>Степанов В. В., Могильник А. І.</i> МОВНІ МАНІПУЛЯЦІЇ ПОСАДОВЦІВ У ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ДИСКУРСІ: ЦІЛІ ТА ЗАСОБИ.....	67
<i>Tatarovska O. V.</i> AFFIXAL AND ADVERBIAL NEGATION IN THE CONTEXT OF POWER: A THEME OF INTEGRATING POSTCOLONIAL AND COLONIAL EXPERIENCES.....	72
<i>Хабарова Н. А.</i> ДОСЛІДЖЕННЯ НЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ РОМАНІСТИЦІ.....	80
<i>Хомік О. Є.</i> СЕМАНТИКА ТА ФУНКЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВОБРАЗУ <i>ПОЯС</i> В УКРАЇНСЬКОМУ ЛІНГВОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ.....	85
<i>Шкурко Г. В.</i> ГРАФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НЕЙМІНГУ УКРАЇНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ.....	90







# CONTENTS

## LINGUISTICS

<i>Askerova I.</i> SEMANTIC-COGNITIVE AND LINGUO-AXIOLOGICAL PARAMETERS OF THE POLISH EMOTIVE <i>SZCZĘŚCIE</i> .....	4
<i>Gao Jingsi.</i> THE STRATEGY AND TACTICS OF SELF-PRESENTATION IN THE UKRAINIAN DISCOURSE ON THE LANGUAGE ISSUE.....	9
<i>Kim L.</i> THE STATUS OF SLANG IN MODERN FRENCH AND ITS ANTHROPOCENTRIC NATURE.....	15
<i>Kovaliv S.-M.</i> VERBALIZATION OF THE CONCEPT OF <i>FREEDOM</i> IN POLITICAL SPEECHES BY VIKTOR YUSHCHENKO .....	19
<i>Kovaliuk O.</i> LEXEMES TO DENOTE EMOTIONS AND EMOTIONAL STATES IN UKRAINIAN MANUSCRIPTS OF XIV–XVI CENTURIES.....	24
<i>Kondratiuk L., Yukhnovets N.</i> CREATION AND FUNCTIONING OF NEOLOGISMS IN THE INTERNET DISCOURSE (BASED ON ENGLISH AND GERMAN).....	29
<i>Kulibaba V.</i> THE MODELS OF ENGLISH BIBLICAL IDIOMS IN LEXICAL AND STRUCTURAL-SEMANTIC DIMENSIONS.....	33
<i>Kupchyshyna Yu.</i> LINGUOCOGNITIVE MODELLING OF THE ARTISTIC DISCOURSE.....	39
<i>Muliar I.</i> METHODS OF TRANSLATING ENGLISH FURNITURE TERMS INTO UKRAINIAN.....	43
<i>Ohienko M. D.</i> SEMANTIC PROCESSES OCCURRING IN ENGLISH MARITIME TERMINOLOGY.....	47
<i>Polycheva Yu., Melnyk O.</i> LINGUISTIC MEANS OF EMOTIONAL MANIPULATION IN ENGLISH-LANGUAGE MEDIATEXTS.....	50
<i>Prohorov M., Chepyshko R.</i> GENRE HYBRIDIZATION OF THE DISCOURSE OF ENGLISH POLITICAL SPOTS.....	55
<i>Ryzhkova V., Shein I.</i> LEXICAL CONNOTATIONS OF NATURAL PHENOMENA NAMES IN THE WORLD'S LINGUISTIC CULTURES.....	59
<i>Syzonov D.</i> GENDER STEREOTYPING IN ADVERTISING: THE LEGAL LINGUISTIC ASPECT.....	63
<i>Stepanov V., Mohylnyk A.</i> LANGUAGE MANIPULATIONS OF OFFICIALS IN THE JOURNALISTIC DISCOURSE: GOALS AND MEANS.....	67
<i>Tatarovska O.</i> AFFIXAL AND ADVERBIAL NEGATION IN THE CONTEXT OF POWER: A THEME OF INTEGRATING POSTCOLONIAL AND COLONIAL EXPERIENCES.....	72
<i>Khabarova N.</i> RESEARCH OF NEOLOGISM IN MODERN ROMANCE STUDIES.....	80





# НАУКОВИЙ ВІСНИК МІЖНАРОДНОГО ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія: ФІЛОЛОГІЯ

*Науковий збірник*

№ 69, 2024

Том 1

Серію засновано у 2010 р.

Коректор – Вишнякова Я.І.

Комп'ютерна верстка – Молодецька О.І.

Підписано до друку 10.12.2024 р. Формат 60×84/8. Обл.-вид. арк. 26,74, ум. друк. арк. 18,47.  
Папір офсетний. Цифровий друк. Наклад 200 примірників. Замовлення № 0225/125.

**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