

*СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ ЛІНГВІСТИЧНИХ  
ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ*

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА**

**Кафедра англійської філології та перекладу ім. Д.І. Квеселевича  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

**Кафедра теорії та практики перекладу з англійської мови  
КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

**Кафедра германської та романської філології  
НІЖИНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ МИКОЛИ ГОГОЛЯ**

**Кафедра германської філології**



**СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ  
ЛІНГВІСТИЧНИХ  
ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ**

**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ  
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
ПАМ'ЯТІ ДОКТОРА ФІЛОЛОГІЧНИХ НАУК,  
ПРОФЕСОРА Д. І. КВЕСЕЛЕВИЧА (1935-2003)**

11 травня 2018 р.

**Житомир – 2018  
Вид-во ЖДУ ім. І. Франка**

*СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ ЛІНГВІСТИЧНИХ  
ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ*

УДК: 811.11+821.111

ББК: 81.43

*Рекомендовано до друку  
Вченою радою ННІ іноземної філології  
Житомирського державного університету  
імені Івана Франка  
(Протокол № 13 від 27.04. 2018 р.)*

**Рецензенти:**

кандидат філологічних наук, доцент **Могельницька Л. Ф.** (завідувач кафедри іноземних мов Житомирського державного технологічного університету)

кандидат філологічних наук, доцент **Хант Г. О.** (завідувач кафедри іноземних мов Житомирського національного агроекологічного університету)

кандидат філологічних наук, доцент **Жуковська В. В.** (завідувач кафедри міжкультурної комунікації та прикладної лінгвістики Житомирського державного університету імені Івана Франка)

**Сучасний стан і перспективи лінгвістичних досліджень та проблеми перекладу :** Збірник наукових праць / За заг. ред. М. В. Полховської, Н. Д. Борисенко, Ю. М. Нідзельської. – Житомир: Вид-во ЖДУ, 2018. – 72 с.

Збірник наукових праць містить результати досліджень науковців з актуальних проблем сучасної лінгвістики та методики викладання іноземних мов.

Видання розраховане на науковців, аспірантів та студентів старших курсів факультетів іноземних мов.

*Матеріали друкуються в авторській редакції.*

## **ОРГКОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ**

### **СПІВГОЛОВИ ОРГКОМІТЕТУ:**

**Сейко Н. А.** – проректор з наукової і міжнародної роботи Житомирського державного університету імені Івана Франка, доктор педагогічних наук, професор;

**Полховська М. В.** – директор Навчально-наукового інституту іноземної філології Житомирського державного університету імені Івана Франка, кандидат філологічних наук, доцент.

### **ЧЛЕНИ ОРГКОМІТЕТУ:**

1. **Буніятова І. Р.** – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри германської та романської філології Київського університету імені Бориса Грінченка.
2. **Потапенко С. І.** – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри германської філології Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя.
3. **Славова Л. Л.** – доктор філологічних наук, професор кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
4. **Борисенко Н. Д.** – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри англійської філології та перекладу імені Д. І. Квеселевича Житомирського державного університету імені Івана Франка.
5. **Вискушенко С. А.** – секретар оргкомітету, кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології та перекладу імені Д. І. Квеселевича Житомирського державного університету імені Івана Франка.
6. **Карпінський Ю. В.** – викладач кафедри англійської філології та перекладу імені Д. І. Квеселевича Житомирського державного університету імені Івана Франка.
7. **Пушкар Т. М.** – кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри англійської філології та перекладу імені Д. І. Квеселевича Житомирського державного університету імені Івана Франка.

## ЗМІСТ

<b>Гетьман З. О., Моренець І. М.</b> Вплив всесвітньої мережі на вокабуляр сучасної іспанської мови.....	<b>6</b>
<b>Горбачова Н. І.</b> Тактика самовиправдання як засіб пониження домінантного статусу мовця.....	<b>9</b>
<b>Деменчук О. В.</b> Теорія лінгвістичної семантики в аспекті положень філософії інтервальності.....	<b>12</b>
<b>Доскач К. В.</b> Проблема визначення терміну та підходи до її вирішення.....	<b>16</b>
<b>Кальниченко О. А.</b> Опосередкований переклад в Україні в 1930-50-і роки.....	<b>20</b>
<b>Ковальова Т. П.</b> Змістові аспекти поняття "парадокс".....	<b>24</b>
<b>Колесник О. С.</b> Міф і поліверсум: лінгвосеміотика світоконструювання.....	<b>27</b>
<b>Кондратюк І. Б.</b> Актуалізація емоцій у комунікативній ситуації руйнації психологічної рівноваги.....	<b>31</b>
<b>Лисецька Ю. В.</b> Теологічний дискурс як різновид релігійного дискурсу.....	<b>35</b>
<b>Матушевська Н. В.</b> Тактика переконання у комунікативній ситуації спокуса (на матеріалі англomовного кінодискурсу).....	<b>37</b>
<b>Мельник К. О.</b> Граматичні тенденції сучасної англійської мови.....	<b>42</b>
<b>Миколишена Т. В.</b> Стратегії відтворення квазіреалій українською мовою (на матеріалі казки Р. Дала "THE BFG").....	<b>45</b>
<b>Нідзельська Ю. М., Заглада А. Г.</b> Загальні особливості функціонування етностереотипів іспанця в сучасній англійській мові.....	<b>48</b>

<b>Омецинська О. В.</b> Принципи кількісного та статистичного аналізу в дослідженні портретного опису в художніх творах.....	<b>52</b>
<b>Очковська А. П.</b> Становлення аргументної структури рейзингового дієслова в ранньоновоанглійській мові.....	<b>55</b>
<b>Поліщук Л. П., Лукиша Г. О.</b> Актуалізація вербальної агресії в англomовному політичному дискурсі.....	<b>59</b>
<b>Топачевський С. К., Дорошенко Л. В.</b> Репрезентація концепту "CHILDHOOD – ДИТИНСТВО" в англomовній лінгвокультурі.....	<b>62</b>
<b>Умінська О. В.</b> Особливості формування професійного спілкування майбутнього фахівця технічної спеціальності.....	<b>67</b>
<b>Чумак Л. М.</b> Тактика позиційного розміщення лексичних інновацій (на матеріалі сучасного англomовного медійного дискурсу початку ХХІ століття).....	<b>70</b>
<b>Шугаєв А. В.</b> Дискурсивні маркери у світлі сучасних лінгвістичних досліджень.....	<b>73</b>

З. О. Гетьман, І. М. Моренець  
м. Київ

## ВПЛИВ ВСЕСВІТНЬОЇ МЕРЕЖІ НА ВОКАБУЛЯР СУЧАСНОЇ ІСПАНСЬКОЇ МОВИ

Всесвітня мережа сьогодні відіграє важливу роль у динамічному розвитку будь-якої сучасної мови, іспанська мова не стоїть осторонь цього процесу. Беручи до уваги швидкий розвиток інформаційних технологій, глобалізаційні зміни в світовому устрої та поширення середовища віртуального спілкування як найвищий ступінь оперативності мовленнєвої комунікації, в іспанській мові ХХІ ст. спостерігаються дві чітко виражені тенденції: міжмовна взаємодія сучасного світу та внутрішньомовні зміни, викликані науковими та суспільними трансформаційними процесами. Остання тенденція призводить до початку процесу, спрямованого на однорідність іспанської мови.

Отже, міжмовна взаємодія сучасного світу, зокрема така її ознака, як залучення та поширення англоамериканських запозичень у всіх галузях мовленнєвої діяльності сучасної мовної особистості, є проявом інтернаціоналізації лексики як однієї з ознак динамічних процесів у вокабулярі будь-якої мови. Визначаючи англійську мову мовою міжнародного спілкування, а релевантним позамовним чинником глобалізацію, слід тлумачити інтернаціоналізацію лексики як результат мовної глобалізації, в якій ключове місце займає англійська мова з огляду на геополітичну роль двох найбільших англомовних країн. Слід припустити, що *American English* має сьогодні більший вплив на мовну глобалізацію з огляду на об'єктивні причини позамовного характеру. Мовні глобалізми слід визнати результатом інтернаціоналізації лексичних одиниць, зокрема англоамериканських, на сучасному етапі розвитку світової спільноти.

Глобалізація торкається також світового інформаційного простору, який є середовищем швидкого та ефективного залучення до будь-якої мови, у нашому випадку іспанської, мовних глобалізмів англоамериканського походження. Серед глобалізованих засобів інформування й сучасних інформаційних технологій пріоритетне місце займає Інтернет. Слід зазначити, що інтернет як інформаційний простір

сприяє появі загальноновживаної лексики, яка входить у вжиток іншомовного соціуму, наприклад, *англ. photoshop* → *ісп. photoshopear* → *укр. фотошопити, відфотошопити*, а також термінологічній лексиці, котра обслуговує Інтернет як інформаційну систему, однак при цьому спостерігається нівелювання лексичного статусу слова, а саме: від терміну до загальноновживаної лексики.

Слід зазначити, що існує тенденція до глобалізації як вокабуляру, так і способів творення слів.

За даними Інституту Сервантеса, іспанська мова займає друге місце у світі за кількістю мовців і поступається лише китайській, але в мережі Інтернет за кількістю користувачів посідає третє місце, в той час коли контент іспанською становить лише 5%. Англійська мова заповнює всесвітню мережу на 52,3%, але лише один із чотирьох користувачів Інтернету розуміє англійську мову. Статистика свідчить, що кількість англомовних користувачів Інтернету становить 948,6 мільйонів, 751,9 мільйонів припадає на китайську мову, 277,1 мільйонів на іспанську та 108,4 мільйони на арабську. У зв'язку з зазначеним в іспанській мові виникає нова парадигма, ставлення до якої неоднозначне. Є науковці, які вважають, що інтернет сприяє збагаченню, з одного боку, та урізноманітненню іспанської мови, з другого, стиранню її національної неоднорідності й залучає до неї більше користувачів. Існує також протилежна думка: Інтернет негативно впливає на іспанську мову через англоамериканські запозичення та недбалість у її письмовій формі реалізації [4].

Узагальнена характеристика іспаномовного інтернет-вокабуляру, як і сучасного вокабуляру будь-якої фахової комунікації зводиться до: появи нового значення в ісконно іспанських лексемах, як правило, на основі метафори: *ratón, navegar*; англоамериканських запозичень: *web, site*; калькування: *virus, disco, menu*; суфіксальних новотворів на основі англомовних коренів: *chatear, photoshopear*; появи англоамериканських аббревіатур: *PC (Personal Computer), www (World Wide Web)* [1].

Теоретичний та емпіричний матеріал, наприклад, *A Dictionary of European Anglicisms: A Usage Dictionary of Anglicisms in Sixteen European Languages* [3] свідчить про наявність у лексичній системі іспанської мови підсистеми англоамериканських запозичень, вживання яких є обов'язковим (*disco, bite, haker*) й які не мають іспанських відповідників,

та необов'язковим, факультативним. До останніх належать такі, що мають абсолютні синоніми-відповідники в іспанській мові, наприклад: *e-mail* – *correo electrónico*, *on-line* – *en línea*.

Окрему групу складають англіцизми, пов'язані з діастратними різновидами іспанської мови, вживання яких викликано наслідуванню американському способу життя й охоплює, як правило, молодіжну аудиторію, тобто йдеться про данину моді.

Слід зазначити, що способами засвоєння інтернет-англіцизмів є транслітерація або транскрипція.

На думку Бруно Гонсалеша і Давида Санчеса в мережі існує два супердіалекти іспанської мови [2]. Вони справедливо вважають, що мережа як комунікативний простір змінює мову й сприяє її осучасненню. Це підтверджує нашу думку про те, що широке залучення англоамериканизмів, як окремих лексем, так і відповідних коренів для утворення нових слів – це глобалізований динамічний процес інтернаціоналізації лексики: *web* – веб, *chat* – чат, *emoticono* – емотикон, *twit* – твіт, *twitear* – твітнути, *googlear* – гуглити. Цей процес сприяє однорідності іспанської мови, її півострівного та національних латиноамериканських варіантів, що дає підстави іспаністам констатувати наявність двох супердіалектів (наддіалекти – Гетьман З.О., Моренець І.М.), які характерні зокрема для Твіттера (або Фейсбука): один поширений у великих іспаномовних метрополіях (піренейська та південноамериканські), другий – у зонах сільської місцевості та маленьких містах. На нашу думку, йдеться про різновиди іспанської мови, а саме діатопічні та діастратні: іменник *ordenador* (Іспанія) має в південноамериканських варіантах такі відповідники: *computador*, *computadora*, *microcomputador*, *microcomputadora*, *PC*.

Інтернет-вокабуляр збагачується трьома лексико-семантичними класами лексем, а саме іменниками, дієсловами, прикметниками. Перше місце посідають дієслова, як терміни, так і загальноновживані слова утворені за моделлю корень (частіше за все англоамериканського походження) + дієслівний суфікс *-ear*, який ще наприкінці ХХ століття вважався морфемою, характерною для латиноамериканського дієслівного творення (див. роботи Томаса Наварро). Остання тенденція зберіглася в південноамериканських країнах, наприклад, *icardear*, *Borocotear* в аргентинській культурі: *instagramear*, *tindear*, *favear*, *likear*.



Отже, лексичні одиниці, що обслуговують Інтернет-простір, входять до підсистеми національної іспанської мови, що динамічно розвивається за рахунок власних ресурсів та англоамериканських запозичень. Таким чином здійснюється інтелектуалізація іспанської мови як результат переходу іспаномовної спільноти до інформатизованого суспільства. Іспаномовні користувачі Інтернету послуговуються як семантичним, так і слотвірним потенціалом іспанської мови на основі глобалізації лексики, що призводить до поширення тенденції нівелювання діастратних, діатопічних, а в окремих випадках діафасичних різновидів іспанської мови.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Лукашенко Н.В. Іспаномовний Інтернет-дискурс // Проблеми семантики слова, речення, тексту: Зб. наук. пр. / Київськ. нац. лінгв. ун-т. – К.: Видавничий центр КНЛУ, 2002. – Вип. 8. – С. 199 – 201.
2. Gonçalves B., Sánchez D. Crowdsourcing Dialect Characterization through Twitter [Електронний ресурс] / Bruno Gonçalves, David Sánchez. – Режим доступу: <https://arxiv.org/pdf/1407.7094.pdf>
3. Görlach M. A Dictionary of European Anglicisms: A Usage Dictionary of Anglicisms in Sixteen European Languages [Електронний ресурс] / Manfred Görlach – Режим доступу: <https://books.google.com.ua/books?id=m7YfZpQjeewC&printsec>
4. Millam J.A. El lugar del español en Internet [Електронний ресурс] / José Antonio Millan – Режим доступу: [https://elpais.com/elpais/2015/04/20/opinion/1429557622\\_003185.html](https://elpais.com/elpais/2015/04/20/opinion/1429557622_003185.html)

**Н. І. Горбачова**  
**м. Житомир**

### **ТАКТИКА САМОВИПРАВДАННЯ ЯК ЗАСІБ ПОНИЖЕННЯ ДОМІНАНТНОГО СТАТУСУ МОВЦЯ**

Самовиправдання – це тактика, якою особа намагається пояснити свою попередню поведінку, або захистити себе від несприятливих наслідків [1: 603]. У нашому дослідженні ми розглядаємо самовиправдання

як тактику, використання якої є характерним для мовця з домінантним статусом, який намагається заслужити приязне ставлення адресата, що має більш високий статус [2: 52], а тому її використання мовцем з домінуючим статусом розглядаємо як порушення рольових приписів з нанесенням іміджевих втрат. Тактика самовиправдання відноситься до захисних [3: 726], а тому являється реактивною і такою, що завдає втрат статусу мовцю, особливо відчутних для адресанта з домінантним статусом. Реалізація тактики самовиправдання у реактивній репліці демонструє наступний приклад:

*Louis: Why?*

*Daniel: The best I can offer you is that it wasn't personal. It was just that, given your financial expertise, I thought you would seem plausible.*

*Louis: Plausible.*

*Daniel: Obviously, my plan was that nobody would notice the money was missing, in the first place (Suits/Season 2/Episode 9).*

Дізнавшись, що Деніел, власник фірми, 5 років тому підставив його у фінансових махінаціях, Луїс бажає дізнатися причину (*Why?*), провокуючи керівника до самовиправдання (*The best I can offer you is that it wasn't personal. It was just that, given your financial expertise, I thought you would seem plausible*), який намагається згладити ситуацію і комбінує тактику самовиправдання з тактикою непрямой похвали, вказуючи на те, що теоретично знань Луїса було б достатньо для реалізації такого обману. Оскільки підлеглий не приймає його виправдань, персонаж-керівник повторно вдається до тактики самовиправдання (*Obviously, my plan was that nobody would notice the money was missing, in the first place*), пояснення якої вже не пов'язує з підлеглим з метою уникнення розгортання конфлікту. Даний приклад демонструє не тільки те, що тактика самовиправдання є реактивною, але також і той факт, що хоча керівник порушує рольові приписи використанням даної тактики і принижує власний статус, підлеглий також може порушувати рольові очікування у ході спілкування не приймаючи виправдання керівника, чим підвищує власний статус і принижує статус останнього.

Тактика самовиправдання може виступати реакцією на обвинувачення з боку підлеглого:

*Mike: Maybe it would just be easier to, uh, bug his office with a Dictaphone and use that to get ahead.*

Louis: *I did not use it for that reason.*

Mike: *Yes, you did. Because you are a devious son of a bitch.*

Louis: *How dare you...*

Mike: *Shut up. You know it, I know it, everybody knows it.*

Louis: *I did what I did for the integrity of the firm.*

Mike: *Then, why didn't you take it to the Managing Partner of the firm?*

Louis: *Daniel had a right to know.*

Mike: *And Jessica had a right to tell him. But you told him. You sought out Hardman because if he comes out on top, you want him to owe you.*

Louis: *He was there when I heard it. He asked. I told him.*

Mike: *Oh, so, he asked if Harvey had a secret.*

Louis: *No, he didn't.*

Mike: *But that so, then, you volunteered it, which is as good as seeking it out. Devious.*

Louis: *You weren't there. You don't know. You're twisting what happened* (Suits/Season 2/Episode 7).

Даний діалог демонструє натиск та обвинувачення реалізовані Майком, підлеглим Луїса, який у реактивній репліці вдається до різноманітних аргументів з метою самовиправдання (заперечення слів підлеглого: *I did not use it for that reason*; бажання об'єднати фірму: *I did what I did for the integrity of the firm*; визнання права інших знати правду: *Daniel had a right to know*; констатація обставин: *He was there when I heard it. He asked. I told him*) і у фінальній репліці у відчаї реалізує тактику осуду (*You weren't there. You don't know. You're twisting what happened*), яка виявилася успішною, оскільки Майк припиняє реалізацію наступальних тактик, однак іміджевих втрат вже завдано.

У відповідь на осуд тактика самовиправдання відіграє роль переконання співрозмовника у помилковості його позиції:

Mike: *I know it was a good idea. What I don't know is why you didn't push back.*

Harvey: *Were you in there? I did push back.*

Mike: *When you push back, you change people's minds, which means either you didn't agree with me or you don't care enough to change his mind.*

Harvey: *Look, I know when it's time to change someone's mind and when it isn't, and all pushing harder in that meeting would've done was make him dig in.*

Mike: *We had an ally. Jonathan agreed with me.*

Harvey: *Yeah, and then he agreed with his boss, which is what we're gonna do, because it's the way the world works* (Suits/Season 3/Episode 14).

Почувши осудження своїх вчинків (*What I don't know is why you didn't push back*), керівник намагається переконати підлеглого в тому, що його думка є хибною (тактика самовиправдання: *I did push back*), проте така тактика зазнає невдачі, оскільки персонаж-підлеглий продовжує аргументувати власну позицію. Тоді, виправдовуючи власний вчинок, Харві апелює до свого досвіду та професіоналізму (*I know when it's time to change someone's mind and when it isn't, and all pushing harder in that meeting would've done was make him dig in*) і хоча підлеглий продовжує розмову з даного питання, він припиняє тактику осуду, а отже тактика самовиправдання була реалізована успішно.

Перспективу даного дослідження становить дослідження реалізації тактики самовиправдання на актомовленнєвому та лексичному рівнях.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Messé L. A. Predictions of others' responses in a mixed-motive game: Self-justification or false consensus? / L. A. Messé, & J. M. Sivacek / Journal of Personality and Social Psychology. – 1979. – 37(4). – P. 602-607.
2. Борисенко, Н. Д. Гендер персонажів сучасної британської драми як соціально-статусна характеристика. Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. – 2010. – №32. – РР. 51-56.: 52.
3. Шевчук О. Л. Комунікативні стратегії та тактики мовленнєвих жанрів виправдання та звинувачення / О. Л. Шевчук // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки. – 2009. – Вип. 20. – С. 725-729.: 726.

**О. В. Деменчук**  
**м. Рівне**

### **ТЕОРІЯ ЛІНГВІСТИЧНОЇ СЕМАНТИКИ В АСПЕКТІ ПОЛОЖЕНЬ ФІЛОСОФІЇ ІНТЕРВАЛЬНОСТІ**

Сучасна теорія лінгвістичної семантики декларує необхідність і доцільність моделювання змісту мовної одиниці або класу мовних одиниць

за зразком концепту ситуації багатовимірного типу [4], який відтворює динаміку концептуалізації світу дискурсу (певної ситуації або її фрагмента) в аспекті різних варіантів світосприймання людини. З цього погляду семантика мовної одиниці осмислюється як багатовимірний феномен, який відображає концептуалізацію світу дискурсу з перспективи різних пізнавальних позицій – позицій різних мовних колективів.

Багатовимірний підхід до тлумачення мовної семантики спонукає до залучення відповідного інструментарію, покликаного не лише забезпечити загальнометодологічну основу для лінгвістичної теорії значення, а й вибудувати ефективний алгоритм її реалізації та верифікації. В аспекті задекларованих положень вважаємо за доцільне звернутися до принципів філософії інтервальності, в основі якої, як вважають, лежить уявлення про багатоінтервальну, багатовимірну реальність та про інтервальну природу пізнання [1; 3]. Для теорії лінгвістичної семантики такий підхід передбачає застосування методології, яка ставить за мету з'ясувати специфіку об'єкта дослідження в перспективі обраної пізнавальної позиції дослідника.

У загальнонауковому значенні таку методологію можна вважати феноменологічною за змістом, що знаходить свою спеціально-наукову реалізацію в методах, які прокладають шлях до з'ясування природи та ролі свідомості в осмисленні навколишнього світу. З цієї позиції важливим є встановлення не стільки онтологічних властивостей об'єкта дослідження або обґрунтування істинності його екзистенції з огляду на волевиявлення, яке диктує наш (обмежений) мозковий ресурс, скільки ідеалізованих властивостей об'єкта – корелятивів інтенціональної свідомості. Остання є «цілепокладанням» світу в тому сенсі, що реальність сприймається не як щось самостійне, а як феномен – явище, дане нам у досвіді пізнання (у термінах Е. Гуссерля).

Для методології лінгвістичної семантики такий підхід реалізується на межі співвідношення емпіричного (явища, які можна безпосередньо спостерігати) і теоретичного (явища, які не підлягають безпосередньому спостереженню), що передбачає застосування методики, яка з'ясовує специфіку об'єкта дослідження в перспективі обраної пізнавальної позиції дослідника. У цьому сенсі кінцевим об'єктом лінгвістики чуттєвого сприйняття стає суб'єктно-об'єктна структура «людина – мова», а у випадку інтроспекції – мовна свідомість самого лінгвіста-дослідника [2: 21].

Екстраполяція принципів філософії інтервальності на мову-як-об'єкт-пізнання (йдеться про змістову характеристику мови) дає можливість задекларувати методологічні постулати, які проголошують ідею багатовимірного влаштування мови, упорядкованої за моделлю багатовимірного семантичного простору.

Екстенціональний постулат: *мова є багатовимірною, оскільки багатовимірним є об'єкт пізнання*. Максима обстоює ідею емпіричного аналізу мовних явищ, визначаючи зумовленість теоретичної настанови лінгвіста чинником «зовнішніх» (екстралінгвістичних) інформаційних даних. Постулюється, що семантика мовної одиниці кодує інформацію про об'єкт пізнання в певному екстенціональному вимірі, який засвідчує обсяг пізнавальної цінності цього об'єкта.

Об'єкти пізнання концептуалізуються в аспекті певного модусу перцепції. Модус перцепції є одним з основних вимірів, в якому об'єкт пізнання реалізує свій екстенціональний (сенсорно-перцептивний) потенціал. Об'єктом пізнання може бути певна перцептивна якість, пор.: *Я бачу щось біле*, фізичний об'єкт, пор.: *Я бачу будинок*, або ситуація, пор.: *Я бачу, як він переходить вулицю*. У першому випадку доцільно говорити про реалізацію власне сенсорно-перцептивного потенціалу об'єкта сприйняття, у другому – перцептивно-ідентифікаційного потенціалу, у третьому – перцептивно-інтерпретаційного.

Прагматичний постулат: *мова є багатовимірною, оскільки багатовимірним є пізнання (сприйняття)*. В такій інтерпретації максима корелює з так званою автопойетичною концепцією теорії пізнання, в якій визначальна роль відводиться спостерігачеві та сфері його взаємодії з частиною довкілля. Передбачається, що мовна семантика відображає особливості взаємодії суб'єкта з об'єктом в аспекті фонові (імпліцитної) інформації, яка оптимізує сприйняття відповідно до заданих умов пізнання.

Сприйняття передбачає схему, в якій взаємодія суб'єкта та об'єкта розглядається в аспекті внутрішніх реакцій спостерігача. Зокрема, такі реакції відзначено в «контактних» (одоративних) номінаціях. Етимони зазначених номінацій початково реалізують смисл 'каузація сенсорних відчуттів способом фізичного або хімічного впливу', пор.: *пахнути* співвідноситься зі значенням «бити, ударяти (по органах нюху), роздратовувати (органи нюху)». Згодом внутрішня форма названих

номінацій розширює свій потенціал до меж семантики об'єкта, засвідчуючи зміщення фокуса уваги у напрямку властивостей, що викликають певне сенсорне відчуття у суб'єкта сприйняття, пор.: *пахнути* «видавати, виділяти якийсь запах».

Іntenсiональний постулат: *мова є багатовимірною, оскільки багатовимірним є мислення*. Максима обстоює ідею зумовленості теоретичних евристик лінгвіста чинником «внутрішніх» (ментальних) інформаційних даних. Об'єктом дослідження в цьому випадку стає певна ідеалізована когнітивна структура, яка презумптивно формує змістову конфігурацію мови.

Факт усвідомлення пізнавальної цінності об'єкта реалізується в семантиці мовної одиниці у вигляді так званого інтенціонального значення (термін Е. Гуссерля). Такого типу значення втілюється у форматі предикатно-актантної структури (пропозиціональної функції): актанти кодують інформацію про сенсорно-перцептивну або ціннісну характеристику об'єкта пізнання, а предикат представляє когнітивне уявлення про сам акт цього осмислення. Приміром, значення слова *червонішати* «ставати, робитися червонішим», фіксує фрагмент «фазової» перцепції – суб'єкт установлює сенсорно-перцептивну характеристику об'єкта, пор. *обличчя червонішає*: фаза 1 (початкова) – *обличчя червоне* (початок зміни якості червоного кольору – 'мінімальна насиченість' vs. фаза 0 (нульова) – *рожеве / червоне (ненасиченого кольору)* *обличчя* (природний колір обличчя у стані психічної, фізичної або фізіологічної рівноваги, «кондиції») :: фаза 2 (серединна) – *обличчя червонішає* (зміна якості червоного кольору – 'інтенсифікація насиченості') :: можлива фаза 3 (кінцева) – *обличчя почервоніло* (завершення зміни якості червоного кольору – 'максимальна насиченість червоного кольору'). Номінатор за таких обставин орієнтується на умови пізнання, які задають «темпоральний» ракурс перцепції. Названий ракурс визначає диференціацію колірної об'єкта з позиції змін у часі в інтервалі:  $t^1 - t^2$ . Предикати 'ставати' та 'робитися' фіксують інформацію про початок зміни якості кольору, реалізуючи інцептивний смисл 'починати бути'. Основна гносеологічна функція таких предикатів зводиться до фіксації актуальної пізнавальної позиції спостерігача щодо його попередньої позиції, показником якої, на рівні семантики, є презумптивний смисл 'стан нульової фази'. Натомість аргумент 'червонішим' репрезентує фазу самої

зміни у часовому інтервалі  $t^1 - t^2$ , акцентуючи увагу на параметрі «підсилення» якості кольору стосовно іншої якості.

Стан розроблення проблем, пов'язаних із моделюванням семантики в сучасному мовознавстві, засвідчує виразну тенденцію до витлумачення змісту мовної одиниці в перспективі інтервального (такого, що обстоює ідею багатовимірної природи пізнання) підходу. Такий підхід декларує необхідність і доцільність моделювання змісту мовної одиниці за зразком концепту ситуації багатовимірного типу, який відтворює динаміку концептуалізації світу дискурсу (певної ситуації або її фрагмента) в аспекті різних варіантів світосприймання людини.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Лазарев Ф. В. Философская рефлексия: сущность, формы, типы / Ф. В. Лазарев, С. А. Лебедев // Вопросы философии и психологии. – 2015. – Т. 3. – Вып. 1. – С. 4-16.
2. Никитина С. Е. Семантический анализ языка науки / С. Е. Никитина. – М. : Наука, 1987. – 144 с.
3. Новоселов М. М. Логика абстракций / М. М. Новоселов. – М. : Институт философии РАН, 2000. – 191 с.
4. Lafont, C. Continental philosophy of language / C. Lafont // International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences. – Amsterdam : Elsevier, 2015. – P. 790-795.

**К. В. Доскач**  
**м. Житомир**

### **ПРОБЛЕМА ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНУ ТА ПІДХОДИ ДО ЇЇ ВИРІШЕННЯ**

Протягом свого розвитку кожна цивілізація фіксує власну історію. Як відомо, одне з основних засобів фіксації різних явищ і подій – це мова, яка об'єднує людей, регулює їх міжособистісну і соціальну взаємодію, координує практичну діяльність, бере участь у формуванні світоглядних систем і національних образів світу. Спеціальна лексика як сукупність



лексичних одиниць різних областей знання найбільш наочно показує зв'язок розвитку мови з історією матеріальної і духовної культури народу.

Поняття *term* (термін) з'явилося в 13 столітті. Санскрит: *tarman* (вершина стовпа) – грецька: *termōn* (межа, кінець) – латинська: *terminus* (межа, границя) – англо-французька: *terme* – англійська: *term* [14]. Насьогодні налічується більше 3 000 визначень поняття “термін”, але тим не менше його зміст не з'ясовано до кінця: “З одного боку, це пояснюється тим, що ще недостатньо розроблені теоретичні основи термінознавства, не диференційовані його основні поняття і немає єдиної думки про те, що таке науково-технічний термін. З іншого боку, ті різноманітні визначення, які існують зараз в літературі, не завжди і не в повній мірі відображають суть позначеного явища” [13, с.5]. У більшості існуючих визначень терміна відбивається його подвійна природа. Одні дослідники визначають термін як слово або словосполучення, яке називає наукове поняття (А.С. Герд, Б.М. Головін та ін.). Інші співвідносять термін з поняттям (Т.Л. Канделаки, Д.С. Лотте, А.А. Реформаторський та ін.). Більшість фахівців погоджуються, що необхідною умовою існування терміна є наявність чіткого визначення в рамках даної терміносистеми. Однак ці визначення можуть бути різними. Складнощі при вивченні визначень виникають з кількох причин. По-перше, існує велика кількість видів термінологічних визначень, окремі з яких не визнаються деякими дослідниками як власне визначення. По-друге, невирішеним залишається питання про те, чим термінологічне визначення повинно відрізнятися від всіх інших. Нарешті, по-третє, існують різні точки зору на визначення самого терміна. Достатньо прийняти таке розуміння визначення, “згідно з яким до визначення відноситься будь-яке висловлення, яке сам автор вважає визначенням і яке безпосередньо розкриває необхідні і достатні ознаки відповідного поняття” [13, с.6-7]. Слід, однак, зазначити, що визначення не є єдиним способом фіксації значення терміна. Якщо не існує формального визначення, то використовуються опис, пояснення, ілюстрування. Проте, основним способом пояснення спеціального слова вважається саме визначення чи дефініція.

Зазвичай фахівці визначають термін як : 1) “У ролі терміна може виступати будь-яке слово ... термін – це не особливе слово, а тільки слово в особливій функції, функції найменування спеціального поняття, назви спеціального предмета або явища” [7, с.19]; 2) “Термін – це слово або

словосполучення (побудоване на базі підрядних зв'язків), що має професійне значення, яке формує і виражає професійне поняття, що застосовується в процесі і для пізнання деякого кола об'єктів і відносин між ними під кутом зору певної професії”[4, с.32]; 3) “Спеціальні слова, обмежені своїм особливим призначенням; слова, які прагнуть бути однозначними як влучний вислів понять” [11, с.4]; 4) “Термін – лексична одиниця певної мови для спеціальних цілей, що позначає загальне, конкретне або абстрактне поняття теорії певної спеціальної галузі знань або діяльності” [10, с.12].

Розглянемо існуючі функції терміна. Традиційно під функцією терміна розуміється роль, яку виконує термін як засіб позначення загального спеціального поняття. Виділяються дві основні функції терміна: номінативна (ця функція стосовно терміна реалізується у функції фіксації спеціального знання, термін називає предмети цього знання і без такого знання неможливі пізнання та діяльність в спеціальних сферах [2, с.14]; дефінітивна, тобто відповідає за наявність у терміна суворої і точної дефініції [11, с.21]. На дефініції заснований запропонований науковою школою МДУ критерій термінологічності, що передбачає систематичне порівняння наукових дефініцій з тлумаченнями в загальнолітературних тлумачних словниках. В результаті такого порівняння виявляється різниця у визначенні одних і тих же лексичних форм у спеціальних і загальнолітературних тлумачних словниках[9, с.24]. “Слово виконує номінативну або дефінітивну функцію, тобто або є засобом чіткого позначення і тоді воно простий знак, або засобом логічного визначення, тоді воно – науковий термін” [7, с.13]. Деякі лінгвісти стверджують, що термін називає, позначає, висловлює і навіть відображає поняття [8, с.6].

Найбільш правомірною нам здається така точка зору [9, с.22]: “Серед повнозначних слів особливими словами щодо значення і вживання є терміни, оскільки вони разом з номінативною функцією (позначення тих чи інших уявлень), що виконується і іншими словами мови, виділяються ще і своєю дефінітивною функцією (функцією визначення відповідного поняття)”. Терміни створюються для забезпечення можливості комунікації в процесі професійної діяльності і служать інструментом людського пізнання [3, с.8].

Визначення сутності терміна і процесів термінотворення вважається головною проблемою сучасного термінознавства. Традиційно цю

проблему відносять до найбільш актуальної, проте до цього часу не існує ні чітко обґрунтованої і несуперечливої теорії термінів, ні чіткої методики лексикогографічного опису термінів і їх інформаційного аналізу, ні переконливих рекомендацій в галузі термінобудови і терміновикористання [1].

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Акулинина Т.В. Экстралингвистическая обусловленность особенностей английской терминологии компьютерной информатики: дис. канд. филол. наук: 10.02.04/ Т.В.Акулинина. - Омск, 2003. - С. 24-28
2. Винокур, Г. О. О некоторых явлениях словообразования в русской технической терминологии. - М.: Тр. МИИФЛ, 1939. - 174 с.
3. Володина, М. Н. Когнитивно-информационная природа термина (на материале терминологии средств массовой коммуникации). - М.: Изд-во МГУ, 2000. - 128 с.
4. Головин Б. Н. Лингвистические термины и лингвистические идеи // Вопросы языкознания № 3, 1976. - 116 с.
5. Гринев-Гриневич С.В. Терминоведение. - М.: Издательский центр "Академия", 2008. - 304 с.
6. Канделаки, Т. Л. Семантика и мотивированность терминов. - М.: Наука, 1977. - 167 с.
7. Капанадзе Л.А. О взаимодействии терминологической и общеупотребительной лексики. - М.: Наука, 1965. - 192 с.
8. Кузькин Н. П. К вопросу о сущности термина. // Вестник Ленинградского университета № 20. - Л., 1962. - 84 с.
9. Левковская К.А. Теория слова, принципы его построения и аспекты изучения лексического материала. - М., 1962. - 296 с.
10. Лейчик В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура. Изд-е 2. - М., КомКнига, 2006. - 216 с.
11. Реформатский А. А. Термин как член лексической системы. Проблемы структурной лингвистики. - М., 1968. - 103-105 с.
12. Табанакова В.Д. Понятие научно-технического термина и требования к его определению. - Г.: Изд-во ГТУ, 1982. - 218 с.
13. Шелов С.Д. Определение терминов и понятийная структура терминологии. - СПб., 1998. - 236 с.

14. MacMillan Dictionary [Електронний ресурс] – Режим доступу  
<http://macmillandictionary.com>

**О. А. Кальниченко**  
**м. Харків**

## **ОПОСЕРЕДКОВАНІЙ ПЕРЕКЛАД В УКРАЇНІ В 1930-50-І РОКИ**

Якщо опосередкований усний переклад (ОУП) є практикою, що часто використовується для мов з обмеженим поширенням, особливо на багатомовних конференціях у країнах, де більшість перекладачів працюють тільки з двома мовами (так, ОУП був стандартною практикою в країнах колишнього Варшавського договору, де російська мова виконувала функцію посередника), у зв'язку з чим привернула останнім часом широку увагу дослідників усного перекладу і стала включатися до програм підготовки синхроністів, то дослідження опосередкованого письмового перекладу, зокрема художньої літератури, все ще привертає мало уваги дослідників, попри свій вагомий потенціал як об'єкту перекладознавчих розвідок. Вибір терміну «непрямий переклад» для позначення цього явища вважаємо суперечливим, через те, що термін «непрямий переклад» закріпився за концепцією Ж-П. Віне і Ж. Дарбельне, які говорять про прямий (буквальний) переклад і непрямий переклад, який включає транспозицію, модуляцію, еквіваленцію та адаптацію. Та й Гедіон Турі в термін в *indirect translation* вкладає також зовсім інший зміст: це – переклад, що не має одного певного джерельного тексту. Крім того, під непрямым перекладом, часто мають на увазі переклад у вигляді «непрямої мови» (див. «документальний та орудний переклади» у Кр. Норд): «Він сказав, що...», спрямований на передачу змісту повідомлення (часто непрямою мовою).

Зауважимо, що практика опосередкованого перекладу зустрічається в історії перекладу надзвичайно часто, а в певні моменти та в певних сферах була панівною. І йдеться не лише про біблійні переклади чи переклади арабською грецьких філософських та наукових текстів за сирійського посередництва в Арабському халіфаті, а потім тих же арабських текстів латиною в Іспанії XII ст., а потім з латини на мови народів Європи. Перекладацькі норми та престижність французької культури й мови у

XVIII диктували вибір французького перекладу як оригіналу при перекладі творів Шекспіра та Сервантеса німецькою чи російською. І перехід протягом XVIII сторіччя від опосередкованого перекладу до прямого в Німеччині не обумовлювався зростанням мовної компетенції перекладачів, а зміною літературних моделей та перекладацьких норм.

Вибір чужомовного тексту для перекладу залежить від цінностей цільової культури. Суттю ідеологічного втручання у випадку перекладу є те, що вибори (що залишити, що додати, які в точності слова вибрати і як їх розставити), які здійснюються в процесі перекладу (не тільки перекладачем, а й усіма тими, хто втягнений у його видання), потенційно визначаються ідеологічно обумовленими стратегіями, які визначаються тими, хто має владу, а перекладацькі стратегії, у свою чергу, визначаються нормами. Так, перекладач ще не приступив до перекладу, а його діяльність визначають прелімінарні (попередні) норми, які не є сталими. Вони встановлюють загальну політику перекладу (вибір типів і жанрів джерельних текстів для перекладу чи заборона на їхній переклад, вибір окремих джерельних текстів, авторів, мов тощо) і допустимість опосередкованого перекладу (терпимість/ нетерпимість до перекладу з тексту посередника, а не з першоджерела). Вихідні або початкові норми, що вступають в дію, коли перекладач береться за переклад, пов'язані з орієнтацією перекладача або на норми джерельного тексту, або на норми цільової аудиторії, культури та мови.

Наше дослідження показало, що на кінець 1920-их років в Україні практика опосередкованого перекладу з основних європейських мов розглядалася як ненормативна (скажімо, переклад «Декамерона» з французького посередника оцінювався негативно (див. рецензію Г. Майфета у 1929 році)), а з середини 1930 -х до середини 1950-х така норма допускала переклади з мови-посередника (російської) (наприклад, Сервантесового «Дон-Кіхот» в пер. В. Козаченка та Є. Кротевича) і навіть диктувала обов'язковість перекладів творів в суспільних науках (напр., Карла Маркса) з ідеологічно вивірених текстів-посередників російською мовою, а не з першотворів. Якщо у 1920-і роки опосередковані переклади зустрічаються нечасто (наприклад, повість калмицького письменника Антона Амур-Санана «Мудрешків син» у перекладі з російської П. Дроздова, повість «Завойовники Америки» шведа Свена Гедіна у перекладі Освальда Бургардта з німецького посередника, два оповідання

голландського письменника Мультиатупі у перекладі Прохора Воронина (Олексі Варави) з російського джерела, повість «Справжня історія А-К'ю» китайського письменника Лу Сіня в перекладі Валер'яна Підмогильного з французької мови), то в 1930-х – 1950-х така практика отримала законний статус у чисельних перекладах з підрядників та з російської мови, і не лише творів з літератур народів СРСР.

Пояснення поширеності явища опосередкованого перекладу пов'язане, у першу чергу, із зміною попередніх та початкових норм в українському перекладацтві. По-перше, відбулися певні зміни в джерельних мовах і жанрах, у співвідношенні між кількістю перекладів із зарубіжних літератур, головним чином західноєвропейських, з одного боку, а з іншого – з літератур народів СРСР. Якщо з числа останніх виключити російську літературу, то доведеться констатувати, що у перші післяреволюційні роки переклади з літератур інших народів СРСР були великою рідкістю через практично повну відсутність перекладачів, які знали мови народів Радянського Союзу і могли б виконати подібну роботу. Та у 1930-і роки, як правило за російського посередництва, починають масово видаватися твори народів СРСР. По-друге, зміна початкової норми на користь орієнтації не на першоджерело, а на нового масового радянського читача, також сприяла появі опосередкованих перекладів, у тому числі й із західноєвропейських мов, включаючи й тексти, які вже мали нещодавні добротні переклади (наприклад, «Життя і дивовижні пригоди Робінзона Крузо» Даніеля Дефо, переклад Т. Марховської з російської мови «Пригод Тома Сойєра» Марка Твена, «Залізної п'яти» Джека Лондона (1959) тощо).

Аби пояснити соціальний характер перекладу як комунікативної практики та передати активну роль перекладача як суб'єкту перекладацької діяльності, у перекладознавстві останнім часом стали застосовувати теорії й концепції з соціології, а ключовою категорією стала категорія «габітус», під яким розуміють систему стійких набутих схильностей, які використовуються індивідами як вихідні настанови, що породжують конкретні соціальні практики індивідів. Поняття габітусу перекладача дозволяє розкрити перекладацьку діяльність не лише як таку, що керується нормами, але й водночас продемонструвати ту міру, якою самі перекладачі грають свою роль у підтриманні і, можливо, у створенні норм. Перекладачі можуть підкорятися або не підкорятися

ідеологічним та поетологічним тискам та обмеженням, що діють у певній системі, позаяк завжди існує можливість для перекладачів та інших переписувачів підривати домінуючі ідеологію і поетику.

У відході від відкритої практики опосередкованого перекладу в Україні (із основних, принаймні, мов) ключову роль зіграла республіканська нарада перекладачів взимку 1956 року та, особливо, виступ Миколи Лукаша спрямований проти практики опосередкованого перекладу на ній [1].

Ще однією категорією для пояснення опосередкованих перекладів мала би стати категорія авторитету культури, пов'язана як з чинниками, що діють усередині системи цільової культури (патронажу, поетики тощо), так і з самою джерельною культурою. Дійсно, потужність та престиж, якими користується джерельна культура, цілком можуть пояснити як вибір текстів для перекладу саме з неї, так і конкретні стратегії перекладу, до яких перекладачі можуть вирішити звернутися. У певні моменти історії певні культури виявляються престижнішими та авторитетнішими за інші (французька культура, що була провідною для Німеччини в першій половині XVIII століття; культура класичної античності, яка була й залишається найважливішою у Європі від епохи Відродження аж до нашого століття тощо). Визнання перекладів з плином часу пов'язано не стільки з «внутрішньою якістю» перекладених текстів як таких, скільки з престижем «авторитетної» культури, надійним джерелом «культурного капіталу». Обговорення питань авторитету культури неминуче веде до проблем культурної асиметрії і до (історичного) питання колонізації.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Лукаш М. О. Прогресивна західноєвропейська література в перекладах на українську мову / Микола Лукаш [відновлено Б. Черняковим] // Протей / [редкол. О. Кальниченко (голова) та ін.]. – Вип. 2. – Х.: Вид-во НУА, 2009. – С. 560–605.

Т. П. Ковальова  
м. Житомир

## ЗМІСТОВІ АСПЕКТИ ПОНЯТТЯ "ПАРАДОКС"

**Мета дослідження** – розкрити поняттєвий зміст терміну "парадокс", відображений у словникових дефініціях.

Поняття «парадокс» (від давньогрецького *parádoxos* – "протилежний очікуваному, неймовірний": *pará* (проти, всупереч) та *dóxa* (думка, погляд, уявлення) широко використовується як у науковій сфері, так і у повсякденному спілкуванні. Спільним для багатьох існуючих визначень парадокса є розуміння того, що в основі даного явища лежить протиріччя, адже у парадоксі поєднуються і взаємодіють несумісні поняття та судження.

Аналіз словникових дефініцій парадокса дозволив виявити певні особливості поняттєвого змісту цього терміну. Зокрема, у низці тлумачних словників зафіксовано визначення парадокс як судження, що містить внутрішнє протиріччя, оскільки поєднує думки або факти, які суперечать одне одному. Подібне тлумачення поняття "парадокс" зустрічається здебільшого в англійських тлумачних словниках, наприклад:

*Cambridge Advanced Learner's Dictionary*: "a situation or statement that seems impossible or is difficult to understand because it contains two opposite facts or characteristics" [1]; *Collins English Dictionary*: "A paradox is a statement in which it seems that if one part of it is true, the other part of it cannot be true" [2].

Схожу семантичну структуру має визначення прикметника "paradox" у словниках *Oxford Advanced Learner's Dictionary*: "(of a statement) containing two opposite ideas that make it seem impossible or unlikely, although it is probably true" [3] та *Langenscheidt Großwörterbuch. Deutsch als Fremdsprache*: "so, dass es einen Widerspruch in sich enthält od. dass darin zwei Dinge nicht zusammenpassen" [4: 808].

З іншого боку, парадокс розглядається як думка, суперечливий характер якої виявляється по відношенню до загальноприйнятих, усталених уявлень, що поділяються більшістю або продиктовані здоровим глуздом. Таке визначення парадокса зустрічаємо переважно в українсько- і російськомовних словниках, наприклад: *Академічний тлумачний словник*



української мови: "думка, судження, що різко розходиться із звичайним, загальноприйнятим і протирічить (іноді тільки на перший погляд) тверезому глуздові" [5]; *Українська Радянська Енциклопедія*: "Думка, що різко розходиться з усталеними поглядами, начебто суперечить здоровому глуздові, хоча насправді може й не бути хибною" [6]; *Тлумачний словник В. І. Даля*: "мнение странное, на первый взгляд дикое, озадачивающее, противное общему" [7]; *Тлумачний словник С. І. Ожегова*: "странное, расходящееся с общепринятым мнением, высказывание, а также мнение, противоречащее (иногда только на первый взгляд) здоровому смыслу" [8]; *Тлумачний словник під ред. Д. М. Ушакова*: "мнение, резко расходящееся с обычным, общепринятым, противоречащее (часто только с виду) здоровому смыслу" [9]; *Большой энциклопедический словарь*: "неожиданное, непривычное, расходящееся с традицией утверждение, рассуждение или вывод" [10].

Серед опрацьованих англomовних лексикографічних джерел подібне тлумачення парадокса зафіксовано лише в словнику *Collins English Dictionary*. За даними словника значення парадокса як "An opinion that conflicts with common belief" [2] поширене у британському варіанті англійської мови, тоді як в американському варіанті англійської мови воно вважається застарілим: "paradox in American (archaic): "A statement contrary to common belief" [2]. У словнику *Oxford Advanced Learner's Dictionary* значення парадокса як судження, що суперечить усталеній думці, розглядається як його первинного (давнє) значення: "originally denoting a statement contrary to accepted opinion" [3]. Аналогічні відомості про етимологію слова "парадокс" знаходимо в *Online Etymology Dictionary*: "statement contrary to common belief or expectation" [11]. Серед німецькомовних тлумачних словників значення парадокса як твердження, що спростовує норми здорового глузду, відображає *Online Wörterbuch von Langenscheidt (Fremdwörterbuch)*: "(scheinbar) widersinnige, widersprüchliche Behauptung, etwas der Vernunft zu widersprechen Scheinendes" [12].

Визначення, наведене в *Словнику лінгвістичних термінів за редакцією М. І. Голянич*, поєднує розуміння парадокса, як судження, в якому протиріччя виникає як через несумісність виражених ідей, так і через розбіжності із загальноприйнятими переконаннями: парадокс – це "думка, що різко розходиться з усталеними поглядами і спочатку нібито суперечить собі" [13: 138]. Аналогічно в *Oxford Living Dictionaries*

парадокс розглядається і як думка, що не має розумних, логічно обґрунтованих підстав, не відповідає здоровому глузду (див. absurd – "gesundem Menschenverstand völlig fern" [4]; "Wildly unreasonable, illogical, or inappropriate" [14]), і як суперечлива думка: "A seemingly absurd or contradictory statement or proposition that when investigated or explained may prove to be well founded or true" [14].

Слід також зазначити, що в усіх наведених словникових дефініціях відображено важливу диференційну ознаку парадокса, а саме його спрямування на розкриття істини, яке веде до відтворення цілісної картини світу [15]. Так, наприклад, у дефініції, наведеній у словнику *Duden online* ("scheinbar unsinnige, falsche Behauptung, Aussage, die aber bei genauerer Analyse auf eine höhere Wahrheit hinweist" [16]), парадокс тлумачиться як твердження, що здається безглуздим, неправильним, проте при ретельнішому аналізі розкриває істину вищого рівня.

**Подальшим етапом** дослідження є виявлення специфіки вживання поняття "парадокс" у лінгвістичному контексті.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Cambridge Advanced Learner's Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/английский/paradox>
2. Collins English Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/paradox>
3. Oxford Advanced Learner's Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/paradox>
4. Langenscheidt Großwörterbuch. Deutsch als Fremdsprache. – Berlin und München : Langenscheidt KG, 2008. – 1307 S.
5. Академічний тлумачний словник української мови. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sum.in.ua/s/paradoks>
6. Українська Радянська Енциклопедія : [в 12 т.] / голов. редкол. М. П. Бажан (голов. ред.) [та ін.]. – Київ : Голов. ред. УРЕ, 1977-1985;
7. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://slovari.299.ru/word.php?id=24195>

8. С. И. Ожегов. Толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://enc-dic.com/ozhegov/Paradoks-21975.html>
9. Толковый словарь русского языка под ред. Д. Н. Ушакова. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://slovar.cc/rus/ushakov/426609.html>
10. Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://enc-dic.com/enc\\_big/Paradoks-44079.html](http://enc-dic.com/enc_big/Paradoks-44079.html)
11. Online Etymology Dictionary [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.etymonline.com/word/paradox>
12. Online Wörterbuch von Langenscheidt (Fremdwörterbuch) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://de.langenscheidt.com/fremdwoerterbuch/paradox>
13. Голянич М. І. Словник лінгвістичних термінів: лексикологія, фразеологія, лексикографія / [Голянич М. І., Стефурак Р. І., Бабій І. О.] ; за редакцією М. І. Голянич. – Івано-Франківськ : видавець Голіней О. М., 2011. – 268 с.
14. Oxford Living Dictionaries [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/paradox>
15. Федосеева Т. В. К вопросу о литературном парадоксе / Т. В. Федосеева, Г. И. Ершова // Вестник РГУ имени С. А. Есенина. – 2013. – № 1(38). – С. 81-90.
16. Duden online [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Paradox>

**О. С. Колесник**  
**м. Київ**

### ***МІФ І ПОЛІВЕРСУМ: ЛІНГВОСЕМІОТИКА СВІТО- КОНСТРУЮВАННЯ***

Реконструкція фрагментів культурного коду або явищ психічно-ментального плану, пов'язаних із використанням людиною мовних систем, дозволяє змодельовати базові закономірності вербального моделювання

альтернативних реальностей (альтернативних світів). З огляду на те, що "простір" є базовим параметром емпірично доступних систем, а також зважаючи на інтенсивність вживання терміну "простір" у різноманітних контекстах, актуальним є міждисциплінарний аналіз вербальних репрезентацій СВІТУ як форми організації буття. Подібно до "простору", поняття "світу" стосується широкого поля явищ, від фізичного простору, до соціальних відносин, від "внутрішнього світу людини" до комерційних слоганів типу "світу килимів", від образів світу у колективній свідомості лінгвospільноти, навіюваних пропагандою або релігійними практиками до модельованої ігрової реальності. Такий смисловий конструкт накладається на фрагмент емпірично досяжного хронотопу, однак функціонує відповідно до конвенційних правил, котрі, у свою чергу, створюються на основі референтивного коду, реалізованого у просторі певного прецедентного тексту (уявні світи текстів жанру фентезі, або світи комп'ютерних ігор, що є основою LARP діяльності і відповідного дискурсу).

Етимологічні реконструкції первинних (іконічних) "код-онів", які визначають антропоцентричне розуміння "світу", що містяться у внутрішній формі імен концепту СВІТ (герм. *\*weraldi-* < іє. *\*uīros* "людина", "сильний, могутній" < *\*uēi-*, *\*uēiə-* "відділятися", "сильний") + *\*ald* "вік" (< іє. *\*al-* (2) "зростати, годувати"; дпівн. *Heimr* < протогерм.: *\*haima-n*, *\*haima-z*, *\*haimi-z* (*\*haim-s*) "домівка" < іє. *\*kōim-* < прото іє. *\*kōim-* "поселення"; да. *eorðe* < іє. *\*ert*; пор. і. є. *er-*, *ar-* "рухатись"; укр. *світ*, пол. *Świat* лат. *vitrum* < (?) іє. *\*kueit-* / *\*kuoit-* "світлий" ("пук фотонів"); рос. *мир* < *\*mei-* "зв'язувати" або *\*mer-* (2) "мерехтіти", тобто "присмерковий, напів-темний, спокійний, нерухомий"; гел. *bith*, ірл., дірл. *bith*, < *\*bitu-* < *bi*, *bei* < іє. *\*gei-*, *gi-* "жити" та ін.), а також смислові типологічні паралелі, реалізовані у міфологічних традиціях і картинах світу європейських етносів, дозволили окреслити ірраціональні уявлення про СВІТ - простір існування людини як саме "олюднений" (пов'язаний з часом або віком існування людей або заселений), "світлий", "здатний до розширення", "змінний / динамічний", "пов'язаний з землею / територією", "впорядкований / безпечний" (у якості "системної похибки" виділяємо значення "безпечний, тому що незмінний, спокійний"). Сукупність вказаних смислів вважаємо базовим оператором-"квантором" *Q/x00/*, крізь

призму котрого інтерпретуються уявлення про простори, сукупності об'єктів, різні плани реальності.

При моделюванні альтернативної реальності мовний код матеріалізує сигніфікативні кванти, котрі є концептуалізованим досвідом людства, що віддзеркалює наслідки взаємодії з об'єктами і явищами, недоступними у даному фрагменті емпірично досяжного часо-простору і недоступними для експериментальної перевірки. При вербальному конструюванні варіанту світу здійснюється аранжування "сигніфікативних квантів" у референтивному, аксіологічному, деонтичному й атлетичному вимірах. Референтивна модальність конструйованого альтернативного світу передбачає вербалізацію відповідних фокусних концептів, що окреслюють контури світу й стан речей у ньому, а саме, онтологічних (а), функційних (b) і темпорально-локативних (d) характеристик його складників. Аксіологічна модальність світу, що визначає вектор його поступу як системи і характер взаємодії зі світами з іншою конфігурацією, реалізується за допомогою номінації релевантних аксіологічних концептів, або акцентуації аксіологічних характеристик (с) згаданих об'єктів. Деонтична модальність світу реалізується у вербально репрезентованих сценаріях квестового типу (з нелінійною каузативною логікою), спрямованих на зміну або підтримання станів речей у світі, які відображають динаміку поступу світ як відкритої / закритої системи. Алетична модальність світу-конструкту сигналізує про ступінь його "реальності" з позицій суб'єкта-творця. З урахуванням просторово-локативних характеристик світів і опозиції-"фільтра" "реальний" :: "уявний", пропонуємо загальну модель кластеру світів.

У лінійному записі модель світу, що охоплює вказані вище параметри його складників, постає наступним чином. Так, нечіткий інформаційний кластер А (явища онтології, або ж об'єкти з онтологічними характеристиками) становлять впорядковані пари, що маркують відповідні елементи інформаційних доменів у варіативному ступені від 0 до 1:  $A = \{(h_1, 0.4), (h_2, 0.3), (h_3, 1), (h_4, 0.6)\}$ . Нечіткий кластер А виражається у термінах функції приналежності  $\mu_A$ , що маркує ступінь включеності елемента домену (h) у ступені, що варіюється в інтервалі [0,1]:  $A = \{(h, \mu_A(h)) / h \in H\}$ . Відповідні записи здійснюються для функційних (b), аксіологічних (с) і темпорально-локативних (d) характеристик об'єктів. Ми також урахуємо можливість зміни "фокусу сприйняття" або "призми

інтерпретації". Відповідно, динаміка систем координат, у яких реалізуються нечіткі інформаційні кластери, маркується як  $\Delta$ . Нарешті, вплив базового інтерпретаційного оператора-"квантора" (ірраціональних міфологічно співвіднесених уявлень про світ,  $Q/x00/$ , у якому  $x00$  - набір про позитивно закодованих в іменах концепту СВІТ уявлень про нього), враховано так:

$$W = \sum \Delta\{(h, \mu A(h))/h \in H\} / Q|x00|, \Delta\{(h, \mu B(h))/h \in H\} / Q|x00|, \Delta\{(h, \mu C(h))/h \in H\} / Q|x00|, \Delta\{(h, \mu D(h))/h \in H\} / Q|x00|$$

Наведений запис демонструє практично необмежену кількість "світів", конфігурація котрих задежить від змінних потоків вхідних сигналів, змінних систем інтерпретаційних координат, змінних "прагматичних" (світоглядних, субкультур них, професійних) фільтрів, задіяних до категоризаційних і номінативних процесів.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Колесник О.С. Introducing M-logic: basic remarks on key concepts // Теоретична і дидактична філологія. Серія "Філологія". Серія "Педагогіка" : Зб. наук. праць. – Вип. 25. – Переяслав-Хмельницький : Вид. ПП Щербатих О.В., 2017. - С. 159-169.
2. Левицкий В. В. Этимологический словарь германских языков / В. В. Левицкий. – Винница : Нова книга, 2010. – Т.1. – 610 с.
3. Этимологический словарь славянских языков: праславянский лексический фонд / под ред. О.Н. Трубачева. – Вып. 19. – М. Наука 1992. – 254 с.
4. McBain A. An Etymological Dictionary of the Gaelic Language / Alexander. A. McBain, LL.D. – Stirling : Eneas MacKay, 1911. – 426 p.
5. Pokorny J. Indogermanisches etymologisches Wörterbuch / Julius Pokorny. – Bd. 1–2. – Bern : Francke. – 1959. – 1183 S.

**І. Б. Кондратюк**  
**м. Житомир**

## **АКТУАЛІЗАЦІЯ ЕМОЦІЙ У КОМУНІКАТИВНІЙ СИТУАЦІЇ РУЙНАЦІЇ ПСИХОЛОГІЧНОЇ РІВНОВАГИ**

Особливості функціонування людини у комунікативному просторі виступають об'єктом посиленого інтересу сучасних лінгвістів. Діяльнісний аспект пояснює людське буття через призму її самоманіфестації, особистісного розвитку у зовнішньому соціально обумовленому світі, самовираження та актуалізації. Комунікативна інтеракція репрезентується як особливий вид діяльності, спрямований на регуляцію комунікативного оточення суб'єкта посередництвом комунікативного інструментарію.

Дослідження комунікативної ситуації руйнації психологічного балансу ставить у центр дослідження психоемоційний стан учасників комунікації, які одночасно виступають предметом психосоматики як тілесного відображення душевного життя людини, що включає тілесну актуалізацію емоцій та інших несвідомих процесів, та як тілесний канал свідомої та несвідомої комунікації. За такого підходу тіло трактується як своєрідний екран, на який проектується психоемоційний стан людини у вигляді символічних неусвідомлених повідомлень і на якому відображаються психологічні проблеми (усвідомлені чи неусвідомлені внутрішні конфлікти) людини [4]. В розрізі психосоматики зв'язок тіла ("соми") та психіки є двостороннім, що відображає взаємозалежність психологічних та соматичних планів людської діяльності: проблеми тіла впливають на повноцінне функціонування психіки, а психологічні негаразди (в тому числі порушення психологічного балансу) чинять вплив на поведінку тіла, знаходячи своє відображення у тілесних проявах, які називаються експресією, а в рамках нашого дослідження – невербальним компонентом спілкування.

Емоції (від фр. *emotion* – "хвилювання", "збудження") усвідомлюються як психічний, складний стан організму, що призводить до дії симпатичної нервової системи і підвищення життєдіяльності організму, відображають ставлення людини до навколишнього світу, до інших людей, до самої себе та до результатів своєї діяльності у формі безпосереднього, швидкоплинного переживання.

Внаслідок такого переживання підвищується ритм дихання, пульсу і залозо-виділення тощо, а на ментальному рівні стан збудження чи хвилювання позначається сильними почуттями, і зазвичай імпульсом щодо певної форми поведінки. Емоції розуміють як психічне відображення у формі безпосереднього переживання життєвого смислу явищ і ситуацій, обумовлених відношеннями їх об'єктивних якостей до потреб суб'єкта і виражають оціночне особистісне відношення до актуальних чи можливих ситуацій, до своєї діяльності і своїх проявах у них та носять яскраво виражений індикаторний характер, а їхня найважливіша особливість полягає у здатності до узагальнення та комунікації [3; 5].

Актуальність дослідження емоцій в рамках нашого проекту також пояснюється винятковою роллю емоцій в життєдіяльності людини та високим ступенем їхнього впливу на поведінку та свідомість. Вивчення значимості емоцій дозволило виокремити в рамках картини світу людини (фундаментальне поняття, що виражає специфіку взаємодії людини та оточуючого її світу) емоційну картину світу, яка обумовлена емоційним переживанням і осмисленням явищ та об'єктів навколишньої дійсності, які таким чином набувають певного значення для людини [4].

У комунікативному просторі особливістю емоційної картини світу виступає суб'єктивне відображення об'єктивно існуючого світу крізь призму емоцій за допомогою комунікативних засобів. Емоційну картину світу називають особливим світоглядом, спроектованим емоційною сферою свідомості, в якій знання комунікативної особистості про об'єктивну реальність існують не в суто інформаційному вигляді, а у формі, отриманій в результаті проекції цих знань через певні почуття, які через імплікацію послідовних процесів концептуалізації, категоризації та вербалізації відображаються в мові [4]. В перерахунку на комунікативну ситуацію ми стверджуємо, що актуалізація суб'єктивних концептуальних та категоризованих знань про об'єктивно існуючу реальність крізь призму власних емоцій відбувається за рахунок їх експлікації за допомогою вербальних та невербальних компонентів. Це можна продемонструвати на прикладі фрагменту з фільму "Deadpool" (00:28:50):

*VANESSA: So, am I supposed to just smile and wave you out the door?*

*WADE: Think of it like spring cleaning. Only, if spring was death. [...]*

*VANESSA: Sounds like you do. Bernadette is not going anywhere, because you're not going anywhere! (she is on the verge of crying)*



У даному фрагменті розгортається сцена, де Вейд збирається піти від коханої Ванеси тому, що у нього виявили рак останньої стадії і він не хотів, щоб Ванеса страждала разом з ним. Особливості протікання такої хвороби як рак та її наслідки для зараженого організму є загальновідомими, тому суб'єктивні знання Вейда про об'єктивно існуючу реальність (те, що з ним буде відбуватися) “пропущених” через призму власних емоцій (жаль щодо Ванеси, якій доведеться стати свідком його мук) змушують його покинути кохану жінку. Він актуалізує цей стан безнадійності за допомогою вербального компоненту порівняння весняного прибирання (spring cleaning) та смерті (if spring was death). Ванеса у свою чергу актуалізує свій психологічний дисбаланс шляхом підвищення інтонації та категоричного заперечення дій Вейда.

З точки зору комунікативної інтеракції, саме такі фізіологічні ознаки актуалізації емоцій як аномальне відображення психо-емоційного стану індивіда у момент спілкування є відправною точкою, яка свідчитиме, що дану комунікативну ситуацію можна класифікувати як таку, що позначена руйнацією психологічного балансу. Розглянемо на прикладі фрагменту із фільму “Devil Wears Prada”(00:04:43):

*Emily answers the phone.*

*EMILY: Oh my God, no, no, no!!!*

*EMILY: SHE`s on her way. Tell everyone!!!*

Емілі – підопічна владного та строгого боса Міранди Прітслі. Емілі відповідає за певні приготування офісу перед приходом Міранди. Тригерним моментом виступив приїзд Міранди на роботу раніше необхідного часу. Емілі усвідомлює, що вони ще не готові. Руйнація психологічного балансу адресанта відбувається в момент розмови по телефону, коли її повідомляють про передчасний приїзд боса і виражається за допомогою інтонації, міміки, жестів та прийому експлетиву (my God), а також вигуку (oh) з імплікатурою We are not ready. Адресант застосовує тактику уточнення (SHE`s on her way. Tell everyone!!!), що виражається імплікатурою Get ready. Everything must be perfect. У офісі зчиняється хаос (робітники біжать на свої місця, прибирають робочі столи, готують папери), що є відображенням їхніх фонових знань про те, що у випадку непрофесійного виконання своїх обов'язків настане відповідальність перед Мірандою. У підсумку наведені вище факти свідчать про те, що дану

комунікативну ситуацію можна класифікувати як таку, що позначена руйнацією психологічного балансу її учасників.

Комунікативна ситуація руйнації психологічної рівноваги розуміється нами як абстрактний конструкт, що узагальнює окремі комунікативні епізоди на основі спільних психоемоційних характеристик дисбалансу учасників комунікативної інтеракції [1]. Стан психологічного дисбалансу позначається зміною динамічних показників психоемоційної діяльності людини як суб'єктивної реакції на об'єктивно-існуючу реальність [2]. Емоції безпосередньо впливають на поведінку та діяльність людини, адже емоція переживається як почуття, яке мотивує, організовує і направляє сприйняття, мислення і діяльність, що дозволяє нам говорити про регуляційний аспект емоцій: потреба у переживанні якоїсь конкретної емоції, її уникнення або бажання вплинути на емоційний стан співрозмовника стимулює адресанта до обрання відповідних комунікативних засобів.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Dijk T. A. van. Discourse and Context. A sociocognitive approach / T. A. van. Dijk. – Cambridge: Cambridge University Press, 2008. – 267 p.
2. Fritz Heider. The Psychology of Interpersonal Relations / Heider Fritz. – New York: John Wiley and Sons, Inc., 1958. – 322 p.
3. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность / А. Н. Леонтьев. – Москва, 1975.
4. Первичко Е. И. Культурно-деятельностный подход к проблеме регуляции эмоций: теоретическое обоснование и эмпирическая верификация концептуальной модели / Е. И. Первичко // Национальный психологический журнал. – 2016. – № 2(22). – С. 3–17.
5. Шаховский В. И. Эмоции: Долингвистика, лингвистика, лингвокультурология / Шаховский В. И. – Изд. 2-е. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013.

**Ю. В. Лисецька**  
**м. Житомир**

## **ТЕОЛОГІЧНИЙ ДИСКУРС ЯК РІЗНОВИД РЕЛІГІЙНОГО ДИСКУРСУ**

До актуальних проблем сучасної лінгвістичної науки належить вивчення різних типів дискурсу. Проблеми дискурсу постійно перебувають у полі уваги багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців: Н. Арутюнова, О. Падучева, Г. Почепцов, В. Карасик, Т. ван Дейк, О. Селіванова, І. Шевченко, І. Фролова та інших.

Останні десятиліття посилену увагу мовознавців викликає теолінгвістика – наука, яка виникає на межі мови та релігії і досліджує прояви релігії, що закріпилися та відобразилися в мові. Теологія є наукою, яка оперує термінами, доктринами, догмами, канонічними поняттями. Важко знайти сферу людського життя, де лінгвістика відігравала б таку важливу роль як в теології, адже більшість суперечок – міжконфесійних та історичних виникають саме через різне ставлення до мови та інтерпретації її засобів в основних теологічних першоджерелах. Теологія порушує питання походження мови з одного боку, а мовознавство сприяє інтерпретації релігійних текстів.

Теологічна комунікація є одним із найдавніших видів людського спілкування, але її наукове вивчення почалося недавно. Якщо спроби ідентифікувати інші види дискурсу у лінгвістиці здійснюються регулярно, то набагато складніша ситуація склалася з визначенням теологічного дискурсу (ТД). Вперше термін використовує у своїх роботах бельгійський вчений Жан-П'єр ван Ноппен. Проблематикою теолінгвістики і теології займалися О. Гадомський [2], Д. Крістал [7], Д.Трейсі [8].

Теолінгвістика й релігія мають спільне коло інтересів. Теолінгвістика розглядає мову в дії, тобто в її застосуванні, контексті. Теологія входить до системи релігії, релігія функціонує у відповідному дискурсі – релігійному, тому теологічний дискурс вважають складовою частиною релігійного дискурсу (РД).

РД – це релігійний текст у реальному спілкуванні, який є сукупністю комунікативних дій або подій, спрямованих на трансляцію, збереження і розвиток релігійних уявлень [5, с. 16]. Характерною рисою РД є домінанта

віри над раціональним знанням. Мета РД полягає у залученні людей до віри, закликанні до покаяння, ствердженні себе у вірі та доброчесності, проведенні богослужіння та поясненні релігійних та конфесійних догматів. Взаємодія мови, культури та ідеології розглядається в РД [6, с. 365–367].

РД виконує загальні (репрезентивна, комунікативна, апелятивна, емотивна, фатична, інформативна) та спеціальні (молитовна, прохібітивна, заклично-спонукальна, прескриптивна, інспіративна, волюнтативна, компліментарна та ін.) функції, які є характерними тільки для релігійного дискурсу [1, с. 54] Крім того, окремі лінгвісти виділяють регулятивну, світоглядну, інтегративну, соціокультурну, консервуючу, агітаційну функції РД. [3, с. 12].

ТД є суттєво вужчим поняттям, ніж РД, оскільки сконцентрований тільки в дискусіях та міркуваннях про Бога. До письмових форм ТД належить наукова теологічна література, науково-популярна періодика, Біблія, Катехізис. Щодо усних форм ТД, то це – дискусії теологів на науковому рівні, літургія.

Серед центральних категорій ТД окремо слід виділити аргументативність. Існує два підвиди вищезазначеної категорії: емоційна аргументативність і раціональна аргументативність. Кожен із цих підвидів знаходиться у прямій залежності від типу дискурсу, в якому вживається: емоційна аргументативність стосується усіх текстів популярно-теологічного дискурсу, а раціональна аргументативність визначає тексти теоретико-теологічного дискурсу. Ядро усієї теологічної аргументації складає догматизм, а саме – опора на Святе Письмо і Святе передання [4, с. 5-9].

Теолінгвістика не вважається наукою суто теологічного дискурсу. Вона розглядає набагато ширший діапазон питань у сфері вживання мови в релігії та навпаки. Аналіз видів дискурсу релігійної сфери є внеском у подальший розвиток такої досить "молодої" дисципліни в Україні, як теолінгвістика.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Бобырева Е. В. Религиозный дискурс: ценности, жанры, языковые характеристики: моногр. / Е. В. Бобырева. – Волгоград: Перемена, 2007. – 385 с.

2. Гадамский А. К. Религиозный язык – теолингвистика – языкознание / А. К. Гадамский // Учен. записки Таврического Национального Университета им. В.И. Вернадского. – 2007. – Т.20(59), №1. – С. 287-293. – (Серия "Филология").
3. Жданова И. В. Семантико-структурная и функциональная специфика заглавий богословско-религиозного жанра / И. В. Жданова // Молодой ученый. – 2011. – Т. 2. – № 3. – С. 12–17.
4. Романченко Ю.В. Лингвопрагматический аспект немецкоязычного теологического дискурса: автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.04 / Ю. В. Романченко. – М., 2008. – С. 24
5. Смирнова М. С. Проповідь у релігійному православному дискурсі ХХ століття: лінгвопрагматичний аспект: дис. канд. філол. наук: 10.02.15 / М. С. Смирнова. – Маріуполь, 2016. – 271 с.
6. Шиляева Т. В. Приставки со значением негации в текстах англоязычной проповеди / Т. В. Шиляева. – Измаил: ИГГУ, 2012. – С. 365–367.
7. Crystal D. Generating Theological Language [Електронний ресурс] / D.Crystal  
– Режим доступу: [http://www.davidcrystal.com/David\\_Crystal/articles.html](http://www.davidcrystal.com/David_Crystal/articles.html)
8. Tracy D. Theology as Public Discourse / D. Tracy – The Christian Century, 1975. P.280-284.

**Н. В. Матушевська**  
**м. Житомир**

### **ТАКТИКА ПЕРЕКОНАННЯ У КОМУНІКАТИВНІЙ СИТУАЦІЇ СПОКУСА (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОГО КІНОДИСКУРСУ)**

Мета розвідки полягає у вивченні арсеналу тактик, які використовуються у комунікативній ситуації СПОКУСА. Особливої уваги заслуговує тактика переконання та її симбіоз з іншими тактиками. Тактика переконання розглядається як свідомий, організований вплив на адресата; спроба трансформувати його погляди та відношення [5: 31]; цілеспрямований процес, завдання якого зосереджується у переконанні

реципієнта змінити своє ставлення або поведінку щодо ситуації через передачу повідомлення у контексті вільного вибору [4: 8]. Суб'єкт спокуси займає активну позицію у процесі переконання, виступає мішенню впливу, на яку спрямовані вербальні та невербальні дії агенса, спроектовані на відмову від своєї точки зору [1 : 156]. Переосмислення та прийняття сторони адресанта залежить від впевненості та авторитетності продуцента [2 : 3], реалізується шляхом апеляції до емоцій бенефіціанта, наведення об'єктивних доказів, урахування його цінностей [3 : 97], аргументування переваг та користі запропонованого рішення для співрозмовника.

Аналіз ситуацій спокуси демонструє, що **тактика переконання** реалізується адресантом у відповідь на небажання реципієнта погоджуватись із точкою зору агенса або робити те, до чого його спонукає співрозмовник:

**Ted:** *Okay, quick, before Lily gets here, let's fire this up.*

**Marshall:** *No way. I promised Lily that I would be responsible.*

**Ted:** *You're not getting your 60 bucks back.*

**Marshall:** *Give me that.*

*("How I Met Your Mother" Season 07, Episode 10, 2011;  
00:02:53)*

Продуцент спокуси впевнений у своїй позиції та активує тактику переконання (*You're not getting your 60 bucks back*), втілену у констативі, з метою зміни поглядів респондента. Агенс чітко та зрозуміло подає інформацію і наводить правдивий факт, який повідомляє співрозмовнику про відсутність можливості повернути власні кошти, що стимулює згоду партнера (*Give me that*).

**Тактика переконання** поєднується із **тактикою вказівки на (позитивну) перспективу**:

**Lily:** *Marshall, I just... I don't know if now is the right time to buy.*

**Marshall:** *But we're not doing this for now, we're doing this for our future. Can't you imagine starting a family here?*

**Lily:** *I love it. Let's get it.*

*("How I Met Your Mother" Season 03, Episode 07, 2007;  
00:07:10)*

Агенс апелює до тактики переконання (*But we're not doing this for now, we're doing this for our future*), реалізованої констативом. Адресант слушно аргументує доцільність своєї точки зору, що досягається її логічним

обґрунтуванням у формі антитези (*for now ... for our future*). Маршал дотримується кооперації, що підтверджується вживанням займенників (*we, our*) та зверненням до теми (*future*), яка інтерпретується як турбота чоловіка про їх з жінкою щасливе майбутнє. Для більшої переконливості продуцент спокуси вдається до тактики вказівки на (позитивну) перспективу (*Can't you imagine starting a family here?*), втілену у мовленнєвому акті квеситиву. Співрозмовник спонукає пацієнса подумати над тим, що правильно прийняте рішення зараз забезпечить приємний результат у перспективі і, як наслідок, жінка погоджується (*I love it. Let's get it*).

Реалізація **тактики переконання** у комбінації із **тактикою вказівки на (негативну) перспективу**:

**Marty:** *You cannot do this.*

**Scott:** *Marty, look, we only have until the end of the school year to save your job.*

**Marty:** *Come on! Night school.*

**Scott:** *Oh, great, yeah, between what I make there and what you make with your private lessons, we'll save the music programme in 18 years. This is the best chance you got.*

**Marty:** *Okay. Okay, if you're gonna lose, then I'm gonna help you lose.*

(*"Here Comes the Boom"*, 2001; 00: 23:40)

У діалозі між двома друзями адресант залучає тактику переконання (*Marty, look, we only have until the end of the school year to save your job*), обґрутовуючи перевагу запропонованого варіанту наведенням раціональних доказів: обмежених строків, за які їм необхідно зібрати кошти. Реакція реципієнта неохвальна (*Come on!*), він висуває альтернативний шлях розв'язання проблеми (*Night school*). Бенефактор використовує тактику вказівки на (негативну) перспективу (*Oh, great, yeah, between what I make there and what you make with your private lessons, we'll save the music programme in 18 years*), що містить дієвий важіль впливу на партнера – іронію (*Oh, great, yeah*), яка вжита для того, щоб підвести співрозмовника до позиції агенса. Продуцент спокуси спрогнозував майбутній розвиток ситуації, підрахувавши їх спільні із адресатом заробітки, і об'єктивно підсумовував, що вони будуть спроможні врятувати музичну програму лише через вісімнадцять років, висміюючи та негативно розглядаючи висунуту реципієнтом альтернативу заробити

кошти. Підводячи підсумок, адресант інтенсифікує доцільність свого рішення отримати гроші у короткий термін (*This is the best chance you got*), представленою тактикою переконання, експлікованого констативом. Усвідомлюючи своє безвихідне становище, реципієнт дає згоду (*Okay. Okay, if you're gonna lose, then I'm gonna help you lose*).

Комбінація **тактики переконання** із **тактикою обіцянки**:

**Harry:** *I really can't buy anything right now. My wife and I are getting ready to buy a house this month... and we're trying to save every last penny.*

**Seth:** *I show you 30 or 40%, no matter how big or small your position is... Do this: Pick up a hundred shares. It's the absolute firm minimum. If I show you... three or four points on the trade, it's not gonna make you rich. On the same token, if the stock doesn't go anywhere... you're not in front of your store with a cup in your hand.*

**Harry:** *All right. Let's try it.*

(*"Boiler Room"*, 2000; 01:05:30)

Адресант актуалізує тактику обіцянки (*I show you 30 or 40%, no matter how big or small your position is...*) у вигляді промісиву, гарантуючи партнеру великий процент прибутку незалежно від суми його інвестицій, пробуджуючи у реципієнта атракцію до кінцевого результату. Бенефактор ніби дає можливість адресату самостійно визначити, скільки грошей він готовий вкласти, формуючи в його уяві перспективу великого заробітку. Спокусник переходить до наступальних дій, що передаються тактикою переконання, реалізованої у кілька кроків (*Do this: Pick up a hundred shares. It's the absolute firm minimum. If I show you... three or four points on the trade, it's not gonna make you rich. On the same token, if the stock doesn't go anywhere... you're not in front of your store with a cup in your hand*). Співрозмовник використовує директиви (*Do this: Pick up a hundred shares*) і наполягає, щоб реципієнт взяв сто акцій. Продуцент констатує, що зазначений внесок виступає мінімальним стартом (*It's the absolute firm minimum*). Вживання прикметників (*absolute, firm*) додають словам адресанта вагомості та аргументованості. Партнер обґрунтовує доцільність, вигідність та безпечність запропонованого варіанту для пацієнса (*If I show you... three or four points on the trade, it's not gonna make you rich. On the same token, if the stock doesn't go anywhere... you're not in front of your store with a cup in your hand*). Респонсивна репліка адресата



свідчить про зміну його позиції на користь продуцента (*All right. Let's try it*).

Отже, тактика переконання у комунікативній ситуації СПОКУСА аналізується з оглядом на діалог співрозмовників. Досліджувана тактика виступає свідомою, обґрунтованою реакцією адресанта на висловлення реципієнта, демонструє кооперативний аргументативний характер і має на меті вплинути на бенефіціанта, змінити його погляди та спонукати до необхідної агенсу дії. Успішна реалізація прагматичної мети продуцента спокуси досягається завдяки його зрозумілій, непохитній позиції, достовірним, логічним фактам та раціональному урахуванню інтересів пацієнса.

Подальша перспектива вбачається у комплексному аналізі комунікативної ситуації спокуси.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Винославська О. В. Психологія : навч. посіб. / О. В. Винославська, О. А. Бреусенко-Кузнєцов, В. Л. Зливков та ін. – К. : ІНКОС, 2005. – 351 с.
2. Николаева Н. Н. Реализация стратегий и тактик убеждения в современном англоязычном научно-популярном дискурсе / Н. Н. Николаева, Е. Н. Шишкина // МГТУ им. Н. Э. Баумана. – Москва, 2016. – С. 1-19.
3. Румянцева Е. А. Стратегии и тактики речевого убеждения (на материале речи Президента Украины Петра Порошенко в Конгрессе США) / Е. А. Румянцева // Записки з романо-германської філології. – Одеса : КП ОМД, 2014. – *Bun.*2 (33). – С. 94-104.
4. Perloff R. M. The Dynamics of Persuasion : Communication and Attitudes in the 21st Century / R. M. Perloff // 2nd ed. Mahwah, NJ/London : Lawrence Erlbaum Associates, 2003. – P. 392.
5. Smiljana K. Linguistic Features of Persuasive Communication : The Case of DRTV Short Form Spots / K. Smiljana // University of Ljubljana, Slovenia, Vol. 12 (2), 2015. – Pp. 29-52(244).

**К. О. Мельник**

**м. Вінниця**

## **ГРАМАТИЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ**

Мова – це засіб спілкування, а англійська мова є давно визнаною мовою спілкування у всьому світі, є універсальним засобом комунікації для різних народів, об'єднуючи світову культуру.

Універсальність англійської мови сприяє тому, що вона проходить закономірний етап змін, що охоплює всі її рівні та безпосередньо впливає на систему мови.

Бубеннікова О.А. у своїй праці "Про сучасну культурно-лінгвістичну ситуацію в англійській мові" зазначила, що відношення "письмове – усне мовлення" протягом останніх десятиліть схиляється саме до усного, на відміну від усього XIX ст. й початку XX ст [1]. Сучасна англійська мова переживає ряд змін, які спричинені тим, що ця мова є міжнародною, слугує великій кількості населення, а тому спрощується, уніфікується в своїх регіональних чи в місцевих формах.

Активне використання Інтернету також сприяє змінам у мовленні і способах вираження мови [1]. Електронне спілкування призводить до змін у граматичному оформленні мовлення.

Дедалі більше з'являється запозичень у мові: лексичні зміни є характерними для розвитку мову, а еволюційні мовні зміни XXI століття відображаються в найстійкішій і найконсервативнішій частині, тобто у граматиці.

Стає очевидним, що синтаксичні конструкції модифікуються, трансформують способи граматичного оформлення висловлювань, викликаючи зрушення у функціонуванні пунктуаційних знаків, що сприяє розмиванню встановлених нормою кордонів між різними граматичними явищами.

Зміни у граматиці англійської мови, як і в інших прогресивних мовах, котрі розвиваються, торкнулися різних частин мови, і самостійних, і службових.

Американський лінгвіст Аріка Окрент у своїй статті "4 Changes to English SO Subtle We Hardly Notice They're Happening" визначив кілька основних змін:

1) відбувається заміна конструкцій типу "they started to work" на "they started working", в той же час конструкції з "intend" (мати намір) і "cease" (припиняти) частіше вживаються з інфінітивом;

2) все більшої популярності набувають форми прогресива.

Частота вживання так званих "тривалих часів" (Continuous Tenses) зростає в англійській мові протягом декількох століть. За останні десятиліття ці форми завоювали нові рубежі [6].

У британському варіанті англійської мови все частішає вживання форм у пасивному стані ( "It is being held", а не "It is held"), з модальними дієсловами типу should, would, might ( "I should be going", а не "I should go") .

Вживається в формі прогресива і дієслово "be" ( "I'm being serious", а не "I'm serious");

3) такі модальнідієслова як "shall" і "ought" використовуються в розмовній формі мови все рідше. Проте значення, що виражаються модальними дієсловами, наразі передаються за допомогою виразів типу "going to", "have to", "need to", "want to". З'явившись спочаку в усному мовленні, вони в останні кілька десятиліть закріпилися у письмовій;

4) все частіше для утворення пасивного стану виступає дієслово "to get".

Як правило, пасив з дієсловом "to get" вживається, коли говорять про якісь неприємні події, але зростання вживаності цього дієслова за останні півстоліття дозволяє припустити подальше розширення його вживання в пасивних конструкціях і для передачі позитивних подій, оскільки вже зараз можна зустріти "they got promoted", "the tourist got paid" [6].

У своїй праці "Нове в англійські граматичні" Вейхман Г.А. наводить яскраві приклади й пояснює багато мовних зразків, що суперечать установленим граматичним правилам англійської мови [2]. До прикладу, форму множини можуть приймати іменники understanding і knowledge (зазвичай вживаються тільки в однині), коли вони виступають в якості членів пропозиції, однорідних з іменниками у множині. Наприклад: Her techniques of encouraging wholesome motivation for mastery of critical skills, habits, understandings, knowledges, and attitudes, [...] are, [...] rather eccentric [2: 4]. Автор також зазначив, що з'являється нове модальне дієслово want зі

значенням повинності, який все частіше вживається замість ought to, must та should (поки, щоправда, тільки в розмовному стилі): You want to take it easy [2: 14].

Саме лінгвісти Гарвардського університету довели, що процес спрощення англійської мови сприяє тому, що є вже частина неправильних дієслів, що в дуже близькому майбутньому стануть правильними [5].

Лінгвісти Британії та США констатують спрощення і зміни у англійській мові, та прогресивна преса все ж таки дотримується нормативної граматики [4].

Специфіка грамичного розвитку англійської мови полягає в тому, що вона вийшла з-під контролю її носіїв. Її майбутнє визначатимуть не лише її носії, але й люди, які розмовляють іншими національними мовами.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Бубенникова О.А. О современной культурно-лингвистической ситуации в Англии / О. А. Бубенникова // Вестник МГУ. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2000. – № 3. – С.7-20.
2. Вейхман Г.А. Новое в английской грамматике: учебное пособие для лингвистических университетов, институтов и факультетов иностранного языка / Г. А. Вейхман – М.: Астрель, 2009. – 200 с.
3. Киселева А.В. К вопросу о современном речеупотреблении в английском языке / А. В. Киселева // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2013. – №11-12. – С. 34-36.
4. Малюга Е.Н. К вопросу о жанрово-стилевой парадигме газетного текста / Е. Н. Малюга // Вестник Университета Российской академии образования. – 2008. – № 2. – С. 68-71.
5. Graddol D. The Future of English: A guide to forecasting the popularity of the English language in the 21st century / D. Graddol. – The British Council (UK), 2000. – 66 p.
6. Okrent A. 4 Changes to English So Subtle We Hardly Notice They're Happening. [Electronic resource] / A. Okrent. – Mode of access. – <http://theweek.com/articles/462818/4-changes-english-subtle-hardly-notice-theyre-happening> ( viewed on March 20, 2018). – Title from the screen.

Т. В. Миколишена  
м. Житомир

## СТРАТЕГІЇ ВІДТВОРЕННЯ КВАЗІРЕАЛІЙ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ (НА МАТЕРІАЛІ КАЗКИ Р. ДАЛА "THE BFG")

Вийшовши за рамки лінгвістичної теорії перекладу та ефективно розвиваючись як міждисциплінарний напрям, сучасна перекладацька парадигма націлена на розв'язання низки задач, найбільш актуальною серед яких залишається визначення ключових понять перекладу. Одним із таких є поняття "стратегії перекладу", що тлумачать у широкому сенсі як "мистецтво перекладу" та у більш вузькому як підхід до вирішення конкретних задач.

Однак, виступаючи засобом досягнення адекватності та еквівалентності при перекладі, стратегія перекладу включає не лише лінгвістичні, а й екстралінгвістичні фактори, кожен з яких може вплинути на вибір певного способу перекладу на кожному з перекладацьких відрізків. Підкреслюючи особливий вплив культури на процес перекладу, американський теоретик перекладу Л. Венуті детермінує перекладацькі стратегії як основні задачі перекладача, пов'язані з вибором тексту перекладу та пошуками способів для його відтворення, що обумовлені культурними, економічними та політичними факторами [1: 240].

Взявши за основу досвід американських та європейських перекладознавчих традицій, Л. Венуті виокремлює дві основні стратегії відтворення оригінального тексту мовою перекладу: "очуження" або "форенізацію" (від англ. *foreignization*) та "одомашнення" або "доместикацію" (від англ. *domestication*). Даний розподіл визначає ступінь пристосування тексту, що перекладається, до культури цільової мови: очуження сприяє збереженню оригінального колориту вихідної мови, в той час як одомашнення підкорює чужу культуру цінностям цільової мови.

Культурний компонент вихідного тексту, (не)відтворення якого у перекладі є основою виокремлення стратегій очуження та одомашнення, перебуває у центрі перекладознавчих дискусій впродовж усієї історії перекладацької думки. Доцільність використання стратегії очуження пояснюють прагненням до збагачення мови, знайомства з іншомовними реаліями та позитивного сприйняття чужої культури, що у сучасних

умовах глобалізації, розвитку соціальних мереж та зміцнення ділових відносин підсилює зростання інтересу до іншомовної культури та популяризації її елементів.

Метою одомашнюючого перекладу є чітке дотримання норм та культурних традицій мови перекладу, у результаті чого переклад сприймається читачем як текст, написаний рідною мовою. Стратегія одомашнення перетворює мову на зручний для реципієнта інструмент спілкування, легкий для розуміння та позбавлений неоднозначності, що вважають безсумнівною перевагою даної стратегії. Одомашнення свідомо вилучає елементи дискретності, збільшуючи, таким чином, доступність та чіткість повідомлення [2: 24-25].

Розглянемо доцільність застосування стратегій очуження та одомашнення на матеріалі квазіреалій, що позначають неіснуючі явища та об'єкти у казці Р. Дала "ВДВ", додаючи їй емоційності та реалістичності зображуваного. Авторські квазіреалії створено на основі різноманітних словотвірних способів та моделей, тому їх успішна семантизація вимагає звернення до макроконтексту, проведення фонетичних асоціацій, аналізу морфемного складу, використання фонових знань тощо.

Порівняємо застосування стратегій одомашнення та очуження під час перекладу квазіреалій у наступних прикладах:

*"Nothing is growing except for one extremely icky-poo vegetable. It is called the snozzcumber"* [3].

– Нічого не росте, крім одного тюфтюфного овоча під назвиськом *ойгірок* [4: 55].

Квазіреалію *snozzcumber* можна сегментувати по-різному: хтось побачить у ній узуальні лексеми *snozzle* та *cumber*, хтось – назву відомого овоча *cucumber*. Для семантизації даної квазіреалії достатньо звернутися до контексту. Предмет, який номінує квазілексема *snozzcumber*, відіграє у казці надзвичайно важливу роль, інакше автор не присвятив би йому цілу главу з однойменною назвою. Крім того, письменник дає йому досить детальний опис: *"It was about half as long again as an ordinary man but was much thicker. It was as thick around its girth as a perambulator. It was black with white stripes along its length. And it was covered all over with coarse knobbles"; "He started crunching it up and the noise he made was like the crunching of lumps of ice"; "It tastes of frogskins!" she gasped. "And rotten fish!"; "It had large seeds in the middle, each one as big as a melon. They were*

*embedded in soft slimy stuff*" [3]. За певними зовнішніми ознаками цей овоч найбільше нагадує огірок, хоч і має інше забарвлення та смакові властивості. Обираючи стратегію одомашнення, В. Морозов відтворює квазіреалію на основі узуальної лексики *огірок* та за допомогою додаткової фонетики перетворює її на okazіonalізм *ойгірок*, що не лише частково зберігає форму оригіналу, а й передає властивості предмету, а саме його бридкий смак, адже у квазіреалії *ойгірок* неважко розпізнати вигук *ой* та прислівник *гірко*.

У наступному прикладі перекладач обирає іншу стратегію перекладу квазіреалії:

*"And the humplecrimp?"*

*"What's that?" Sophie said* [3].

- *А про гампелькрімку?*
- *Що це таке? – перепитала Софія* [4: 55-56].

Менш творчо підходить перекладач до відтворення квазіреалії *humplecrimp*, застосовуючи прийом адаптивного транскодування, що адаптує форму слова вихідної мови до фонетичної структури цільової мови. Спільним для обох варіантів цієї квазіреалії у різних мовах є відсутність співвіднесень з узуальними лексемами. Так, з квазіреалії *humplecrimp* можна, звісно ж, "виловити" і лексему *hump*, і *crimp*, можна навіть пофантазувати і знайти там заковані *humble* та *shrimp*, однак їх значення не співвідносяться з образом невідомої тварини. Тому, на нашу думку, перекладацький відповідник досить вдало відтворює інтенцію автора, адже що може охарактеризувати екзотичну тварину краще, ніж її незвичне найменування, до яких відносимо і okazіonalізм *гампелькрімка*.

Таким чином, проаналізувавши переклади квазіреалій українською мовою, можемо зробити висновок, що уміле поєднання стратегій очуження та одомашнення дає здатність перекладачу, з одного боку, зберегти мовностилістичні риси першотвору, а з іншого – забезпечити адекватність інтерпретації перекладу цільовим читачем. Перспективою подальших досліджень буде поглиблений аналіз застосування обох стратегій на матеріалі перекладу інших мовно-стилістичних засобів дитячих творів Р. Дала українською мовою.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Venuti L. Strategies of translation / L. Venuti // Routledge encyclopedia of translation studies/ ed. by Baker, M. – London: Taylor and Francis Books Ltd., 2001. – P. 240-244
2. Venuti L. The Translator's Invisibility: a History of Translation / L. Venuti // London and New York: Routledge, 1995. – 353 pp.
3. Dahl R. The BFG [Електронний ресурс] / Roald Dahl. – Режим доступу : <http://www.8novels.net/billion/b4918.html>
4. Дал Р. ВДВ (Великий Дружній Велетень) / Р. Дал. – Повість. Перекл. з англ. В. Морозова за ред. І. Малковича. [Іл. Кв. Блейк], – К. : А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА, 2014. – 272 с.

**Ю. М. Нідзельська, А. Г. Заглада  
м. Житомир**

## **ЗАГАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕТНОСТЕРЕОТИПІВ ІСПАНЦЯ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

Вивченням стереотипів займаються багато вчених, наприклад, Є. Бартминський, А. Белова, Т. Кацберт, Ю. Святюк. Відтак, *актуальність* роботи зумовлена тим, що у мовознавстві спостерігають зацікавленість дослідженнями міжетнічних стосунків та спілкування, які проводять в межах лінгвістики, а також в соціології, етнопсихології, культурології. *Мета* – розглянути загальні особливості функціонування етностереотипів іспанця в англійській мові. *Завдання* – розглянути сутність поняття стереотип, етнофобізм, виокремити функції стереотипних конструкцій, розглянути анекдоти із використанням стереотипної інформації. Як відомо, поняття стереотип увів до наукового обігу У. Ліппманн, трактуючи його так: культурно-детерміновані, певним чином упорядковані картинки світу у свідомості людини, які, з одного боку, економлять зусилля при сприйнятті інформації, а з іншого – фіксують і зберігають суттєві цінності, тим самим сприяючи збереженню високої самооцінки людей [1: 306]. Стереотипи вважають засобом, за допомогою яких мас-медіа виправдовує



певні судження про інших. В цьому контексті можна говорити про *аргументативну* функцію стереотипів. Крім того, стереотипи є засобами звернення уваги на повідомлення, в чому вони виконують *апелятивну* та *фатичну функцію*, особливо в заголовках [2: 13]. Реалізація певної комунікативної стратегії міжетнічної взаємодії на лексичному рівні забезпечується використанням певних одиниць етнономіації: *офіційних етнонімів* та *етнофобізмів, етнонімів-прізвиськ*. Нормативні позначення представників чужих народів виступають загальноприйнятими або офіційними етнонімами (*Spaniard – іспанець*). Неофіційні назви, які представники одного етносу використовують стосовно представників іншого, є етнонімами-прізвиськами – пейоративними назвами та етнофобізмами – табуйованими та образливими назвами, що належать до стилістично зниженої лексики [3 : 183].

Як відомо у лінгвістиці стереотипи розглядають як стереотипи-образи і стереотипи-ситуації, етнічні стереотипи входять до стереотипів-образів. Походять вони із однотипність життєвих ситуацій, які створюють стандартні схеми мислення. До того ж, як вважає Т. Кацберт, виникненню стереотипів сприяють когнітивні, мотиваційні й соціокультурні чинники. Особливо важливою характеристикою стереотипів є їх детермінованість цінностями власної культури [2: 6]. Імена, які є типовими для певної етної групи, можуть виступати загальними назвами відповідного народу, містять лінгвокультурологічну інформацію. Для іспанської лінгвокультури це відповідно: *Pedro, Alfonso, Manuel, Sancho, Bonita, Bella, Rosita*. Такі власні імена мають репрезентативний характер. Етнічні прізвиська, створені на основі власних імен, поєднують ознаки онімів та апелятивів. Такі власні імена зазнають неповної апелятивації та вживаються для позначення нового денотата за рахунок зміни або розширення значення антропоніму [4: 13].

Етноніми зафіксовані у словосполученнях; їх пряме значення свідчить про сприйняття етносів за побутовими характеристиками, переносне – про їх стереотипізацію на основі соціокультурних ознак. У ксеноетнонімах стереотипи відображені за асоціацією з такими ознаками, як зовнішність, одяг, поведінка, риси національного характеру, національно-культурні традиції [2: 5]. *Етнічні анекдоти* є чинником стереотипізації етнічної свідомості. Вони відображають особливості національного характеру, що базуються на стереотипних уявленнях,

використовують різні засоби творення комічного для дискредитації образу чужої і підтримання авторитету своєї групи. Стереотипізація етнічних груп в анекдотах відбувається шляхом оцінного протиставлення національних характеристик представників етнічних груп [2: 8]. Стереотипізація образу іспанців відбувається шляхом апеляції до певних рис у їх поведінці. Отже, розглянемо приклади:

*Q: Why do most Spain fans book 2 seats to every Spaniard game?*

*A: One to sit in, the other to throw when the fighting starts [5].*

*Q: What does Cinderella and the Spaniard soccer team have in common?*

*A: Both keep running away from the ball [5].*

У цих двох прикладах закодовано інформацію про те, що іспанські футбольні фанати дуже бурхливо реагують на результати матчу, до того ж, вжито гру слів, а саме *ball* у значенні м'яч та бал. В наступному прикладі теж міститься інформація про футбольну гру, що містить про її важливість для носіїв іспанської лінгвокультури, а саме:

*What is the difference between a Spaniard fan and a baby?*

*A: The baby will stop whining after a while [5].* Тобто, у прикладі є натяк на те, що дитина плаче, а потім припиняє, однак фани постійно ниють, у цьому випадку застосовано протиставлення. Розглянемо такий приклад:

*Q: What is the difference between the Spaniard soccer team and a tea bag? A:*

*The tea bag usually stays in the Cup! [5].* У такому прикладі використано непряме порівняння між пакетиком чаю та футбольною командою, імпліковано інформацію про те, що перший залишається в *Cup*, в значенні чашка, але не у значенні футбольний кубок. З іншого боку, у прикладі: *What happens when a Spaniard player loses their eyesight? A: They become a referee [5],* міститься інформація про те, що, як правило, суддя не бачить очевидних помилок під час футбольної гри.

Концептуальна картина світу є сукупністю знань людини про оточуюче середовище, стереотипне сприйняття представників інших етносів, їхніх реальних (уявних) якостей, відбивається у мовній картині світу, у номінативних засобах позначення іноземців: *spinach* – іспанець; *bean bandit, greaseball* – мексиканець [4: 7]. Для створення пейоративних етнонімів-прізвиськ в англійській мові використовуються різні моделі [4: 14]: *фізична ознака / перцептивний образ* – етнічне прізвисько: *Buritto head, Buritto-brain; Tacohead* [6]. Офіційний етнонім – етнічне прізвисько: загальноприйнятий скорочений зовнішній етнонім. *Can* для позначення

MexiCANS, Puerto RiCANS або соціоморфний етнофобізм *Spic*, тобто скорочення від *Spaniard*. Соціокультурна ознака – національна їжа: *pepper-belly* – мексиканець; *Chili, Pepperbelly*, натяк про те, що вони їдять багато перцю, гострої їжі; *Bean Bandit, Bean Burrito, Beanbag, Beaner* [6], такі номінації є образливими, свідчать про те, що боби є вагомою частиною харчування. Соціокультурна ознака – властива діяльність: *Cherry Picker, Tomato picker, Orange Picker*, у таких етнонімах спостерігаємо апеляцію до типових робіт іспанців, низькооплачуваних, до того ж, іспанці працювали у США (штат Каліфорнія), його прізвисько *Orange State*. Також варто згадати про етнофобізм *wetback* для позначення іспанців, які виконували важку роботу. У мовному матеріалі було виявлено переосмислене словосполучення для позначення іспанців: *Cheap Labor* [6], можливо, така номінація існує через низьку оплату праці. Для позначення іспанців використовують етнофобізм *Cheddar*, що означає, що вони отримували від уряду допомогу "*government cheese*" [6]. Можна зробити висновки: етнофобізми є ономастичними одиницями, які є принизливими позначеннями етнічних груп, вони містять національно-культурну інформацію. У перспективі дослідження функціонування етнонімів в англомовних метафорах.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Бартми́ньский Е. Языковой образ мира: очерки по этнолингвистике / Е. Бартми́ньский; [пер. с польск.]. – М. : Индрик, 2005. – 528 с.
2. Кацберт Т. Л. Національні стереотипи в англо-німецьких відносинах: лінгвокультурний аспект: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук 10.02.04 "Герман. мови" / Кацберт Т. Л.; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2008. – 21 с.
3. Святюк Ю. В. Етнічна ідентичність та національна толерантність в англійській мові / Ю. В. Святюк // Лінгвістичні дослідження. – 2015. – Вип. 39. – С. 182–187.
4. Святюк Ю. В. Семантика та функціонування етнономінацій у сучасній англійській мові : автореф. дис. на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук 10.02.04 "Герман. мови" / Ю. В. Святюк; Донецьк, 2005. – 24 с.

5. Jokes about Spain. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: [http:// fazemo. com/jokesabout\\_soccerteamworld\\_spain.php](http://fazemo.com/jokesabout_soccerteamworld_spain.php)).
6. The Racial Slur Database. – [Електронний ресурс] . – Режим доступу до ресурсу: – [http:// www.rsdb. org/race/ hispanics](http://www.rsdb.org/race/hispanics)).

**О. В. Омецинська**  
**м. Житомир**

### **ПРИНЦИПИ КІЛЬКІСНОГО ТА СТАТИСТИЧНОГО АНАЛІЗУ В ДОСЛІДЖЕННІ ПОРТРЕТНОГО ОПИСУ В ХУДОЖНІХ ТВОРАХ**

Портретний опис, як важлива складова характеристики персонажа художнього твору, досліджується в сучасних лінгвістичних розвідках у якісному та кількісному аспектах.

Під час аналізу останнього, приміром, вивчено найбільш та найменш продуктивні вербалізатори концепту «ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ» в творах В. С. Моема, як характерні ознаки ідіостилю автора [7].

Утім, вивчення особливостей ідіостилю, або концептуального стилю, пропонується проводити в порівняльному аспекті, зокрема порівнюючи концептуальні стилі англomовних політиків (терміни «ідіостиль», «ідіолект», «індивідуальний стиль автора», «авторський стиль», «концептуальний стиль» авторка розглядає як синонімічні) [5].

Такий підхід вважаємо більш прийнятним для цілей нашого дослідження, об'єктом якого є портретний опис англomовних художніх творів письменників реалістів початку ХХ ст., а предметом виступають прагматичні та стилістичні особливості портретного опису.

Розглядаючи портретний опис як складову художнього дискурсу, вважаємо, що його ментальне підґрунтя формує концепт «ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ», семантичний простір номінацій якого упорядкований лексико-семантичним полем із ядром (*зовнішній вигляд*) та периферію – мікрополями *поза, манера поведінки, міміка, обличчя, тіло, маска, костюм* [1: 9].

У той самий час, поділяємо думку, що «зміст усього тексту або його фрагмента не може бути зведений до об'єктивної характеристики об'єктів, агентів подій текстової дійсності, тому що один і той самий об'єкт (агент,

подія)» текстової дійсності, залежно від знань і намірів автора, може бути описаний не тільки за допомогою різноманітних мовних форм, але й у різному ракурсі авторського бачення світу» [2: 1]. Саме тому, вербалізація концепту ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ в художньому дискурсі відбувається, по-перше, відповідно до авторського задуму, втіленого в концепті тексту, по-друге, з урахуванням авторського світобачення та стилю, що визначають дискурсивну особистість письменника.

Специфіку дискурсивної особистості автора доцільно розглядати в порівнянні з іншими дискурсивними особистостями, що мають певні спільні риси. Такими рисами в нашому дослідженні виступають: (1) належність до однієї лінгвокультури та епохи; (2) спільне бачення світу – реалістична картина світу, втілена в художніх творах.

Виходячи з викладеного, прагматичні та стилістичні особливості портретних описів досліджених художніх творів піддано аналізу в кількісному аспекті.

Підготовчим кроком цього етапу стали *кількісні підрахунки*, метою яких було встановлення кількості одиниць певної групи (приміром, образних порівнянь), зафіксованих у всіх проаналізованих портретних описів та в портретних описах, наявних у творах кожного з авторів.

Наступним кроком стали *статистичні обчислення*. Для цього було використано формули, подані в праці Б. М. Головіна [3].

Перша формула виявилася необхідною для обчислення середньої зваженої частин – середнього показника вживання певної одиниці в усіх проаналізованих художніх творах. У Б. М. Головіна [3: 38] ця формула має такий вигляд:

$$\bar{p} = \frac{p_1 + p_2}{2}$$

Проте, автор пропонує її для рівних за обсягом виборок, тоді як наші вибірки є різними за обсягом. У такому випадку в наявних працях [6; 8; 9] пропонується використовувати в модифікованому вигляді, а саме в такому:

$$\bar{p} = \frac{n_1 p_1 + n_2 p_2 + \dots n_x p_x}{n_1 + n_2 + \dots n_x}$$

У цій формулі  $n$  використано на позначення обсягу однієї конкретної вибірки (групи, серії), а  $\bar{p}$  – частки реалізацій певної одиниці в межах цієї вибірки. У нашому випадку вибірка чи група – це усі портретні описи,

зафіксовані в творах одного автора, а одиниці – це, приміром, образні порівняння.

Отже, використання наведеної формули дає можливість встановити середній показник вживання певних одиниць у портретних описах англomовних письменників-реалістів початку ХХ ст.

Для того, щоб встановити, як кількісні показники вживання певних одиниць варіюються під впливом дискурсивної особистості письменника, необхідно було обчислити показник *квадратичного відхилення середніх часток*, для чого було застосовано подану в праці Б. М. Головіна формулу:

$$\varepsilon = \sqrt{\overline{pq} \left( \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}$$

У цій формулі  $\varepsilon$  – величина квадратичного відхилення середньої частки порівнювальних сукупностей,  $p$  та  $q$  – середні (для двох сукупностей) частки досліджуваних явищ і усіх решти;  $n_1$ ,  $n_2$  – розміри вибірок.

Виконано також проміжний етап: після обчислення середньої зваженої частки, спочатку вираховано показник  $\Delta$  – *дельта* (результат, що описує імовірнісний розподіл функції від асимптотично нормальної статистичної оцінки [4]), а після цього встановлено квадратичний показник відхилення середньої частки.

Це дозволило виявити, наскільки частка реалізацій певних одиниць у портретних описах, наявних у творах конкретного автора, відрізняється від середньої зваженої частки.

Таким чином, дані кількісного та статистичного аналізу дають можливість виявити загальні тенденції прагматичної та стилістичної організації портретного опису в творах англomовних письменників-реалістів ХХ ст. та з'ясувати, хто в авторів більшою мірою близький до цих загальних тенденцій і хто найбільш віддаляється від них.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Валюкевич Т. В. Концепт ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ в англійській мовній картині світу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / Т. В. Валюкевич. – Харків, 2015. – 20 с.

2. Гладько С. В. Емотивність художнього тексту: семантико-когнітивний аспект: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / С. В. Гладько. – Київ, 2000. – 19 с.
3. Головин Б. Н. Язык и статистика / Б. Н. Головин. – М. : Высшая школа, 1970. – 190 с.
4. Дельта-метод [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.m.wikipedia.org>.
5. Каліщук Д. М. Концептуальні стилі англомовних політиків (на матеріалі політичного дискурсу президентів Дж. Буша мол., Б. Обами): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / Д. М. Каліщук. – Запоріжжя, 2017. – 20 с.
6. Кобзева О. О. Стратегії та тактики судді в американському судовому дискурсі: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / О. О. Кобзева. – Харків, 2017. – 20 с.
7. Осіпчук Г. В. Концепт «ЗОВНІШНІСТЬ ЛЮДИНИ» в мовній картині світу Вільяма Сомерсета Моема [Електронний ресурс]. 2017. <http://dspace.udpu.org.ua:8080/jspui/bitstream/6789/7117/1/Conchept%20zovnichist%20ludunu%20v%20Moema.pdf>.
8. Рибаківа О. В. Гендерна специфіка втілення стратегії незгоди в усній англомовній неофіційній комунікації: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови» / О. В. Рибаківа. – Харків, 2016. – 20 с.
9. Феценко О. В. Інституційність дискурсу американського слідства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови» / О. В. Феценко. – Харків, 2017. – 20 с.

**А. П. Очковська**  
**м. Житомир**

## **СТАНОВЛЕННЯ АРГУМЕНТНОЇ СТРУКТУРИ РЕЙЗИНГОВОГО ДІЄСЛОВА В РАНЬООНОВОАНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ**

Специфіка рейзингової конструкції з суб'єктом залежить від лексико-граматичних особливостей рейзингового дієслова.

Протягом середньоанглійського та ранньоніованглійського періодів відбувається процес граматикалізації рейзингової конструкції з суб'єктом, у результаті якої рейзингові дієслова з повною аргументною структурою перетворюються на одноаргументні неперехідні дієслова, які не мають зовнішнього аргумента й не призначають тета-ролі.

Рейзингові дієслова є маркерами епістемічної модальності, тобто виражають ставлення мовця до змісту пропозиції. Такі дієслова є суб'єктивними, а також вказують на джерело (не)впевненості мовця, тому ми визначаємо їх як евіденційні.

Більшість лінгвістів [2, 3, 4] стверджують, що візуальне сприйняття є головним джерелом інформації й замінює інші типи сприйняття, тобто бачити означає вірити. Вираження інформації в такий спосіб визначається як метафоризація (*mind-as-body*) [5]. Зміна семантики власне рейзингових дієслів пов'язана з цим процесом, оскільки спостерігаємо перехід від базового конкретного значення до більш абстрактного. Розширення когнітивного домену відображається у вираженні сприйняття не лише фізичних об'єктів, а також подій і пропозицій.

Важливим етапом у процесі суб'єктизації рейзингового дієслова є вилучення мовця зі структури речення, який з погляду останнього є зайвим, бо лише мовець, який сприймає пропозицію і вірить власному сприйняттю, виражає власні думки щодо цієї пропозиції.

Під час суб'єктизації рейзингових дієслів відбувається семантичне знебарвлення (*semantic bleaching*) значення дієслова, під час якого агенс і причина поєднуються на рівні семантичної структури в процесі деакузативації. Лексична єдність одночасно на всіх рівнях надає інформацію про предикат. Якщо аргумент зникає на рівні аргументної структури, то на рівні синтаксичної структури він функціонує як ад'юнкт. У процесі семантичного знебарвлення аргумент зникає на рівні семантичної структури, що зумовлює зміну значення предиката [1]. Однак досі виконується умова наявності суб'єкта в структурі речення, тому іменник, який не є тематично непов'язаним з предикатом, починає функціонувати як суб'єкт, такий предикат ми називаємо рейзинговим.

Прослідкуємо зміну структури аргументів починаючи з давньоанглійського до ранньоніованглійського періоду. У давньоанглійській мові використовується дієслово *þynsan* у значенні *seem*



Хоч воно семантично схоже із сучасним еквівалентом, проте має різну структуру аргументів.

Наприклад, у давньоанглійській мові дієслово *þynsan*<sub>1</sub> має двоаргументну структуру *arg1*[-o] та *arg4*[-o], тобто суб'єкт та комплемент або *þynsan*<sub>2</sub> – *arg1* [-r] та *arg3*[+o], суб'єкт і об'єкт відповідно (див. рис. 1). Відмінність між ними полягає у виборі тета-ролей Експірієнсера і пропозиції аргументних слотів (*argument slot* (*arg<sub>n</sub>*)).

Суб'єкт у давальному відмінку (*NP<sub>dat</sub> + verb + [that ...]*)

	Експірієнсер	Пропозиція
<b>þynsan<sub>1</sub></b>	<i>arg1</i>	<i>arg4</i>
	[-o]	[-o]
	суб'єкт	that-комплемента

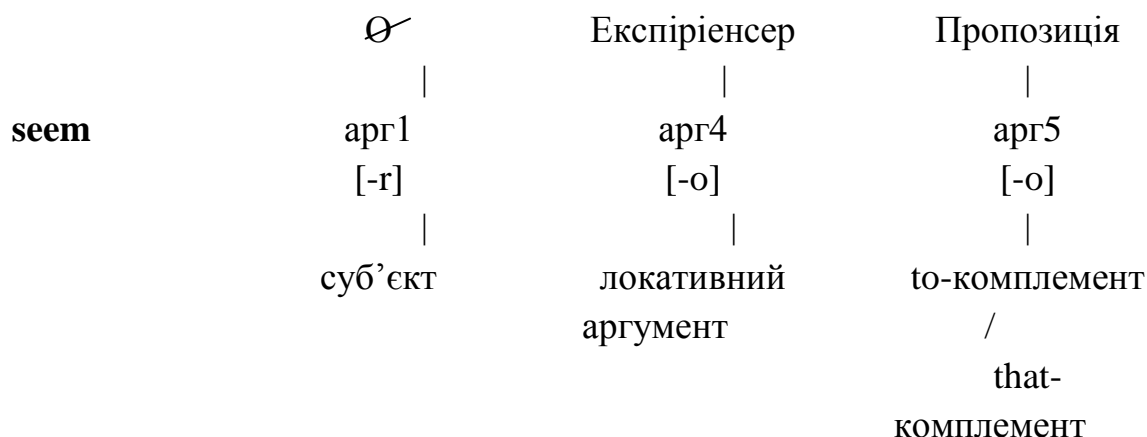
Об'єкт у давальному відмінку (*it + verb + NP<sub>dat</sub> + [that ...]*)

	Пропозиція	Експірієнсер
<b>þynsan<sub>2</sub></b>	<i>arg1</i>	<i>arg3</i>
	[-r]	[+o]
	суб'єкт	об'єкт

Рис. 1. Структура аргументів давньоанглійського дієслова *þynsan*

Давньоанглійські дієслова не належать до класу рейзингових, тому що вживаються з формальним суб'єктом *it* і Експірієнсером у давальному відмінку в складі пропозиційної клаузи.

Протягом середньоанглійського періоду семантичним еквівалентом *þynsan* є *seem*. Наприкінці цього періоду дієслово *seem* використовується в складі рейзингової та *it* + *subclause* конструкціях. Упродовж ранньомовноанглійського періоду рейзингові дієслова використовуються з суб'єктом (SUBJ), якому не призначають тета-ролі, та аргументом, який виконує роль пропозиції й виражається за допомогою COMP (that-комплемента) або XCOMP (інфінітивного комплемента). Структура аргументів окремих дієслів може відрізнятися від загальної, наприклад, дієслово *seem* має додатковий аргумент *arg4*[-o] (див. рис. 2).



*Рис. 2. Структура аргументів ранньоніовоанглійського рейзингового дієслова *seem**

Отже, основним семантичним і синтаксичним ядром рейзингової конструкції з суб'єктом є рейзингове дієслово. Поява рейзингових дієслів в історії англійської мови пов'язана з процесом граматикалізації, а власне суб'єктивації, під час якої спостерігаємо перехід від конкретного лексичного значення дієслова до абстрактного. Рейзингові дієслова в процесі суб'єктивації набувають значення евіденційності. Процес зміни лексичного значення досліджуваних дієслів демонструє його вплив на синтаксичні характеристики дієслова, що призводить до зміни аргументної структури останнього і, як результат, до появи рейзингової конструкції з суб'єктом. На відміну від попередніх періодів, ранньоніовоанглійські рейзингові дієслова вживаються з суб'єктом, якому не призначають тета-ролі, та аргументом, котрий функціонує як пропозиція.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Barron J. LFG and the history of raising verbs / J. Barron // Proceedings of the LFG97 Conference University of California, San Diego. – CSLI Publications, 1997. – P. 1–13.
2. Frawley W. Linguistic Semantics / W. Frawley. – Hillsday, NJ : Lawrence Erlbaum, 1992. – 544 p.
3. George A. Miller, Philip N. Johnson-Laird Language and Perception / A. Miller George, N. Johnson-Laird Philip. – Cambridge : Cambridge University Press, 1976.

4. Givon T. Evidentiality and epistemic space / Givon T. // Studies in language. – Amsterdam, 1982. – Vol. 4. – №1. – P. 29–50.
5. Sweetser E. From Etymology to Pragmatics / E. Sweetser. – Cambridge : Cambridge University Press, 1990.

**Л. П. Поліщук, Г. О. Лукиша  
м. Житомир**

### **АКТУАЛІЗАЦІЯ ВЕРБАЛЬНОЇ АГРЕСІЇ В АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ**

Реалізація вербальної агресії набуває все більшої значущості в соціальній взаємодії. Явище вербальної агресії вивчається досить недиференційовано, про що свідчить поява великої кількості суміжних термінів на кшталт "мовна, мовленнєва, вербальна, словесна агресія", "мовне насильство", "інвективна агресія", "лайка" [1:55]. Недостатньо вивченими є причини виникнення агресії, форми її вираження в соціальній взаємодії, механізми та наслідки її впливу. Більшість дослідників підкреслюють, що явище вербальної агресії тісно пов'язане з поняттями маніпулювання, мовленнєвого тиску, директивності тощо.

К. Ф. Сєдов [2] виокремлює десять бінарних опозицій, що визначають реалізацію мовленнєвої агресії: вербальна / невербальна, пряма / непряма, інструментальна / неінструментальна, ініціативна / реактивна, активна / пасивна, безпосередня / опосередкована, спонтанна / підготовлена, емоційна / раціональна, сильна / слабка, ворожа / неворожа.

Основною жанровою одиницею, що визначає та маркує деструктивну комунікативну взаємодію є інвектива, яка яскраво характеризує діяльнісний, інструментальний аспект спілкування. Інвективна функція мови є, у свою чергу, актуалізацією експресивної функції, яка відображає регулятивний характер вербальної взаємодії суб'єктів дискурсу.

Інвективність є властивістю мовної одиниці, що здатна реалізовувати свій інвективний потенціал у трьох напрямках: 1) торкатися заборонених у суспільстві тем, оскільки значення такої одиниці пов'язане з поняттями, на які накладається соціальне табу (секс, деякі фізіологічні функції організму, розмір заробітку тощо); 2) ображати "слух" під час публічного вживання

таких одиниць через непристойний план вираження, хоча зміст може співвідноситися зі звичайними, незабороненими поняттями та речами (реалізація експресивної функції, наприклад, інтенсифікаторами); 3) ображати особистість шляхом пониження її соціальної оцінки та цілеспрямованого нанесення психологічної шкоди (власне інвективи та дискримінативи). Перший і другий шляхи реалізації інвективних мовних одиниць пов'язані з поняттями неподобності та непристойності відповідно й актуалізують інвективність у вигляді образливості, яка не адресована конкретній особі. Останній вид використання мовних інвектив має тактико-стратегічну діяльність, спрямовану на навмисне пониження соціального статусу конкретної особи (або осіб) з метою отримання перлокутивного ефекту образи. Відповідно, реалізація інвективності таких одиниць в дискурсі пов'язується з поняттям ображеності.

Агресія є багатостороннім і багатофункціональним явищем, невід'ємною динамічною характеристикою активності та адаптивності суб'єктів дискурсу. Мовленнєва агресія є цілеспрямованою інтенціональною дією, яка актуалізується у вигляді вербальних засобів, що суперечать інституційним і ситуативним нормам спілкування, з метою нанесення шкоди комунікативній позиції та самооцінці реципієнта [2]. Метою мовленнєвої агресії є підкорення реципієнта, тиск на нього, стабілізація або корекція певної ситуації на користь агресора, демонстрація його переваги [2].

Політичний дискурс розгортається для досягнення, збереження та здійснення політичної влади. Основним призначенням політичного дискурсу є поле реалізації потреби висловлення власного бачення дійсності та переконання опонентів та цільової аудиторії у правильності такого бачення.

Сутність реалізації вербальної агресії, в широкому розумінні, полягає в націленості на знищення опонента, зниженні його політичного статусу [3]. Отже, для реалізації плану негативного впливу на об'єкт політичної комунікації, адресант обирає певні мовні знаряддя, які дозволяють найвдалішим способом досягти бажаного результату, а саме перемогти й принизити опонента в очах потенційного електорату. Такими мовними знаками, які забезпечують дієвість боротьби з політичними опонентами, є інвективи. В основі комунікації інвективного спрямування лежить прагнення понизити соціальний статус адресата або рівень його

самооцінки, нанести моральну шкоду. Також через образу, як результат використання інвективи, відбувається маніпуляція поведінкою адресата. Прикладом реалізації вербальної агресії в політичному дискурсі може слугувати наступний фрагмент: *So this is the big question for that election. On the things that matter in your life, who do you really trust? When it comes to your job do you trust **Labour** – **who wrecked our economy** – or the Conservatives, who have made this one of the fastest-growing economies in the West? When it comes to Britain's future, who do you trust? Labour – **the party of something-for-nothing**, and **human wrongs** under the banner of human rights or the Conservatives – who believe in something for something, and reward for hard work?*

Публічний референт, політик зокрема, в умовах сучасності характеризується впевненістю в своїх можливостях, рішучістю, агресивністю, та жагою до панування. Тому, незважаючи на загальноприйняті мовні та стильові стандарти та норми щодо формальних сфер комунікації, відповідно до вищезазначеного спостерігаємо стихійне функціонування ненормативних одиниць саме в таких нетрадиційних сферах як публіцистичний та політичний дискурси.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Белоус Н. А. Структура конфликтного дискурса / Н. А. Белоус. – Ульяновск, 2007. – 214 с.; Воронцова Т. А. Речевая агрессия: коммуникативно-дискурсивный подход : автореф. дисс. на соискание уч. степени д-ра филол. наук : спец. 10.02.19. “Теория языка”/ Татьяна Александровна Воронцова. – Челябинск, 2006. – 43 с.; Жельвис В. И. Инвективная агрессия в ряду эмотивных средств / В. И. Жельвис // Социальная психолингвистика [хрестоматия]. – М.: Лабиринт, 2007. – С. 278–322.
2. Седов К. Ф. О манипуляции и актуализации в речевом воздействии К. Ф. Седов // Проблемы речевой коммуникации: Межвуз. сб. науч. тр. / Под ред. М. А. Кормилицыной. Саратов: Изд-во Сарат. гос. ун-та, 2003. – Вып. 2. – С. 20–27; 22–27.
3. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. – М.: ИТДГК "Гнозис", 2004. – 326 с.: 121.

**С. К. Топачевський, Л. В. Дорошенко**  
**м. Житомир**

## **РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ КОНЦЕПТУ «CHIDHOOD – ДИТИНСТВО» В АНГЛОМОВНІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ**

Мова у всі часи була найкращою ідентифікуючою характеристикою етносу. Лінгвокультурологія на сьогоднішній день є одним із наймолодших розділів етнолінгвістики. Термін «концепт» у мовознавстві нерозривно пов'язаний із категоризацією та концептуалізацією [2, с. 44-50]. Концептуалізація становить собою добір когнітивних, а також і категоріальних ознак будь-якого явища світу, реального чи нереального, які дають змогу людині утримувати в свідомості будь-яке визначене поняття і відокремлювати його від інших феноменів, а також поповнювати ці знання новими [2, с. 68-75]. Концепт поєднує в загальній формі усю різноманітність значень слова чи поняття, виражає їх суть. Концепт являється основною структурною одиницею культури, а саме етнокультури та відображає те, як кожна нація сприймає світ об'єктів та понять, що реалізуються у мові. Концепт може трактуватися як окреме значення, або ж як ціла концептуальна структура, котра включає в себе декілька інших концептів [2, с. 82-84].

Перехід концепту із ментальної сфери в предметну позначається цілим рядом термінів: вербалізація, репрезентація, опредмечування тощо. Концепти входять до складу когнітивних структур, що лежать в основі компетенцій людини, у тому числі і мовної компетенції. У сучасних дослідженнях в когнітивістиці досить багато вітчизняних та закордонних вчених надають великого значення терміну «концепт» [2, с. 20-30]. Варто звернути увагу на те, що сьогодні немає єдиного підходу до трактування концепту, хоча цим терміном оперують представники різних наукових напрямів.

Лінгвокультурний концепт завжди знаходиться у свідомості окремого індивіда, або ж цілого колективу. Він представлений у свідомості мовця як багатогранна сітка значень, котрі реалізуються за допомогою лексичних, фразеологічних, пареміологічних одиниць, а також в текстах, етикетних

формулах, тактиках мовної поведінки, що містять в собі відображення фрагментів соціального життя [2, с. 70-75].

**Мета дослідження** полягає у комплексному описанні концепту «childhood» як лінгвокультурного явища, актуального для англійської національної свідомості, шляхом виявлення та систематизації способів його реалізації в мовній картині світу англійців.

У нашій роботі ми акцентуємо увагу на місце концепту ДИТИНСТВО в лінгвокультурному аспекті. Дитинство – цей один із найвагоміших періодів життя та становлення людини. Знання про цей період реалізуються через концепт ДИТИНСТВО. Для англійської лінгвокультури характерні переважно описові твердження під час тлумачення даного концепту на противагу оціночним визначенням.

Концепти, що існують в певній концептосфері, можуть бути класифіковані за спільними тематичними ознаками. Саму таку тематичну групу називають концептополем [2, с. 59-65]. Аналізуючи концепт ДИТИНСТВО, ми прийшли до висновку, що у ядрі даного концептополя буде розташовуватись власне концепт “childhood”, “boyhood” та “girlhood”. У ближній периферії знаходяться концепти, які називають особистість на певному етапі свого розвитку, тобто у дитинстві. Серед них ми визначили наступні: “child”, “baby”, “infant”, “kid”, “toddler”, “newbrn”, “minor” “boy”, “girl”, “sun”, “daughter”. До дальньої периферії відносимо концепти, що описують особистість на цьому етапі. До них належать: “little”, “small”, “naughty” та “young”.

Етнокультурні особливості представлення концепту в культурному просторі нації зумовлені особливостями менталітету того народу, у концептосфері якого вони реалізуються. На сучасному етапі розвитку англійської мови концепт ДИТИНСТВО представлений в основному номінативними словами, які позначають особистість на певному періоді розвитку, а саме дитинства, та словами, які описують особистість дитини, або ж навіть її фізичні характеристики. Серед проаналізованих нами вербальних репрезентацій концепту ДИТИНСВО переважають слова із позитивною конотацією. Серед елементів концептуального поля ДИТИНСТВО майже не зустрічається грубих слів, які б у різкій формі виражали негативне ставлення до дитини. Такі слова існують, проте їх вживання не є поширеним.

Виходячи з цього, можна стверджувати, що англійська етнокультура містить в собі переважно концепти, що позитивно характеризують дитину та дитинство, що іще раз підкреслює те, що власне розуміння концепту ДИТИНСТВО змінилося впродовж останніх трьох століть та набуло нової, позитивної конотації. Це підтверджується тим, що впродовж доби Середньовіччя та Відродження на дітей не звертали уваги як на окрему категорію суспільства. Таке дослідження проводить у своїй книзі Лоуренс Стоун, де вказується, що діти та дорослі поєднувалися в одну соціальну категорію, не зважаючи на вікові особливості. Паралельно з тим, як покращувалося ставлення суспільства та батьків до своїх дітей, розвинулися і мовні засоби на позначення такого ставлення. Усі елементи досліджуваного концептуального поля взаємопов'язані між собою та співвідносяться із культурою та позамовною дійсністю.

Під час лексикографічного аналізу ми опрацювали та порівняли визначення самого концепту ДИТИНСТВО, а також його складових, що складають ближню периферію, подані у тлумачних словниках англійської мови [3; 4; 5; 6; 7].

Визначення власне концепту CHILDHOOD, яке являє собою ядро усього концептуального поля, усі словники подають по-різному, проте є низка спільних елементів. Аналізуючи визначення, ми прослідкували, що усі вони пояснюють концепт ДИТИНСТВО за допомогою однієї з його складових – “child”. Тобто, дитинство – це пора, коли особа є ще дитиною [3; 4; 5; 6; 7]. Спільним є також для трьох визначень вживання іменника “time” для пояснення, що дитинство – це певний проміжок часу. Інколи для позначення цього проміжку часу вживається іменник “period”.

Щодо складових концептуального поля досліджуваного концепту, які становлять ближчу периферію, ми проаналізували наступні: “child”, “boy”, “girl”, “son”, “daughter”, “baby”, “toddler”, “kid”. Визначення, які пропонуються стосовно іменника “child”, мають різні основні елементи, що використовуються для пояснення аналізованої мовної одиниці. Маємо три різні основні елементи: “someone”, “person” та “boy or a girl”. Для двох інших визначень цей елемент є спільним та виражається іменником “human”. Деякі словники подають ще й визначення «дитини» у непрямому сенсі. Тут мається на увазі, що особистість може вважатися дитиною не лише власних батьків, але й певного часу, епохи.



Що ж стосується елементу “boy”, то чотири із п’яти запропонованих визначення знову ж таки використовується один із елементів самого концептуального поля – “child”, що підкреслює той факт, що “boy” – це не доросла людина, а дитина чоловічої статі.

Ще одним структурним елементом концептополя ДИТИНСВТО є іменник “girl”. Всі і визначення мають спільний елемент “female”, який підкреслює приналежність описуваної ним особистості до жіночої статі.

Наступною складовою ближньої периферії концепту CHILDHOOD є слово “son”. Усі поаналізовані визначення містять однакові елементи “child” та “male”, які є основними для пояснення того, що син – це дитина чоловічої статі. Схожу репрезентацію маємо і у випадку із “daughter”. У кожному визначенні присутні слова, які є вказівками на стать (“male”) та приналежність до певної вікової групи (“child”).

Не менш важливим елементом у структурі концептополя CHILDHOOD є іменник “baby”. Спільними елементами для усіх визначень є прикметник “young”, котрий визначає ранній вік особи. Усі подані тлумачення містять також уточнення про те, що “baby” – це саме та дитина, котра ще не вміє ні ходити, ні розмовляти. Спільним елементом є також і іменник “child”, який знову ж таки підкреслює стадію життєвого розвитку особистості.

Цікавою є також репрезентація концепту CHILDHOOD за допомогою іменника “toddler”. У більшості випадків наголошується на тому, що “toddler” застосовується по відношенню до дитини, яка вчиться ходити. У цей же час Oxford Advanced Learner's Dictionary говорить, що “toddler” – це дитина, яка недавно навчилася говорити та ходити. Різниця полягає в завершеності процесу навчання ходьбі та говорінню. Спільним елементом для всіх визначень є іменник “child”, котрий знову змушує нас звернути увагу на певний етап розвитку особистості, а саме на дитинство.

Останнім серед проаналізованих за лексикографічним принципом структурним елементом концептополя CHILDHOOD є іменник “kid”. Усі словники зазначають, що дане слово використовується в розмовній мові, а не в літературній і означає “a child”.

На основі усіх визначень, можна зробити висновок, що усі розглянуті концепти, що є складовими концептополя CHILDHOOD, є взаємопов’язані між собою певними когнітивними зв’язками. Саме це дає можливість тлумачити одне поняття через інше і підтверджується тим фактом, що всі

визначенні мали між собою спільні ознаки. Однак, найпоширенішим спільним елементом є іменник “child”, адже за допомогою нього можливо інтерпретувати будь-який інший і суть поняття буде точною та зрозумілою. Це дає підстави стверджувати, що поняття “child” є найважливішою складовою досліджуваного концептополя. Трохи менш значущими є іменники “boy” та “girl”, проте й вони присутні в багатьох визначеннях та допомагають при їх трактуванні.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Косичева М. А. Концепт "CHLD" та засоби його реалізації в англійській лінгвокультурі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філ. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / Косичева М. А. – Самара, 2013. – 23 с.
2. Маслова В. А. Когнітивна лінгвістика / В. А. Маслова. – Мінськ: ТетраСистемс, 2008. – 272 с.
3. Longman Dictionary of Contemporary English [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ldoceonline.com/>.
4. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.macmillandictionary.com/>.
5. Oxford Advanced Learner's Dictionary [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>.
6. Cambridge Advanced Learner's Dictionary [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/>.
7. Collins Cobuild Advanced Learner's English Dictionary [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english>.

**О. В. Умінська**  
**м. Житомир**

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ ТЕХНІЧНОЇ СПЕЦІАЛЬНОСТІ**

Упродовж багатьох років методисти, викладачі намагаються у процесі навчання сформувати всебічно розвинену особистість, яка б зуміла застосовувати набуті знання у конкретних життєвих ситуаціях. Традиційно в системі освіти визначалися такі пріоритети : здобуття знань, формування вмінь та навичок, які повинен мати кожен вихованець. Та мати «певний обсяг знань і вмінь» сьогодні недостатньо, потрібно бути готовим діяти : застосовувати наявні знання й уміння і продукувати нові в умовах невизначеності, необхідна віра в себе, здатність працювати в команді, готовність брати на себе відповідальність, керувати своїм навчанням і розвитком [2].

Формування професійного спілкування майбутніх механіків є одним з основних завдань не тільки викладачів – мовників, а й інших викладачів технічних спеціальностей . Саме тому проблема постійного пошуку нових цікавих способів залучення студентів до професійної (зокрема, технічної) термінології є постійно актуальною.

Студенти в першу чергу повинні володіти навичками та знаннями з державної мови, що є своєрідним перехідним етапом між шкільним курсом української мови і навичок та лінгвістичною складовою професійної діяльності майбутнього фахівця.

Необхідно постійно знайомити студентів з нормами сучасної української мови у спілкуванні; підвищувати загальну та мовну культуру майбутніх фахівців; виробляти навички оформлення сучасних ділових паперів; висвітлювати основоположні поняття і категорії риторики; допомагати засвоїти правила перекладів тексту професійного спрямування; навчати вільно володіти лексичними багатствами української мови; виховувати культуру мовлення студентів як носіїв української мови.

Ніхто не заперечуватиме , що мова тісно пов'язана з виробництвом, його галузями та процесами, із соціальними відносинами. За допомогою мови здобуваються знання. У наш час мова активно збагачується новими

поняттями, термінами, професійними словами. Тому основними критеріями майбутніх спеціалістів з організації перевезень та управління на автотранспорті є не лише досконале знання свого фаху, а й високий рівень опанування професійною термінологією, що сприяє швидшому засвоєнню спеціальних дисциплін, допомагає орієнтуватись у професійній діяльності та ділових стосунках.

Досконале, ґрунтовне володіння українською літературною мовою в повсякденно-діловій діяльності є обов'язком кожного фахівця будь – якої спеціальності.

При дослідженні проблеми функціонування української мови у ВНЗ не тільки технічних, а й інших спеціальностей, виявилось, що студентська молодь спілкується переважно російською мовою. Використовуючи українську в окремих ситуаціях спілкування, мовці припускаються низки мовленнєвих огріхів і помилок. Щодо орфоепічних норм – це "акання", пом'якшення [р]; явища семантичної інтерференції спостерігаються під час використання слів у невласливому для них в українській мові значенні: «німа» (в значенні «немає»), «общага» (в значенні «гуртожиток»), що зумовлено міжмовною омонімією.

Протягом багатьох століть українська наукова термінологія та фразеологія також ставали копією російської. Як відповідь на русифікацію виникає пуризм – запозичені слова, спільні для російської та української мов, які можна замінити на питоми українські, наприклад: *в діаметрі – поперечно, конус – стіжок, атом – неділка, масштаб – мірило, гіпотенуза – протипряма, піраміда – гостриця, фільтр – цідило, контур – обрис, маятник – хитун, басейн – водозбір й ін.*

У професійному мовленні також не варто зловживати іншомовними термінами, хоча й недоцільно вилучати з активного мовного обігу міжнародні терміни, вживані у більшості розвинених мов світу.

Нині ми є свідками бездумного і масового вживання іншомовних (переважно англійських) термінів навіть у тих випадках, коли для них зовсім неважко знайти прості й точні вітчизняні відповідники. Наприклад, чим кращий французький термін транш (*кредиту*), ніж прості слова частка або черга (чи міцно вкорінене іншомовне слово *порція*)? Те ж можна сказати й про слово імплементація, яке чомусь увели, коли знадобилось упроваджувати (*втілювати*) результати всенародного обговорення (*референдуму*).

Формування високої культури мовлення є невід'ємною ознакою загальнолюдської культури. Для спеціаліста технічного профілю культура усного й писемного мовлення є не лише відображенням його вихованості, інтелігентності, чистоти помислів і вчинків, але й визначає в цілому культуру його праці й, що особливо важливо, культуру взаємин у щоденному спілкуванні в найрізноманітніших сферах мовленнєвої діяльності: від приватного спілкування – до спілкування на державному рівні.

Досконало вивчаючи українську мову, можна оволодіти культурою усного та писемного ділового мовлення, укласти різні види документів, готувати публічний виступ, працювати з усіма різновидами текстів, отримати навички з ведення дискусії, диспуту, бесіди, опанувати українську мову на граматичному й лексичному рівні.

Для вільного володіння усною та письмовою формами професійного спілкування студенти-механіки повинні мати чималий активний лексичний запас фахової термінології, адже мовленнєва специфіка наукового стилю визначається насамперед великою кількістю термінів, які активно обслуговують сферу професійно-виробничої діяльності.

Ефективне формування професійного мовлення студентів вищого технічного навчального закладу великою мірою залежить від особистості викладача. Він покликаний забезпечити високий науково-методичний рівень викладання курсу, налагодити навчальний процес так, щоб майбутні фахівці не тільки міцно засвоїли програмовий матеріал, а й досягнули красу рідного слова.

Фундаментальна підготовка майбутнього спеціаліста може досягатися лише за умови широкої гуманітаризації економічної освіти. Саме тому сучасний етап розвитку освіти характеризується прагненням виявити теоретичні основи її гуманітаризації, системно й органічно вписати формування мовної культурної компетентності у процес професійного становлення особистості майбутнього спеціаліста [1].

Таким чином, запропонована система методів і завдань сприятиме формуванню професійного мовлення студентів на граматичному, лексичному, стилістичному рівнях; закріпленню набутих знань, виробленню найважливіших умінь, що складають основу мовленнєвої компетенції майбутнього фахівця.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Барановська Л. В. Навчання студентів професійного спілкування // Барановська Л. В. – Монографія. – Біла Церква, 2002. – 256с.
2. Державна національна програма "Освіта. Україна ХХІ століття". – К : Райдуга, 1994. – 27 с.
3. Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання. – К. : Ленвіт, 2003. – 273с.
4. Фоменко Н. А. Педагогіка вищої школи. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Н.А. Фоменко. – К.: Видавничий дім «Слово», 2005 – 216 с.

**Л. М. Чумак**  
**м. Житомир**

## **ТАКТИКА ПОЗИЦІЙНОГО РОЗМІЩЕННЯ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ)**

Лексична інновація, під якою ми розуміємо нове слово чи словосполучення, запозичення чи відтінок слова, яке з'явилося впродовж останнього часу та вважається носіями мови новим, характеризується інформаційно-сильною позицією у висловленні та сигналізує про найбільш важливий аспект медійного повідомлення. У лінгвістичній літературі виокремлюють дві позиційні моделі розміщення лексичних інновацій: анафоричну та катафоричну [2: 171].

Тактика позиційного розміщення інновації, що реалізує ініціальну – катафоричну позицію одиниці у медійному повідомленні, базується на комунікативно-прагматичній процедурі деталізації інформації та передбачає поступове пояснення феномена, позначуваного інновацією, після її введення в контекст. В основі декодування інформації при катафоричному розміщенні лексичної інновації знаходиться принцип релевантності знань: інформація, що вводиться новим словом, повинна інтегруватися з попередньою інформацією (знаннями) автора та читача [1: 33].

Так, конструювання стереотипної ситуації використання шотландських образів та реквізиту у різних сферах життя представників даного етносу відображує лексична інновація *tartanism* у наступному прикладі: *Prof. McKay explains that “tartanism” was a romanticized view of Scotland – all about bagpipes, tartan and highland dancing, but it ignored the politics. “Angus L.,” as the premier was known, used this strategy to brand his province to promote tourism.* (The Globe and Mail (Canada), September 17, 2014).

Образ романтизованої Шотландії репрезентується лексичною інновацією *tartanism* як певна рекламна акція задля збільшення числа туристів. У катафоричній функції цей лексичний новотвір привертає увагу читача до певного образу, а подальша деталізація викладу інформації доповнює цей образ (*a romanticized view of Scotland, bagpipes, tartan, highland dancing*). При цьому акцент робиться на тому, що лексична інновація не містить жодного політичного відтінку (*it ignored the politics*).

Катафоричне розміщення лексичної інновації за способом викладу інформації нагадує словникову дефініцію. Таку особливість виявляють нові термінологічні одиниці. Введення лексичної інновації у вигляді катафори супроводжується логічним визначенням певного поняття та встановляям його змісту та відмінних ознак як у наступному прикладі з інновацією *rawist*: *A rawist is a person who consumes primarily raw food, (or all raw food in some cases).* (Food Blogga, August 12, 2008).

Тактика позиційного розміщення нового слова, окрім ініціальної, реалізує також і кінцеву – анафоричну презентацію інновації. Анафоричне введення лексичної інновації виступає у медійному повідомленні як підсумок усього попередньо сказаного. Подане таким чином інформація дозволяє зосередити увагу читача на претексті, а зазначена тактика має на меті введення опису, тлумачення та коментар феномена з його подальшою номінацією.

Так, лексична одиниця *singlism* та її тлумачення повідомляють про спосіб життя людей-одинаків, кількість яких у сучасному світі невпинно зростає: *The growing numbers of individuals marrying later or not marrying at all, combined with high divorce rates, have resulted in a growing number of adults who will live a considerable portion of their adult lives as singles. Despite this trend, recent empirical investigations suggest that singles face a*

*particular form of stigma and discrimination, termed “Singlism”*. (SAGE Insight, June 22, 2011).

У наведеному прикладі анафоричне розміщення лексеми *singlism* сприяє ієрархічному розгортанню інформації про нові реалії сучасного соціально-культурного життя суспільства (*individuals marrying later or not marrying at all, combined with high divorce rates; adults who will live a considerable portion of their adult lives as singles*), які полягають у неготовності частини суспільства приймати людину такою, якою вона є з позиції її несімейного положення. На поширеність такого соціального явища вказує фраза *the growing number*, що двічі вживається автором у аналізованому уривку. Наслідком такої «неготовності» є реакція суспільства у сучасному світі, що і зазначає автор перед введенням лексичної інновації *singlism* (*a particular form of stigma and discrimination*).

Анафорична організація позиційного розміщення нових слів у англомовному медійному дискурсі є типовою для аббревіаційних інновацій, що супроводжуються їх дублюванням у вигляді повної форми компонентів аббревіатури, про що свідчить наступне медійне повідомлення: *These are the men and women of the year-old Terrorist Threat Integration Center (TTIC). ... Each day, officials at TTIC (pronounced tee-tic) examine 5,000 to 6,000 pieces of intelligence ...* (Time, March 29, 2004, p. 33); *A key element in the effort to smash the silos separating federal agencies is the National Counterterrorism Center (NCTC), formerly the Terrorist Threat Integration Center (TTIC). The center serves as a real-time clearing house for the receipt, analysis, and dissemination – as appropriate – of intelligence gathered by all of the agencies in the intelligence community* (Security Management, September 1, 2007).

Аббревіаційні інновації *TTIC* та *NCTC*, подані паралельно з їхніми відповідними повними формами, виступають в якості стимулу, що активізує увагу читача у медійному дискурсі до роботи центру протидії терористичним загрозам (*Terrorist Threat Integration Center (TTIC)*), який з'явився у січні 2003 року в рамках роботи ФБР, і який було перейменовано у тому ж році на Національний центр по боротьбі з тероризмом (*National Counterterrorism Center (NCTC)*). Опис роботи центрів подається одиницями, що позначають мету їхнього створення – контроль та аналіз інформації про погрози, отриману іншими закладами (*the receipt, analysis, and dissemination – as appropriate – of intelligence gathered by all of the agencies in the intelligence community*).



Отже, аналіз сучасного англomовного медійного дискурсу свідчить про те, що як анафорична позиція розміщення нового слова, коли пояснення лексичної інновації передуює її появі в тексті та спрямоване на підготовку читача до сприйняття нової інформації, так і катафорична позиція, що є аналогією до словникової дефініції та надає роз'яснення лексичної інновації після її презентації у тексті, використовуються з метою привернення та активізації уваги читача. Подальші перспективи дослідження полягають у визначенні ролі лексичних інновацій у реалізації стратегії привернення уваги.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

1. Заботкина В. И. Семантика и прагматика нового слова (на материале английского языка): Автореф. дис ... докт. филол. наук: 10.02.04. – М., 1991. – 37 с.
2. Заботкина В. И. Слово и смысл. – М.: РГГУ, 2012. – 428 с.

**А. В. Шугаєв**  
**м. Житомир**

### **ДИСКУРСИВНІ МАРКЕРИ У СВІТЛІ СУЧАСНИХ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

Дискурсивні маркери є не новим об'єктом дослідження у лінгвістиці. Проте інтерес до їх вивчення постійно зростає. На сучасному етапі розвитку мовознавчої науки не існує єдиної уніфікованої назви вживаної до цих мовних одиниць. У новітніх джерелах зустрічаються їх наступні номінації: конективи; прагматичні вирази; власне терміни дискурсивні маркери; дискурсивні частинки; прагматичні маркери; металінгвістичні оператори; дискурсивні слова; дискурсивні оператори; пунктори; дискурсивні модальні частинки; макроорганізатори; метакомунікативні сигнали; метатекстові елементи. Вважаємо за доцільне використовувати термін "дискурсивний маркер". Це пояснюється тим, що зазначені функціональні одиниці мови маркують зміну ментального стану реципієнтів, а також їх реакцію відносно екстралінгвістичної ситуації.

Теорія дискурсу визначає дискурсивні маркери як секвенційно залежні частинки, які обрамлюють одиниці мовлення і несуть важливе функціональне навантаження, регулюючи дискурсивний процес між адресантом і адресатом. Вони функціонують як регулятори інформаційного потоку і регулятори відношень мовців. Під дискурсивними маркерами розуміють інкорпорування у висловлювання формально-граматично не пов'язаних з ним і його членами слів, словосполучень і речень для вербалізації ставлення адресанта до повідомлюваного, співвіднесення представленої думки з попереднім чи наступним реченням.

Лінгвістична теорія розуміє дискурсивні маркери як слова чи фрази, які вимовляються з метою привернення уваги адресата до певного типу зв'язку в повідомленні з актуалізованим контекстом висловлювання. За допомогою дискурсивних слів адресант не тільки встановлює взаємозв'язок з попереднім контекстом, але й визначає характер відношень між відрізками дискурсу. У цьому реалізується прагматична функція дискурсивних маркерів, коли зображується ставлення адресанта до повідомлюваної інформації і процес взаємодії комунікантів.

Дискурсивні маркери – це одиниці, які вказують на міжособистісний аспект учасників інтеракції і сигналізують високу ступінь прагматичного контролю, маркуючи аспекти повідомлення, які хоче вербально виразити адресант. Дискурсивні маркери створюють логічні та прагматичні зв'язки між словами, частинами речення і між власне реченнями. Логічний зв'язок керує раціональною побудовою дискурсу, а прагматичний пов'язаний з розглядом і вивченням відношень суб'єктів, які сприймають і використовують яку-небудь знакову систему. Володіючи багатофункціональністю, дискурсивні маркери виявляють схильність до співвіднесення не з мовною структурою, а з мовним використанням. Саме тому, ці одиниці досліджують в певному контексті чи ситуації.

Низка лінгвістів називає дискурсивні маркери концептуально пустими одиницями. Незважаючи на відсутність у дискурсивних маркерів конкретного номінативного значення, вони володіють когнітивними особливостями і є носіями абстрактних концептуальних ознак. Когнітивний підхід тлумачить дискурсивні маркери як функціональний клас лексичних одиниць мови, які слугують когнітивними регуляторами дискурсу, здійснюючи вплив на його сприйняття та інтерпретацію

учасниками комунікативного акту, тобто несуть певне когнітивне навантаження у межах іллокуції.

Англомовному медіа-дискурсу притаманне вживання низки дискурсивних маркерів, що використовуються для організації та когнітивного навантаження дискурсу. Вони надають можливість номінативним одиницям речення реалізувати свій потенціал у формуванні позитивного іміджу міжнародної організації ООН.

Наукове видання

***СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ  
ЛІНГВІСТИЧНИХ  
ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ***

**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ  
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
ПАМ'ЯТІ ДОКТОРА ФІЛОЛОГІЧНИХ НАУК,  
ПРОФЕСОРА Д. І. КВЕСЕЛЕВИЧА (1935-2003)**

11 травня 2018 р.

Надруковано з оригінал-макета авторів  
Підписано до друку 02.05.18 р. Формат 60х90/16. Папір офсетний.  
Гарнітура Times New Roman. Друк різнографічний.  
Ум. друк. арк. 4,0. Обл. вид. арк. 3,0. Наклад 50.

---

Видавництво Житомирського державного університету імені Івана Франка  
м. Житомир, вул. Велика Бердичівська, 40  
Свідоцтво про державну реєстрацію:  
Серія ЖТ №10 від 07.12.04 р.  
електронна пошта (E-mail): zu@zu.edu.ua