



до Сторіччя

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)

10 травня 2019 р.



Житомирський державний університет
імені Івана Франка

*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
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
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКИЙ КОЛЕГІУМ»
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)**

10 травня 2019 р.

Житомир – 2019

УДК: 811.11+821.111+81'25+81'44

ББК: 81.43

С 91

*Рекомендовано до друку
Вченою радою
Житомирського державного університету
імені Івана Франка
(Протокол № 4 від 26 квітня 2019 р.)*

Рецензенти:

кандидат філологічних наук, доцент **Могельницька Л. Ф.** (завідувач кафедри теоретичної та прикладної лінгвістики 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, Л. П. Поліщук – Житомир, 2019. – 82 с.

Збірник наукових праць містить результати досліджень науковців з актуальних проблем сучасної лінгвістики та перекладознавства.

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

Матеріали друкуються в авторській редакції.

УДК: 811.11+821.111+81'25+81'44

ББК: 81.43

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 мадержавного 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. **Борисов О. О.** – доктор філологічних наук, доцент, завідувач кафедри германської філології Київського університету «Чернігівський колегіум» ім. Т.Г. Шевченка
4. **Славова Л. Л.** – доктор філологічних наук, професор кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
5. **Борисенко Н. Д.** – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри англійської філології та перекладу імені Д. І. Квеселевича Житомирського державного університету імені Івана Франка.
6. **Поліщук Л. П.** – секретар оргкомітету, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри англійської філології та перекладу імені Д. І. Квеселевича Житомирського державного університету імені Івана Франка.
7. **Карпінський Ю. В.** – викладач кафедри англійської філології та перекладу імені Д. І. Квеселевича Житомирського державного університету імені Івана Франка.
8. **Пушкар Т. М.** – кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри англійської філології та перекладу імені Д. І. Квеселевича Житомирського державного університету імені Івана Франка.

ЗМІСТ

Білюк І. Л., Гостенко К. М. Реклама косметичних засобів: Маніпулятивні прийоми	6
Вискушенко С. А. Явище полісемії в англійській фаховій мові тваринництва	8
Галайбіда О. В., Польова С. В. Використання стратегії одомашнення в україномовних перекладах казок Р. Кіплінга	11
Горбачова Н. І. Вербальні засоби реалізації підлеглим тактики докору у ході асиметричного спілкування	13
Гукаленко С. В. Особливості мовної та концептуальної картини світу як вагомих категорій лінгвістики	16
Гурін А. С. Ідіостиль автора та його відтворення при перекладі англійських казок українською мовою	18
Demenchuk O. V. Typology of Semantic Shift Models: a Cross-Linguistic Perspective	23
Доскач К. В. Сутність теологічного дискурсу та його функції в комунікації	26
Зорницький А. В., Вертецька Б. Д. Особливості перекладу власних назв у творах жанру фентезі (на прикладі творів циклу «Пісня льоду й полум'я» Джорджа Р. Р. Мартіна)	29
Кришталюк Г. А. Вербальний та невербальний виміри англомовного газетного гіпертексту	35
Лисецька Ю. В. Модальність як визначальний компонент епістемічних маркерів	37
Малинівська О. А. Жанрова специфіка рекламних текстів	40
Мосієнко О. В. Особливості конструювання подій в англомовних текстах новин	43
Нідзельська Ю. М., Садовська Я. М. Емоції як важливий об'єкт для дослідження в сучасному мовознавстві.	47
Новокшонова Н. О. Власні імена при перекладі у	

філософському дискурсі: традиції та трансформації	50
Очковська А. П. Структура комплементациї рейзингових дієслів у середньоанглійській мові	52
Ravlenko L. I. Answer-Question Units in Nobel Lectures	56
Поліщук Л.П., Редька М. О. Особливості формування англословної біотехнологічної термінології на сучасному етапі її розвитку	59
Сніховська І. Е. Оказіональнісь як передумова мовної гри	63
Чумак Л. М. Особливості використання лексичних інновацій з константним елементом -athon на позначення діяльності, спрямованої на досягнення спільної мети в сучасному англословному медійному дискурсі	66
Шугаєв А. В. Поліаспектність у визначенні та дослідженні медіа-дискурсу	68
Титаренко В.М. Мовні вподобання житомирських студентів ЗВО	71
Борисенко Н.Д., Кравченко В.О. Лексика на позначення одягу та взуття в сучасній англійській мові: лінгвокраїнознавчий аспект	74
Топачевський С.К. Прагматичний потенціал перекладацьких деформацій	76
Карпінський Ю.В. Мовний субкод молоді та його вплив на загальноживану лексику	79

**І.Л. Білюк
К. М. Гостенко
м. Житомир**

РЕКЛАМА КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ: МАНІПУЛЯТИВНІ ПРИЙОМИ

У сучасному суспільстві реклама є важливою складовою будь-якої комерційної діяльності, оскільки вона виконує функцію просування товарів і послуг на ринку. Вплив рекламного тексту на ставлення споживачів до товару або послуги залежить від мовленнєвих прийомів, засобів виразності, мовних стратегій і тактик під час їхнього просування. Зацікавленість науковців рекламним текстом, як одним із видів текстів масового впливу, перебуває сьогодні в центрі вивчення різноманітних наукових студій.

У становлення і розвиток рекламного дискурсу, аналіз його основних елементів, методів реалізації, завдань та концепцій внесли вклад роботи А. Годдарда, Р. Голдмана, Г. Кука, О.В. Нагірної та ін.; рекламного слогана – Х. Кафтанджиєва, Н. Л. Коваленко, А. В. Литвинова та ін.; рекламних заголовків – Ф. Джефкінса, К.О. Іванової, А.М. Коваленко та ін.. Не зважаючи на значний інтерес дослідників до явища реклами, актуальність, корисність та новизна, які визначають загальну інформаційну насиченість повідомлення і забезпечують можливість впливу на психіку людини та регуляції її поведінки, рекламних текстів косметичної продукції все ще залишається маловивченою.

Реклама – це будь-яка оплачена форма комунікації, призначена для просування товарів, послуг чи ідей, яка має маркетингово-комунікаційну, економічну та соціальну спрямованість, яку доносять до реципієнта телебачення, радіо, преса, Інтернет тощо [5, с. 18].

Просування косметичного бренду здійснюється з урахуванням того, що «люди купують товари, щоб задовольнити свої потреби, зокрема психологічні. Зважаючи на це сучасні рекламні фахівці дотримуються теорії трьох психологічних станів:

- людина знає, що з нею відбувається, і може пояснити це;
- людина усвідомлює свої почуття, але не може пояснити їхню причину;
- людина нічого не знає ні про свій стан, ні про причини, що його викликали» [2, с. 76].

Другий і третій психологічні стани трактують як сферу аналізу мотивів, «суб'єктивних спонукань людей, які обумовлюють їхні вчинки [4, с. 48]». Стартова точка мотиваційного процесу – це наявність незадоволення, яке орієнтує людину на досягнення своїх цілей, що спонукає адресатів задовольнити свої потреби [3, с. 121].

Мотиви, які рекламодавці використовують, просуваючи косметичну продукцію, умовно об'єднані у три великі групи:

- раціональні мотиви;
- емоційні мотиви;
- естетичні та соціальні мотиви [6, с. 85].

У рекламі, в якій використовують раціональну мотивацію, на перше місце висувають відомості про якість товару, його ціну, характеристики. Для аргументації в рекламі, що спирається на раціональну мотивацію, часто застосовують прості технічні прийоми: прийом рекомендації експерта, фахівця (лікаря, ученого тощо) або досвідченого користувача, інтерв'ю із задоволеним користувачем.

Емоційні мотиви включають: мотив здоров'я, мотив самозбереження, мотив прихильності й кохання, мотив значимості й самоствердження, мотив відкриття, мотив задоволення, еротизація ставлення до товару, мотив самоактуалізації [6, с. 87].

Естетичні мотиви підкреслюють красу виробу, його елегантність, вишуканий дизайн, естетичну цінність. Розповсюдженими є приклади, коли естетичні мотиви використовують у поєднанні з іншими типами мотивів – утилітарними, сексуальними, мотивами престижу й самоствердження. Так, у рекламі косметичних засобів поняття краси замінюють на поняття здоров'я й доглянутості.

Соціальні мотиви апелюють до почуття справедливості й порядності. Досить часто в рекламних повідомленнях брендмейкери підкреслюють необхідність вирішення таких гострих соціальних проблем, як захист навколишнього середовища, охорона правопорядку й т. д. [6, с. 89].

Аналіз засвідчив, реклама косметичного засобу передбачає підкреслення його позитивних сторін в привабливій для адресата формі через залучення маніпулятивних прийомів, основа мета яких – привернути увагу потенційного споживача, зацікавити його та спонукати купити косметичний засіб.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Бойков В. Образні засоби у рекламних повідомленнях. *Управління корпоративними фінансами*. 2014. №3. С. 34–39.

2. Винник С. Н. Коммерческая деятельность. Минск : Высшая школа, 2016. С. 72–79.
3. Королько В. Г. Паблик рілейшнз. Наукові основи, методика, практика : Підручник; 5-е вид., доп. К. : ВД «Скарби», 2013. 265 с.
4. Ламбен Ж-Ж. Стратегічний маркетинг. СПб. : Наука, 2013. 218 с.
5. Миронов Ю.Б. Основи рекламної діяльності : навчальний посібник. Р. М. Крамар. Дрогобич : Посвіт, 2012. 108 с.
6. Фред И. Хан Библия Рекламы : Бизнес-букварь. НТ Пресс 2008. 312с.

Вискушенко С. А.
м. Житомир

ЯВИЩЕ ПОЛІСЕМІЇ В АНГЛІЙСЬКІЙ ФАХОВІЙ МОВІ ТВАРИННИЦТВА

Відсутність інтегрованого підходу до дослідження такого семантичне явище як багатозначність термінів зумовлює потребу поліаспектного вивчення цього явища в межах англійської фахової мови тваринництва. Хоча вважаємо за потрібне обумовити, що мається на увазі полісемія на рівні субмов певної фахової мови, різних фахових мов, фахової та загальноновживаної мови.

Проведений аналіз літератури з даної проблематики показує, що різні аспекти опису окремих фахових мов стали пріоритетним завданням багатьох дослідників (С. А. Вискушенко, І. В. Котеленець, З. Б. Куделько, А. В. Мороз, Р. Є. Пилипенко, О. М. Ріба, В. В. Синьо та ін.).

Відповідно до загальноприйнятого розуміння, полісемія – це явище, яке передбачає наявність у терміна двох або кілька значень, тобто варіювання плану змісту терміна. Це здатність одного слова слугувати для позначення різних предметів і явищ дійсності [5; 7]. Варто наголосити, що, як у випадку із синонімією, питання про те, наскільки явище полісемії припустиме в термінології, залишається дискусійним і понині.

Згідно з однієї думкою, полісемія є одним із факторів, який перешкоджає комунікації та є «порочним явищем», незважаючи на те, що цей феномен фіксується багатьма дослідниками в різних терміносистемах фахових мов. Таким чином, учені (Л. Л. Кутіна, Д. С. Лотте, Г. Е. Мірам, О. О. Реформатський та ін.) вважають, що термінологічна полісемія є негативним феноменом і може призводити до взаємного непорозуміння.

З іншого боку, представники протилежного підходу (О. С. Ахманова, Б. М. Головіна, В. П. Даніленко та ін.) звертають увагу на те, що оскільки термінологія певної фахової мови є частиною загальнонаціональної мови,

тоді терміни схильні до тих же лексико-семантичних процесів, що й загальноживані одиниці, а отже, і до полісемії. Але все ж таки враховують одне істотне уточнення: пояснюють існування полісемії на рівні різних галузей знань [3: 124], категорій певної терміносистеми [2: 205]. На думку Б. М. Головіна, «якщо вживається той чи інший термін у фаховому спілкуванні, то в першу чергу варто створювати мовленнєві умови, які б забезпечували можливість однозначного і точного розуміння вжитого терміна» [1: 16]. Тим самим науковець говорить про полісемію на контекстуальному рівні.

Водночас, дослідники одностайні в тому, що цього семантичного явища потрібно уникати в межах однієї терміносистеми та необхідно вести роботи по впорядковуванню та стандартизації терміносистеми певної фахової мови, тобто в рамках однієї терміносфери варто домагатися однозначності й точності.

Крім того, було б некоректно судити про полісемію, як про негативне явище, оскільки вона відображає хід розвитку певної сфери знань і в семантичній структурі термінів виражає принципи категоризації фрагментів об'єктивної дійсності [5: 198]. До того ж, на думку науковців, можна говорити про полісемію, як про необхідний засіб мовної економії. Так, зазначається, що полісемія – прояв принципу економії в мові, результат класифікуючої та узагальнюючої діяльності мислення людини. Підкреслюється, що у випадку відсутності відповідного феномену необхідно було б запам'ятовувати надзвичайно велику кількість слів з окремими назвами на позначення кожного окремого явища, яке знадобиться при спілкуванні [2; 6].

Проаналізувавши літературу з означеної проблематики [2; 4; 6; 7], можна стверджувати, що термінологічна полісемія, зокрема й фахової мови тваринництва, зумовлена:

- 1) обмеженістю словникового матеріалу порівняно з наявною кількістю понять;
- 2) співіснуванням понять, які стосуються одного явища, але відображають різні погляди, гіпотези тощо;
- 3) неправильним запозиченням термінів з іноземних мов;
- 4) особливостями становлення та розвитку тієї чи іншої сфери знань;
- 5) процесом семантичного розвитку самих термінів.

Аналіз емпіричного матеріалу дозволяє зробити висновок, що утворення багатозначних термінів англійської фахової мови тваринництва відбувається за рахунок звуження й розвитку значення, метафоричних, метонімічних перенесень. Таким чином, спираючись на дослідження семантичної структури багатозначних лексем, зафіксованих у

терміносистемі фахової мови тваринництва, було виявлено три види полісемії:

- 1) зовнішньо системну;
- 2) міжсистемну;
- 3) внутрішньосистемну.

Під *зовнішньосистемною* полісемією зазвичай розуміють такий вид багатозначності, який виникає внаслідок термінологізації загальноживаних одиниць або детермінологізації термінів фахової мови тваринництва.

Особливості *міжсистемної* багатозначності полягають у тому, що вона виникає в тих випадках, коли той самий термін функціонує на рівні різних терміносистем фахових мов чи субмов однієї фахової мови із практично незмінним семантичним ядром, хоча щоразу іншим набором периферійних сем.

При *внутрішньосистемній* полісемії або, як ще її називають, «категоріальній багатозначності» терміни утворюються шляхом метонімічного переосмислення найменувань, коли результат дії позначають через назву самої дії, предмет через назву дії, для використання якої він призначений тощо.

Отже, можна зробити висновок: якщо зовнішньосистемна та міжгалузева полісемії не створюють особливих проблем для безперешкодного функціонування термінології певної фахової мови, то наявність внутрішньосистемної багатозначності становить проблему в термінології, що зумовлює потребу в її впорядкуванні, оскільки може призвести до порушення взаєморозуміння між фахівцями.

Цілком зрозуміло, що сутність питання термінологічної полісемії не вичерпується наведеними тут положеннями. Проте вважаємо, що і цей далеко неповний огляд надасть можливість сфокусувати увагу лінгвістів на досконалому описі фахових мов.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Головин Б. Н. Роль терминологии в научном и учебном общении. *Термин и слово* : сб. науч. трудов. Горький : Изд-во ГГУ им. Н. И. Лобачевского, 1979. С. 14–23.
2. Даниленко В. П. Русская терминология : Опыт лингвистического описания. М. : Наука, 1977. 246 с.
3. Котелова Н. З. К вопросу о специфике термина. *Лингвистические проблемы научно-технической терминологии* : сб. науч. трудов. М. : Наука, 1970. С. 122–138.

4. Малевич Л. Термінологічна полісемія : онтологія явища, різновиди, шляхи впорядкування. Українська термінологія і сучасність : зб. наук. праць. К. : КНЕУ, 2007. Вип. VII. С. 78–81.

5. Татаринов В. А. Общее терминоведение : энциклопедический словарь. М. : Московский Лицей, 2006. 528 с.

6. Grewendorf G. Sprache als Organ – Sprache als Lebensform. Frankfurt am Main : Suhrkamp Verlag, 1995. 255 s.

7.

icht H., Draskau J. Terminology : An Introduction. Guildford (the University of Surrey, Dept. of Linguistics and International Studies), 1985. 265p.

P

Галайбіда О.В.

Польова С.В.

м. Кам'янець-Подільський

ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЇ ОДОМАШНЕННЯ В УКРАЇНОМОВНИХ ПЕРЕКЛАДАХ КАЗОК Р.КІПЛІНГА

У сучасному перекладознавстві розподіл стратегій перекладу визначається двома головними векторами: «одомашнення» (domestication) та «очуження» (foreignization). Дихотомія одомашнення – очуження (терміни, уведені американським ученим Лоуренсом Венуті) відображає давнє протиставлення між буквальним та вільним перекладом, проте, більше беруться до уваги не лінгвістичні особливості перекладу, а збереження культурних реалій мови джерела чи адаптація їх до цільової культури. Переклад не просто замінює один код іншим, а “розробляє стратегії, за допомогою яких тексти з однієї культури можуть проникати в текстуальну й концептуальну мережу іншої культури і функціонувати у цій іншій культурі” [2: 5].

Серед скарбів світової культури вагоме місце займають казки Р.Кіплінга “Just so stories”. Це унікальні оповідки для дітей, які мають пізнавальний, повчальний і, звичайно, ігровий, розважальний характер. Основною особливістю цих творів Кіплінга є те, що їхнім цільовим читачем, реципієнтом є діти – представники певної вікової категорії, яким притаманні своєрідний ментальний і психологічний способи сприйняття дійсності, безпосередність і брак життєвого досвіду. Казки слугують не тільки засобом пізнання світу, що оточує нас, але й засобом етнокультурного самовираження та уведення певних культурних реалій у світосприймання та слововживання дітей.

Казки Кіплінга стали відомі українцям завдяки перекладам Майкла Йогансена, Леоніда Солонька, Всеволода Прокопчука, Юрія Лісняка, Володимира Панченка, Наталії Дьомової, Володимира Чернишенка.

Переклад казки є особливим перекладом, який бере до уваги, перш за все, культуромовні аспекти, специфіку національної ментальності представників двох мов, розбіжності у їхніх семіолінгвістичних сферах. Окрім того, важливим для перекладу казки є врахування особливостей дитячого світобачення та слововживання.

Метою нашої розвідки є виявлення та аналіз використання стратегії одомашнення в україномовних перекладах казок Кіплінга.

За визначенням Лоуренса Венуті, одомашнення – це адаптація іншомовного тексту до культурних конотацій мови перекладу, а очуження, навпаки, збереження мовних і культурних особливостей іноземного тексту [3: 20]. Таким чином, одомашнення та очуження зводяться до питання про те, наскільки переклад асимілює іноземний текст до мови перекладу і враховує культурні реалії приймаючої мови.

Кіплінг, який був добре обізнаний з реаліями культури, флори і фауни Індії та сусідніх країн, у своїх творах знайомить з ними читачів. У його казках існують чужі для світосприймання українських дітей мангуст, кенгуру, бабуїни, гіпопотами, носороги, пітони, броненосці, страуси, пташки Колоколо та інші представники чужоземної фауни і флори. Здебільшого україномовні перекладачі відтворюють ці реалії у перекладі буквально або дослівно (удаючись до калькування). Але деколи вони адаптують казкові образи до українських реалій. Наприклад, у перекладі Майка Йогансена відомої казки «Ріккі-тіккі-таві» образ мангуста замінено на образ тхора, який є звичнішим для україномовних дітей: *He was a **mongoose**, rather like a little cat in his fur and his tail, but quite like a **weasel** in his head and his habits – Він був **монго**, – це невеликий звір, трохи схожий на kota кольором і хвостом, та голова в нього і всі звички його **тхорячі**.*

Йогансен завжди намагався знайти такий контекстуальний заміник, який найповніше відтворює комунікативну ситуацію і, головне, є зрозумілим для дітей: *And then Nag's head came through the sluice, and his five feet of cold body followed it – I om Нагова голова виткнулася в дірці, а за нею два метри холодного тіла. Українським відповідником sluice є водопровід, але Йогансен використовує лексему *дірка* з урахуванням фонових знань маленьких читачів, для яких є зрозуміліші поняття *дірки*, а не водопроводу, і міри довжини у *метрах*, а не *футах* (які не використовують в українських реаліях).*

З метою наближення перекладу до українських реалій і світосприймання ще один український перекладач Л.Солонько послуговується просторічною лексикою, демінутивними суфіксами і

редуплікацією, які властиві україномовному дитячому мовленню: ... *вертких-в'юнких вугрів. Всіх риб, які тільки стрічалися в усьому-всенькому морі* [1: 5]. Неодноразово перекладач удається до прагматичної адаптації, наприклад, замінює буквальний переклад лексеми **śloka** – *слока* (дворядковий вірш, характерний для санскриту та індійського епосу) на *двовірш*. Л.Солонько ретельно відбирав питомі засоби рідної мови для адекватного відтворення окремих лексичних одиниць. Така культурна адаптація повертає у мовлення маловживані або забуті лексеми, які збагачують словниковий запас читачів.

Одомашнення націлене на створення тексту перекладу, який вилучає специфічні культурні елементи тексту оригіналу і адаптує його до лінгвістичних особливостей і культури цільової мови. Вибір цієї стратегії перекладачем спрощує розуміння для цільової аудиторії. При цьому важливо зберегти комунікативну рівноцінність оригіналу і перекладу. Завдання перекладача – відтворити прагматичний аспект тексту, елементи текстобудови, урахувуючи не тільки денотативний, але й функціональний аспект текстових одиниць. Це дає змогу створити еквівалентний естетичний твір мовою перекладу з урахуванням приймаючої культури і особливостей читацької аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Кіплінг Р. Як і чому: Казки [Пер з англ. Л.Солонька]. К. : Веселка, 1984. 128с.
2. Bassnett S., Lefevere A. Where are we in translation studies? *Constructing cultures. Essays on literary translation*. Clevedon : Multilingual Matters, 1998. 143 p.
3. Venuti, Lawrence. *The Translator's invisibility : A history of translation*. London and New York: Routledge, 1995. 353 p.
4. Kipling, Rudyard. *Just so stories*. NY : Penguin books, 1968. 160 p.

Н.І. Горбачова
м. Житомир

ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПІДЛЕГЛИМ ТАКТИКИ ДОКОРУ У ХОДІ АСИМЕТРИЧНОГО СПІЛКУВАННЯ

Тактика докору використовується службовцем з нижчим статусом, щоб виразити адресату з вищим статусом несхвалення або незадоволення

його вчинками чи діями для впливу на його емоційний стан, маючи на меті викликати відчуття провини і спонукати адресата до корекції цих дій.

Висловлюючи докір, службовець-підлеглий виходить з того, що керівник зробив помилку ненавмисно, а тому його метою є не стільки намір заявити, що поведінка адресата порушує моральну, соціальну чи етичну норму, а також свої індивідуальні ціннісні уявлення, скільки вказати на скоєну провину, бажаючи спонукати адресата виправити свою поведінку [1: 97]. Тактику докору розцінюють як захист і допомогу старшого молодшому, тобто вираження ввічливого ставлення вищого за соціальним статусом до нижчого [2: 84]. У випадку використання докору на соціальній дистанції, її сприймають як образливий натяк [3: 359].

Мовними засобами вираження тактики докору є прикметники негативної оцінки, вирази із семантикою скоєння хибних з точки зору етики чи моралі вчинків та заперечний прислівник *not*.

Прикметники негативної оцінки (harsh, coward, bad, terrible, worst) переважно вживаються зі зневажливою конотацією і позначають негативні якості [4: 164], що ілюструє наступна репліка:

Mike: *Wow. You don't think you're being a little harsh?* (Suits/Season 2/Episode 3)

Майк виражає докір Харві за його поведінку (*Wow. You don't think you're being a little harsh?*), вербалізований загальним запитанням з частковою інверсією з метою виділення підмета [5: 148], вираженого особовим займенником у другій особі однини, який вказує на адресата-керівника, та означенням, вербалізованим прикметником *harsh* “unduly severe in making demands” (надмірно суворий у пред’явленні вимог) [6], що свідчить про негативну оцінку його поведінки підлеглим.

Вирази із семантикою скоєння суперечливих з точки зору моралі та етики вчинків (pick a fight, go out of one's way, make rash decisions) вказують на вербалізацію підлеглим негативної оцінки намірів керівника. Наприклад:

Louis: *That. That was Jack Soloff wanting to run his proposal by me.*

Donna: *Yeah. A bullshit proposal designed to cut Harvey's salary. You're picking a fight with him.*

Louis: *No, I'm not* (Suits/Season 5/Episode 2).

Донна виражає докір вчинкам Луїса, старшого партнера фірми, реалізуючи його у двох реченнях (*A bullshit proposal designed to cut Harvey's salary. You're picking a fight with him*). Прикметником *bullshit* “stupid” (безглуздий) [6] у першому реченні жінка дає негативну характеристику пропозиції керівника, висловлюючи докір за його намір зменшити зарплату партнера, що вербалізовано дієсловом *cut* “reduce in amount” (зменшити в об’ємі) [6] та іменником *salary* зі значенням

“зарплата” [6], приналежність якої вербалізовано іменем *Harvey* у присвійному відмінку. У другому реченні вона робить висновок з поведінки співрозмовника, виражаючи його виразом *pick a fight* “start a fight” (почати бійку) [6] у теперішньому тривалому часі для позначення запланованої дії у майбутньому.

Заперечний прислівник not у комбінації з допоміжним дієсловом *did* вказує на докір керівнику за його бездіяльність у ситуації, що мала місце певний час назад. Використання заперечної форми дієслова демонструє наступний діалог:

Donna: *Well, this doesn't feel any different, Harvey, 'cause I don't want to go work with Stu. I want to stay here in the position that I fought to get and that I love and that I know I deserve.*

Harvey: *I know you do, too.*

Donna: *Then why didn't you stand up for me?* (Suits/Season 7/Episode 13)

Тактика докору реалізована секретаркою у формі запитання з метою спонукати керівника дати відповідь на її докір, який вербалізовано допоміжним дієсловом *did* з прислівником *not* для заперечення значення фразового дієслова *stand up for* “defend against attack or criticism” (захистити від атаки чи критики) [6], що негативно характеризує поведінку керівника.

Таким чином, тактика докору, якою підлеглий виражає адресату з вищим статусом несхвалення або незадоволення вчинками чи діями останнього для впливу на його емоційний стан, з метою викликати відчуття провини і спонукати адресата до корекції цих дій, на вербальному рівні реалізується прикметниками негативної оцінки, виразами із семантикою скоєння хибних з точки зору етики чи моралі вчинків, а також заперечним прислівником.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Графова Т. А. Смысловая структура эмотивных предикативов. Человеческий фактор в языке: языковые механизмы экспрессивности. М. : Наука, 1991. С. 67—99.
2. Карасик В.И. Язык социального статуса. Москва : Гнозис, 2002. 334 с.
3. Шалацький Д. Л. Місце мовленнєвого акту докору серед негативно оцінних мовленнєвих актів. Літературознавчі студії, 2014. №32. С. 354—363.
4. Форманова С. В. Прикметники на позначення негативної оцінки: асоціативний експеримент. Одеський лінгвістичний вісник. 2015. Вип. 5(2). С. 163—167.

5. Мороховский А. Н., Воробьева О. П., Лихошерст Н. И., Тимошенко З. В. Стилистика английского языка. Киев : Головное издательство издательского объединения «Вища школа», 1984. 241 с.

6. Merriam-Webster Dictionary. URL : <http://www.merriam-webster.com/dictionary/time>. (назва з екрану).

7.

Suits

[Video]. Directed by Aaron Korsh. Universal Cable. Release Date: June 23, 2011.

С. В. Гукаленко
м. Житомир

ОСОБЛИВОСТІ МОВНОЇ ТА КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ КАРТИНИ СВІТУ ЯК ВАГОМИХ КАТЕГОРІЙ ЛІНГВІСТИКИ

Перш за все, варто зазначити, що мова є однією з найважливіших складових людського існування, вона містить у собі основні уявлення про світ та людину. В мовознавстві основоположним принципом визнають *антропоцентризм*, який передбачає активного перетворювача дійсності, людину. Мова накопичує, зберігає, обробляє, передає інформацію.

Актуальність нашої розвідки зумовлена зацікавленістю особливостями сприйняття різноманітної інформації людиною, увагою таких науковців Ю. Апресян, А. Белова, Г. Колшанський, В. Маслова до процесів категоризації та концептуалізації світу.

Мета роботи – розглянути категорії МКС та ККС в сучасній лінгвістиці. *Завдання* – проаналізувати визначення МКС, дослідити визначення ККС, розглянути роль фонових знань та етноспецифічних властивостей у цих категоріях. Лінгвісти почали досліджувати зв'язок між мовою, свідомістю, дійсністю, розглядаючи когнітивні механізми мислення, їх реалізацію у мові. Тому у сучасній лінгвістиці виник напрямок «когнітивна лінгвістика», яка вивчає розумові процеси, що відбуваються при осмисленні, пізнанні, сприйнятті дійсності свідомістю, обробці інформації, яка надходить до людини. Серед представників когнітивної лінгвістики варто зазначити таких вчених: А. Белова, Т. ван Дейк, О. Кубрякова, Ю. Карасик, Ю. Степанов. Людина є носієм системи знань про об'єктивну дійсність. У різних науках ця система має свою назву. Для нашого дослідження важливими є сутності мовної та концептуальна картини світу (МКС та ККС). Отже, поняття картина світу

(КС) є одним із фундаментальних, що виражає своєрідність людини, її буття. Згідно з В. Г. Колшанським, КС є відображенням в свідомості людини, її вторинним існуванням об'єктивного світу. Це знаходить вираження у відмінностях лексичної та граматичної номінації явищ і процесів, у сполучуваності тих чи інших значень, в їхній етимології. Учений впевнений, що у мові закріплене все розмаїття творчої, соціальної, пізнавальної діяльності людини [3, с.15], ми погоджуємось із такою думкою. У сучасній лінгвокультурології виділяють мовну і концептуальну картини світу. ККС — це не тільки система понять про сукупність реалій навколишнього світу, а й система смислів, яка уособлена в цих реаліях через слова, вербалізатори концептів, що складаються зі знань, вірувань, є результатом пізнання людиною оточуючого світу. Т. Г. Нікітіна сприймає ККС не виключно як систему центральних логічних категорій, які є загальними. На «нижніх поверхах» цієї моделі світу обов'язково проявляється відбиття національних особливостей світовідчуття. ККС відбивається у відповідній МКС [5, с. 10].

Варто підкреслити, що МКС є системою взаємозалежних мовних одиниць, що відображає об'єктивний стан речей зовнішнього і внутрішнього світу людини. ККС існує у вигляді концептів, які складають концептосферу, МКС існує у вигляді значень мовних знаків, які складають семантичний простір мови. Ю. Д. Апресян визначає МКС таким чином, що кожна мова віддзеркалює певний спосіб сприйняття та концептуалізації світу. Він зазначає, що відображені в ній поняття створюють суцільну систему поглядів, так звану колективну філософію, яка стає неодмінною для всіх мовців. Характерний певній мові стиль концептуалізації дійсності варто вважати певною мірою універсальним та національно-специфічним, тому носії різних мов здатні розуміти світ по-різному [1, с.43], ми погоджуємось з цією точкою зору. В. А. Маслова характеризує МКС як сукупність знань про світ, відтворених у лексиці, фразеології, граматиці. Людина пізнає світ під впливом МКС, саме вона складає тип відношення людини до світу, задає правила її поведінки у світі [4, с.49], можемо зробити висновок, що дані, які закріплені у мові, можуть значно скеровувати її дії. МКС є антропоморфною за спрямованістю. З іншого боку, ККС вважається багатшою, ніж мовна. Адже різні види мислення сприяють її створенню, але не все те, що людина пізнала, отримує словесне відображення. ККС має в собі універсальну інформацію про світ, за її межами залишається інформація, яка стосується особливостей мовного сприйняття дійсності в різних середовищах.

Необхідно зазначити, що ККС має міцний зв'язок з поняттями, а МКС відтворює знання закріплені в значеннях слів та словосполучень [2, с.13]. *Фонові знання* відіграють важливу роль в ККС. ККС постійно

розвивається, МКС є консервативною. Кожна мова має свої етноспецифічні елементи, які позначають предмети, явища культури певного народу. У лінгвістичній науці МКС відрізняють від ККС, яка є сукупністю знань людини про світ, основою мовного втілення та словесної концептуалізації. ККС є більш універсальною та організованою. МКС накопичує нових властивостей, їх аналіз надає змогу вивчити особливості різних лінгвокультур.

У перспективі дослідження вивчення стереотипних конструкцій, які займають важливе місце в МКС та ККС.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Апресян Ю. Д. Эмоциональная система. Образ человека по данным языка : попытка системного описания. Вопросы языкознания. 1995. № 1. С. 37—65.
2. Кварацхелия Ш. М. Концептуальное моделирование языкового образа ребенка в английской реалистической прозе XIX века : автореф. канд. фил. Наук : 10.02.04. Москва 2007. 25 с.
3. Колшанский Г. В. Объективная картина мира в познании и языке. М. Наука. 1990. С. 59— 5.
4. Маслова, В. А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М. : Издательский центр «Академия», 2001. С. 208.
5. Никитина Т. Г. К вопросу о классификационной схеме фразеологического идеографического словаря. Вопросы языкознания. 1995. №2. С. 69—81.

А. С. Гурін
м. Житомир

ІДІОСТИЛЬ АВТОРА ТА ЙОГО ВІДТВОРЕННЯ ПРИ ПЕРЕКЛАДІ АНГЛІЙСЬКИХ КАЗОК УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Передача індивідуально-авторських особливостей під час перекладу художніх творів будь-яких жанрів є важливим завданням у перекладацькій діяльності. Не є виключенням і переклад казок. Літературознавчий словник-довідник пропонує наступне визначення казки – це «жанр народної творчості, епічний, повістувальний, сюжетний художній твір усного походження. В основі – захоплююча розповідь про вигадані події і явища, які сприймаються і переживаються, як реальні» [2: 321]. Авторська

(літературна) казка синтезує в собі особливості як фольклорної, так і певних інших літературних жанрів. Народні казки мають власну поетику, у них можуть використовуватися стійкі словосполучення, словесні звороти, елементи поезії, які базуються на фольклорі та народному колориті, в той час як поетика літературної казки базується на смаках самого автора, на його відчутті творчості, його ідіюстилі загалом [8:370].

Робота перекладача так чи інакше передбачає інтерпретацію тексту, сам перекладач стає медіатором, обов'язком якого є передача інформації для цільової аудиторії. Працюючи над перекладом художніх текстів перекладач певною мірою стає співавтором тих творів, над якими працює. Переклад казок має свої особливості, проте, у будь-якому випадку – це творчий процес, важливе значення під час якого має вплив суб'єктивного чинника, особистості перекладача, котрий здійснює переклад відповідно до власного розуміння та інтерпретації. Щодо стратегій, які використовуються під час перекладу літературних казок, то найчастіше застосовують такі: одомашнення (максимальне наближення тексту-оригіналу до цільової мови та культури) та очуження (максимальне збереження усіх особливостей тексту-оригіналу) [5: 133]. Художні твори так чи інакше відбивають менталітет автора, адже сам письменник – це носій культури власного народу, тому цілком закономірно, що у його творах можуть міститися ті чи інші етнокультурні елементи. Літературна казка зазнає впливу народної, і перебуває на своєрідній межі ідіюстилю автора та фольклору. Відповідно, під час роботи над перекладом літературної казки необхідно звертати увагу як на авторський стиль, так і на етнокультурні особливості. Зауважимо, що літературні казки синтезують у собі не тільки фольклорні елементи, а можуть мати і вкраплення з інших жанрів художньої творчості: «в літературній казці переплітаються елементи як різновидів власне казкової розповіді, так і інших видів літературної творчості – пригодницької повісті, наукової фантастики тощо» [8:371], що обов'язково враховується при перекладі.

Кожен дослідник, який працює над художніми творами, так чи інакше зіштовхується з поняттям ідіюстилю. Індивідуальний стиль автора може проявлятися на різних рівнях поетики твору, а саме: на рівні фонетичних засобів та морфологічних одиниць, на синтаксичному рівні – плавно переростаючи у складніші образи, які можуть відображати певні філософські, світоглядні погляди автора [1:5]. Відповідно, кожному автору властива своя манера письма, котра виявляється як на рівні сюжету твору, його композиції, так і на мовному рівні, саме тому, найбільш чітко простежується авторський ідіюстиль під час читання тексту оригіналу. Переклад не може просто скопіювати оригінал, проте, забезпечити впізнаваність письменника, передавши його ідіюстиль – важливе завдання

перекладача. Останній визначається як конкретна манера письма автора, включає в себе поетику творів [1: 6], ґрунтується на ідіолекті, який стосується фактично кожного мовця, адже будь-яка особистість має власну манеру мовлення, що може зазнавати змін, зокрема, внаслідок дії такого фактору як час [1:9].

Творчість Чарльза Латвіджа Доджсона (1832-1898 рр.), відомого англійського логіка, математика, фотографа, філософа, і звісно ж, письменника, який має псевдонім Льюїс Керролл, поєднує в собі фольклор (адже автор цікавився усною народною творчістю) та неординарне парадоксально-логічне мислення, яке дозволило вводити до художніх творів елементи головоломок, алогізмів тощо. Досить відомою особливістю творчої манери Льюїса Керролла є використання мовленнєвих експериментів, а саму мову можна вважати одним із персонажів його творів. Серед основних ознак ідіостилу цього автора виділяють каламбур, навмисні помилки у мовленні персонажів, мовну гру, алогізми, невідповідність форми слів чи словосполучень їхньому змісту, гротескні вкраплення тощо [7: 153-154]. Організація життя у казковому світі, створеному письменником, будується саме на мовленні персонажів, на їхньому спілкуванні. Помилки у мовленні героїв забезпечують створення необхідного комічного ефекту та неповторної атмосфери, яка захоплює читача з перших сторінок. Відповідно, у перекладі творів Льюїса Керролла чи не найважчим завданням є саме передача усіх вищезгаданих особливостей.

Одним із найвідоміших творів письменника є «Аліса в Країні чудес». Ця казка яскраво ілюструє ідіостиль Льюїса Керролла і робота над її перекладом вимагає надзвичайної креативності, яскравої уяви, натхнення, а певною мірою навіть творчої сміливості перекладача. Досить цікаво те, що елементи нонсенсу, алогізми у мовленні персонажів стали крилатими висловами, які з одного боку звучать комічно, подекуди навіть дивакувато, а з іншого боку – відкривають певні філософські істини, наштовхуючи на серйозні роздуми, саме тому цей твір є цікавим як для дітей, так і для дорослих читачів, адже кожен зможе знайти у ньому щось конкретно для себе. Прикладом однієї з таких цитат є слова Герцогині:

...and the moral of that is — ‘Be what you would seem to be’—or, if you’d like it put more simply—‘Never imagine yourself not to be otherwise than what it might appear to others that what you were or might have been was not otherwise than what you had been would have appeared to them to be otherwise [9:135].

Така мовленнєва структура являє собою, на перший погляд, щось алогічне, певний нонсенс, відчувається своєрідна градація, адже звучання є досить заплутаним, певним чином навіть гротескним, але в той же час

можна простежити і відповідний філософський смисл. Для читачів-дітей такі слова звучатимуть досить химерно, можливо викличуть здивування і цікавість, тоді як дорослий читач зможе простежити натяки на відповідні життєві істини. Ось так речення звучить у перекладі Валентина Корнієнка:

...Звідси мораль: кожному овочу – нрав і права. Або простіше: ніколи не думай про себе інакше, ніж це може здатися іншим, щоб те, чим ти був або міг бути, не було чимось іншим, ніж те, чим ти здавався або міг здаватися іншим, коли був іншим [4:49]. Валентин Корнієнко цікаво обігрує відомий вислів Григорія Сковороди «Всякому місту звичай і права», вдало застосувавши його до теми розмови між Алісою та Герцогинею, предметом якої було питання того, чи гірчиця – це овоч. Перекладач на власний розсуд додає елемент гри слів, модифікувавши крилатий вислів та утворивши на його основі цікавий елемент каламбуру, відчувається присутність стратегії доместикації (адже обігрується цитата українського поета). Загалом, переклад слів Герцогині є досить вдалим, адже цитата викликає відповідний емоційний ефект. Галина Бушина вдалася до більш дослівного перекладу:

А мораль з цього така: будь такою, якою ти здаєшся. Або, якщо хочеш, можна висловити це ясніше: ніколи не думай про себе інакше, ніж це може здатися іншим, щоб те, чим ти був або міг бути, не було чимсь іншим, ніж те, чим ти був або міг здаватися іншим, коли був іншим [3:61]. Такий переклад також справляє відповідний емоційний вплив на читача, відчувається необхідний ефект химерності, дивакуватості, градації.

Елемент гри слів простежується і у словах Аліси, для прикладу:

“Do cats eat bats? Do cats eat bats?” and sometimes “Do bats eat cats?” for you see, as she couldn’t answer either question, it didn’t much matter which way she put it [9:10].

Валентин Корнієнко намагається зберегти римування та відповідну гру слів, цим самим відмовившись від дослівного перекладу, так, замість *bats* – кажани, перекладач використав лексему *кроти*, що дало змогу відтворити необхідну експресивність та передати навіть форму самих речень:

“Чи їдять коти кротів? Чи їдять коти кротів?..” Часом виходило щось таке: “Чи їдять кроти котів?..”, бо коли не знаєш відповіді на питання, то байдуже, з якого боку його ставити [4:68].

Галина Бушина вдається до більш дослівного перекладу:

“Чи їдять коти кажанів? Чи їдять коти кажанів?” — А іноді: — “Чи їдять кажани котів?” — Хіба не все одно, як поставити питання, коли не знаєш відповіді? [3:6]. Такий переклад також чинить емоційний вплив, адже певне співзвуччя слів у свою чергу простежується, проте, передача цієї гри слів не настільки яскрава, як у попередньому перекладі.

Не можна не звернути увагу на те, як цікаво обіграє слова Аліси Леонід Яхнін:

“Мыши летучие. Мыши ли, тучи ли...” И сама себя спрашивала: “Летят ли тучи кошек? Едят ли кошки тучек?” Какая разница, что спрашивать, если спрашивать некого?» [6:8]. Гра слів передана вдало, проте, це не стільки переклад твору, скільки його переказ.

Таким чином, переклад творів Льюїса Керролла є достатньо важким завданням, адже для того, щоб належним чином передати каламбур, гру слів, елементи алогізмів, пародійність, навмисні помилки у мовленні героїв казки, варто вдаватися до креативності та творчості, адже дослівний переклад не зможе відтворити ідіостиль письменника. Мову можна назвати одним із головних героїв казки, адже вона і вибудовує Країну чудес, допомагає створити необхідну атмосферу, саме це і становить головну складність, адже перекладач має цікаво обігрувати слова персонажів, аби досягнути необхідного прагматичного ефекту. Подальші перспективи дослідження полягають у вивченні оказіоналізмів у ідіостилі Льюїса Керролла.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Волошук В. Індивідуальний авторський стиль, ідіолект, ідіостиль : питання термінології. Наукові праці. 2013. Вип. 79. С. 5—8.
2. Гром'як Р. *Літературознавчий словник-довідник* за ред. : Ю. І. Коваліва. К. : Академія, 1997 . С. 321—322.
3. Керролл Л. Аліса в Країні див. пер. з англ. Г. Бушиної. – К. : «Радянський письменник», 1960. 90 с.
4. Керролл Л. Аліса в Країні чудес; пер. з англ. В. Корнієнка. К. : «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», 2001. 144 с.
5. Лепухова Н. Особливості перекладу реалій казкового тексту. Наукові записки НДУ ім. Гоголя. Філологічні науки. 2014. Вип. 3. С. 88—92.
6. Приключения Алисы в Стране Чудес. Пересказ Л. Яхнина; Иллюстрации А. Мартынова, журнал «Пионер». 1991, №1. С. 3—15.
7. Чернявська І. С. Зарубіжна дитяча література: підручник. К. : Вид-во «Просвітлення», 1982. 559 с.
8. Янченко Ю. Жанрова своєрідність літературної казки та її перекладу. Література в контексті культури. 2009. Вип. 19. С. 368—374.
9. Carroll L. *Alice's Adventures in Wonderland*. Moscow : Progress Publishers, 1979. 235 p.

Demenchuk O.V.
Rivne

TYPOLOGY OF SEMANTIC SHIFT MODELS: A CROSS-LINGUISTIC PERSPECTIVE

Lexical semantic derivation is one of the aspects that reveals the dynamic potential of lexical items, discovers the mechanisms and strategies of lexical items' extensions, displays the semantic associations that underlie the development of lexical items' semantic paradigms.

The theoretical and methodological principles of lexical semantic derivation investigations are based on the achievements of historic, cognitive, compositional, constructional, contrastive and typological semantics. Within those approaches, the models of semantic derivation are considered as the representations of semantic changes that reveal the strategies of lexical development in the diachronic and synchronic aspects.

From a cross-linguistic perspective, the semantic derivation modelling is supposed to reveal the similarities and differences in the ways the semantic paradigms of linguistic items develop in the contrasted languages.

As a dynamic phenomenon, semantic derivation is interpreted in relation to the notion of *semantic shift*, it referring to “a pair of meanings which are linked by some genetic relations, either diachronically or synchronically, e.g. as two meanings of a polysemous lexeme” [4: 1].

The performed investigation appeals to the conceptions that uphold the idea of dynamic conceptualization of the world of discourse (of a certain situation or its fragment), focused on the model of multi-dimensional semantic space. On that ground, the semantic shift models are considered as theoretical constructs that represent various ways of a situation interpretation, conceptualized from various cognitive positions (vantage points) – positions of different linguistic communities. Such an approach allows not only to systematize the strategies of semantic shifts within a certain group of (related and non-related) languages but also to ascertain the ways the information is distributed in the semantic spaces of the contrasted languages.

We single out four types of semantic shift models: componential, actantial, topological and constructional.

The componential approach focuses on the idea of the feature-based and combinatorial representations of lexical meaning. It is posited that a lexical item's semantic structure consists of a cluster of semantic features that serve as elementary “building blocks”, primitives that are demonstrations of basic, innate concepts [9]. Such an approach agrees with the idea of a segmentation of the physical continuum “within which languages may draw either the same or a

different number of boundaries and within which they may draw the boundaries at the same or different places” [7: 58]. In cross-linguistic studies, the componential semantic shift models reveal correspondences (similarities and differences) in the ways the semantic features are combined in the contrasted lexical items.

The actantial model of meaning represents the idea of semantic (the demand to make all necessary distinctions relevant to meaning) and syntax (the demand to make syntactically relevant distinctions that permit the expression of significant generalizations) correlations [8: 91]. The semantic description in this case focuses on the diathetic alternations – strategies that provide for the transformations in a predicate structure configuration due to the changes observed in participants and their relations [6]. The change of a situation profile provides for the change of a participant’s status, which in the aspect of semantic and syntactic correlations is considered as the phenomenon of actantial derivation. Within cross-linguistic studies, the actantial models provide for semantic shift correspondences in the aspect of semantic participants (actants) associations.

The semantic description within a topological approach applies to certain patterns, among those are image-schemas – “the recurring patterns of our sensory-motor experience by means of which we can make sense of that experience and reason about it, and that can also be recruited to structure abstract concepts and to carry out inferences about abstract domains of thought” [3: 18]. The topological strategies of semantic derivation are realized in the aspect of basic image-schemas transformations. The transformations provide for the image-schemas relations mediated by a *transformational link* [5: 425]. Within cross-linguistic studies, the topological strategies of semantic derivation reveal similarities and differences in the extension of image-schematic concepts.

The constructional approach focuses on the idea of a “mixed” representation of linguistic items’ semantics that is connected with the elaboration of the inner structures of knowledge representations. The constructional model identifies a construction – a complex arranged in the form of a proposition – as a semantic center. “Constructions are associated directly with semantic structures which reflect scenes basic to human experience” [2: 5]. The constructional approach towards semantic derivation proceeds from the assumption that “it is natural for constructions to be associated with a central sense, and with extensions from that sense” [op. cit.: 203]. In a perspective of cross-linguistic studies, the constructional approach is supposed to establish language-specific constructions. The typology of such constructions is determined by their free ranging over “regions of SYNTACTIC SPACE, the space of possible syntactic types” [1: 363]. This type of extension provides for

singling out conceptual space areas, which take on the forms of language-specific constructions.

The elaboration of the issues on semantic derivation modelling in contemporary lexical semantics reveals the tendency to interpret a lexical item's content in the perspective of cognitive and functional (that advocate the idea of cognitive and functional conditionality of language meaning) approaches. Such an approach declares the necessity and expediency to model the content of a lexical item through a sampling of a multi-dimensional situation concept. Within cross-linguistic (either contrastive or typological) studies, semantic derivation modelling reveals characteristic features of the ways the information on the worldview changes is encoded and distributed in lexical semantics of related and non-related languages.

The reconstruction of the changes in the worldviews of various linguistic communities makes it relevant to model lexical semantics derivation in its comparative-historical and typological aspects. The choice of the aspects is determined by the tendency of modern lexical semantic studies to profound analyses of the dynamics of semantic classes of words in related and non-related languages.

REFERENCES

1. Croft, W. (2001). *Radical construction grammar: Syntactic theory in typological perspective*. Oxford : Oxford University Press. P. 416.
2. Goldberg, A. E. (1995). *Construction s: A construction grammar approach to argument structure*. Chicago : University of Chicago Press. P. 265.
3. Johnson, M. (2005). The philosophical significance of image schemas. *From perception to meaning: Image schemas in cognitive linguistics*. ed. B. Hampe. Berlin; New York : Mouton de Gruyter. P. 15 — 34.
4. Koptjevskaja-Tamm, M. (2016). The lexical typology of semantic shifts: An introduction. *The lexical typology of semantic shifts*. eds. by P. Juvonen, M. Koptjevskaja-Tamm. Berlin; Boston : Walter de Gruyter. P. 1 — 20.
5. Lakoff, G. (1987). *Women, fire, and dangerous things: What categories reveal about the mind*. Chicago : University of Chicago Press. P. 632.
6. Levin, B. (1993). *English verb classes and alternations. A preliminary investigation*. Chicago : Chicago University Press. P. 366.
7. Lyons, J. (1968). *Introduction to theoretical linguistics*. Cambridge : Cambridge University Press. P. 519.
8. Van Valin, R. D., Jr., LaPolla, R. J. (1997). *Syntax : Structure, meaning and function*. Cambridge : Cambridge University Press. P. 744.

9. Wierzbicka, A. (1996). *Semantics : Primes and universals*. Oxford : Oxford University Press. P. 512.

К.В. Доскач
м. Житомир

СУТНІСТЬ ТЕОЛОГІЧНОГО ДИСКУРСУ ТА ЙОГО ФУНКЦІЇ В КОМУНІКАЦІЇ

Дискурс є частиною соціокультурної взаємодії, тобто спілкування людей в різних соціальних групах чи типових комунікативних ситуаціях. Чернявська В.Е. розглядає дискурс як текст в нерозривному зв'язку з ситуативним контекстом [5, с.70], тобто з тією типовою ситуацією у якій відбувається комунікація. Крім того, на думку автора дискурс – це сукупність тематично співвіднесених текстів, які зведені до однієї теми, розкритої інтертекстуально, тобто у взаємодії з іншими дискурсами [5, с.75].

У різних сферах історично сформованої комунікації виділяють багато видів дискурсу. Залежно від учасників спілкування та комунікативної ситуації виділяють стільки дискурсів, скільки існує типізованих осіб і обставин: науковий, політичний, юридичний педагогічний, релігійний тощо. Під теологічним дискурсом розуміється різновид релігійного дискурсу, що є сукупністю вербальних творів, мета яких через роздум про Бога і тлумачення Священного Писання переконати реципієнта в істинності християнського вчення. Предметом теології є тлумачення Священного Письма, церковних канонів, розробка та формулювання понять і положень, осмислення літургійної практики, норм моральності, релігійне мистецтво тощо. Розрізняють догматичне, основне, порівняльне, моральне та пастирське богослов'я, що знаходить мовно-комунікативне вираження у відповідних різновидах християнського теологічного дискурсу [2, с.337].

Теологія (богослов'я) – наука, яка ґрунтована на сакральних текстах Одкровення і виражена в дискурсивній формі вчення про Бога, його суть та дії; сукупність міркувань і доказів істинності віровчення, обґрунтування вірності певному змісту, нормам і правилам життя. Теологія визначається в широкому значенні як система християнських вчень про сенс і зміст віри (догматизм, літургія), моральне життя церкви (етика), Біблію (біблейські тлумачення, бібліологія, біблейські словники), історичний розвиток церкви та її вчення (історія церкви, патрологія), а також взаємовідносини релігії і

людей на сучасному етапі. Згідно зі словником “Християнство” богослов'я або теологія – систематичний виклад, обґрунтування і захист вчення про Бога, його риси та ознаки; комплекс доказів “істинності” догматизму, релігійної моралі, правил і норм життя вірян та духовенства [4, с.178].

Теологічний дискурс – це дискурс Богослов'я і Боговчення, який розвиває і виражає зміст християнської віри, яка сповідується Церквою. Богослов'я – це система релігійно-догматичних доказів і обґрунтування надприродних, “абсолютних” істин, що впливають з необмеженої, надчасової природи Бога. Система теології об'єднує комплекс дисциплін, кожна з яких висвітлює різні сторони християнського віровчення та має своє цільове призначення.

Детермінантами теологічного дискурсу є:

1) Сфера комунікації (релігійна) і характерна для неї картина світу, яка ґрунтується на визнанні існування Бога як вищої сакральної суті. В текстах релігійної комунікації йдеться про сакральну реальність, при якій межі між реальним і нереальним стерті. Цим пояснюються два напрямки теологічного дискурсу до світу невидимого, Божественного і світу видимого, реального.

2) Референціальна область, що визначає його тематику і змістовні доміанти, включає основні концепти теологічного дискурсу. В якості організуючого в теологічному дискурсі, як і в релігійному, виступає концепт Бог. До нього апелюють в усіх текстах, незалежно від жанру і характеру публікованих теологічних матеріалів. До найважливіших відносяться також концепти: віра, дух, душа, диво, любов та ін.

3) Функції теологічного дискурсу:

- Сакральна функція, безпосередньо пов'язана з усією релігійною сферою комунікації. Вона полягає в тому, що богопізнання здійснюється через містичне спілкування зі світом божественного, через те, що “здіймає дух до споглядання (contemplatio) вищих сутностей” [1, с.18].
- Когнітивна функція теологічного дискурсу полягає в тому, що пізнання Бога і божественної істини здійснюється за допомогою рацію, коли відбувається матеріалізація релігійного світобачення в одиницях мови, переклад містичного вчення в площину аналізу і висновків.
- Аргументуюча функція в теологічному дискурсі базується на обґрунтуванні, доказі і донесенні до вірян суті християнських істин.
- Комунікативна функція реалізується в організації взаємодії між комунікантами для передачі богословського знання в науковій або ненауковій релігійній комунікації.

- Просвітницько-повчальна функція служить виховною дією для реципієнта, формуванню у нього певного відношення до життя, наслідуючи Євангеліє [1. с.10].

Разом з виділеними функціями теологічний дискурс виконує також регулятивну (регулювання поведінки вірян) та інтеграційну (об'єднання вірян) функції, які розглядаються нами як факультативні.

4) Догматизм є основним принципом організації теологічного дискурсу. Він має на увазі опору на корпус текстів (Священне Писання (Біблія) і Священний Переказ (в католицизмі), що містять основні положення віровчення. Догматизм складає суть теологічної аргументації, що пояснює все, що відбувається у світлі Біблії. За Біблією стоїть унікальна система асоціацій, що викликаються нею у свідомості вірян. [3, с.105].

Залежно від рівнів, що традиційно виділяються в теології, а також від міри підготовленості комунікантів до сприйняття теологічної інформації (теолог/теолог, теолог/нетеолог), ми виділяємо два основні види теологічного дискурсу, представлені популярно-теологічним (виклад християнських істин для мирян, нетеологів) і теоретико-теологічним дискурсом (спілкування між фахівцями-теологами).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Гадамский А.К. Теолингвистика: история, современное состояние, перспективы [в:] Ч. Лапич (ред.), Хрестоматия теолингвистики, Симферополь : Универсум, 2008. 5 — 32 с.
2. Малікова О.В. Дискурси християнської лінгвокультури в контексті співвідношення і розмежування. Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. Вип. 21. 2012. 335 с.
3. Прилуцкий А.М. Дискурс теологии. СПб. : Светоч, 2006. 304 с.
4. Христианство : Словарь под ред. Л.Н. Митрохина. М.: изд-во «Республика», 1994. 560 с.
5. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса : проблемы речевого воздействия : уч. пособие. М., 2006. С. 69.

А. В Зорницький
Б. Д. Вертецька
м. Житомир

**ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ВЛАСНИХ НАЗВ У ТВОРАХ
ЖАНРУ ФЕНТЕЗИ (НА ПРИКЛАДІ ТВОРІВ ЦИКЛУ «ПІСНЯ
ЛЬОДУ Й ПОЛУМ'Я» ДЖОРДЖА Р. Р. МАРТІНА)**

Постановка проблеми. Сьогодні фентезі став дуже популярним жанром літератури. У жанрі фентезі особливу увагу привертають власні назви, саме тому ми хочемо дослідити ономастику жанру фентезі. Саме особливості перекладу власних назв досліджується в даній статті [2]. Ономастика – це самостійна дисципліна, зі своїм об'єктом та методами аналізу, яка розвивається разом з іншими науковими дисциплінами. Актуальність нашого дослідження полягає в особливості авторської ономастики, а саме в методах та стратегіях її перекладу [3].

Аналіз досліджень і публікацій. Будучи відносно молодим та маловивченим жанром літератури, фентезі вартий уваги дослідників. Також варто зазначити, що на даний час зростає інтерес до дослідження власних імен в стилістиці, поезиці та лінгвістиці. Все сказане вище послугувало причиною вивчення способів та методів перекладу творів жанру фентезі, а саме циклу «Пісня Льоду й Полум'я» Дж. Р. Р. Мартіна (офіційний друкований переклад Наталі Тисовської та аматорський переклад-адаптація Володимира Бродового, що є у вільному доступі в Інтернеті).

Метою є з'ясування основних методів та стратегій, які використовує перекладач під час роботи з власних назвами у творах жанру фентезі, а саме найчастіше використовувані способи перекладу.

Виклад основного матеріалу. Кожен вчений по своєму інтерпретує термін фентезі, беручи за основу певну групу характеристик для цього жанру творів, висловлюючи власну думку про витоки жанру та його основоположників. В. Гончаров вважає, що фентезі – «опис всесвіту з позиції об'єктивного ідеалізму» [1]. Т. Чернишова в своїй книзі «Природа фантастики» визначає фентезі як «адетерміновану модель дійсності, оповідання казкового типу с великою кількістю посилань, ігрову фантастику» [6; 47].

Різноманітні проблеми виникають перед перекладачем при перекладі творів жанру фентезі. Однією з них є переклад реалій, адже вони часто не мають еквівалентів в мові перекладу. Поняття «реалія» утворилось з латинської мови і утворилось від прикметника «realia», що має значення «дійсний» у формі множини середнього роду. В «Словнику української

мови» термін «реалія» означає річ, що існує матеріально; будь-який предмет матеріальної цінності [5]. Але це визначення стосується не перекладознавчого терміну. В перекладознавстві реалію можна визначити як полі- та монолексемну одиницю, яка вміщує в своєму лексичному значенні певну етнокультурну інформацію не властиву для сприйняття об'єктивної дійсності в мові перекладу.

Іншими словами, реалії – це явища та предмети, які є характерним для певної історичної епохи чи народу, для яких важко підібрати правильний лексичний еквівалент при перекладі.

Також, в процесі перекладу перекладач неминує стикається з власними назвами, що складають значну частину фонової лексики. Оніми або власні назви – це унікальна частина лексики, яка використовується для передачі неповторності та особливості не тільки художньої манери автора, але й історії, фольклору та культури цілого суспільства. Через те перекладач має бути не лише професіоналом своєї справи, але й обізнаним у різноманітних сферах людської діяльності, адже від цього залежить адекватність перекладу.

Цикл романів «Пісня Льоду й Полум'я» Джорджа Р.Р. Мартіна викликає інтерес у багатьох дослідників з точки зору перекладу власних назв, які використовуються автором для характеристики персонажів та географічних назв. Цикл романів дуже складний для перекладу, але чому? Відповідь криється в особливостях англійського фольклору та алюзіях на історичні персоналії або ж події. Наприклад якщо ми поглянемо на герб дому Ланістерів, що він нагадує? Правильно, герб дому Ланкастерів. Доми Ланкастерів та Ланістерів мають левів на гербах, навіть назви домів схожі за звучанням.

Цікавим є також переклад імен королів разом з їхніми прізвиськами аби передати сенс яких перекладач використав чимало уяви, наприклад: Aegon III the Dragonbane (Ейгон III Бич Дракони, хоча існує варіант Драконяча Смерть), Aegon IV the Unworthy (Ейгон IV Негідник), Daeron I the Young Dragon, the Boy King (Дейрон I Юний Дракони, Малолітній Король), хоча переклад Aegon V the Unlikely, як Ейгон V Щасливчик здається не дуже вдалим.

Для передачі власних назв перекладач використовує такі методи перекладу як: транскрипція, транслітерація, калька, коментуючий переклад, метод милозвучності, описовий, перетворюючий переклад. Транскрипція та транслітерація використовуються для відтворення форми лексичної одиниці за допомогою літер мови перекладу. Транскрипція – це відтворення звукової форми іншомовної лексики, а транслітерація – відтворення графічної форми.

Розглянемо наведені нижче приклади перекладу з використанням транслітерації. Даний метод використовується в наступних випадках:

– переклад власних назв, прізвищ як справжніх, так і вигаданих автором. Оригінал: I am Tyrion Lannister [7; 55]. Переклад: Я – Тиріон Ланістер [4; 58].

– переклад топонімів. Оригінал: Deepwater fishing boats and river runners came and went, ferrymen poled back and forth across the Blackwater Rush, trading galleys unloaded goods from Braavos and Pentos and Lys [7]. Переклад: Причалювали й відчалювали глибоководні рибацькі човни й річкові баркаси, через Чорноводий Бурчак туди-сюди плавали пороми, торговельні галери розвантажували товари з Браавоса й Пентоса й Ліса [4; 168].

В західній частині Ессосу розташовані дев'ять незалежних міст-держав, так звані Вільні міста (Free Cities). Qohor перекладається з використанням транскрипції Когор, хоча й існує варіант перекладу як Квохор (використання транслітерації). Місто Lys також має два варіанти перекладу Ліс(транслітерація) та Лис(транскрипція). Перекладач використовує в першому випадку транскрипцію, а в другому транслітерацію при перекладі даних міст.

– реалії та прізвиська, які мають внутрішню форму на вигаданій мові, перекладаються з використанням транслітерації, так як використання інших методів перекладу в даному випадку неприйнятні. Оригінал: After the day in the grass when she had left him to walk back to the khalasar, the Dothraki had laughingly called him Khal Rhae Mhar, the Sorefoot King [7]. Переклад: Після дня у степу, коли того змусили вертатися до халазару пішки, дотракійці глузливо прозвали його «хал Раемар», тобто «Король-Стерті-Ноги» [4].

– при перекладі власних назв для полегшення адаптації додаючи родові закінчення: Cersei – Серсея, Arianne – Аріана, Alerie – Алерія.

З використанням транскрипції, а часом і збереження транслітерації, перекладається велика група власних назв, імен та прізвищ. Оригінал: Bronze Yohn's heir, Ser Andar Royce, and his younger brother Ser Robar, their silvered steel plate filigreed in bronze with the same ancient runes that warded their father [7]. Переклад: Спадкоємець Бронзового Йона сер Андар Ройс і його молодший брат сер Робар у посріблених сталевих латах, на яких філігранно нанесені бронзою такі самі стародавні руни, як і ті, що захищають їхнього батька [4]. Оригінал: Ser Balon Swann also fell to Gregor, and Lord Renly to the Hound [7]. Переклад: Сер Балон Свон також поступився Грегору, а лорд Ренлі – Гончаку [4]. В даному прикладі прізвище Swann перекладач не використовує подвоєння в кінці, а в попередньому прикладі видно поєднання транслітерації та транскрипції

Andar Royce (Андар Ройс). Вигадані автором імена перекладаються таким же способом: Tuwin (Тайвін), Jorah (Джора), Drogo (Дрого). До цієї ж групи відносяться імена драконів, деривовків, вигаданих автором. Наприклад: Valerion, Meraxes, Vhagar – Балеріон, Мераксис, Вагар.

Слід зазначити, що перекладач активно використовує калькування під час перекладу. Наприклад таких топонімів як Highgarden (Небосад), Riverrun (Річкорин), Winterfell (Вічнозим), хоча є варіанти перекладу з використанням транскрипції – Хайгарден, Ріверан, Вінтерфелл.

Саме тому варто також брати до уваги який переклад ви досліджуєте, або ж варто також дослідити відмінності у перекладах аматорському та офіційному. Наприклад: місто Winterfell має декілька варіантів перекладу, відповідно до офіційного перекладу (за допомогою калькування) – Вічнозим, аматорський переклад – Зимосіч (також калькування), хоча існує й версія транслітерування – Вінтерфелл; так само як і місто King`s Landing: офіційний – Королівський Причал, аматорський – Король-Башта, кожен переклад здійснений за допомогою калькування.

Можливо, використання варіантів з дослівним перекладом дозволило охарактеризувати нам ці місця точніше, але на нашу думку, вони не були б такими милозвучними. Варто відзначити, що метод милозвучності використовується не самотійно, а разом з іншими методами. Це можна спостерігати і при перекладі власних назв, імен: Оригінал: Magister Illyrio was a dealer in spices, gemstones, dragonbone, and other, less savory things. He had friends in all of the Nine Free Cities, it was said, and even beyond, in *Vaes Dothrak* and the fabled lands beside the Jade Sea [7]. Переклад: Подейкували, що в нього є приятелі по всіх дев'ятьох вільних містах, та й не тільки там: навіть у *Vaie-Dotraku* й у казкових землях на берегах Нефритового моря [4].

У творах циклу зустрічається велика кількість великих та малих домів Вестеросу та Ессосу. Варто зазначити, що два континенти протиставлені один одному, адже Ессос - континент з екзотичними країнами, а Вестерос – континент Семи королівств, назви в якому вмотивовані. Саме тому більшість топонімів Вестеросу перекладаються за допомогою транскрипцій та транслітерації. Наприклад, один з будинків Простору *Медоуз* (з англійської *meadows* – «левада, лука, низина»). Назва будинку *Крейнів* (з англійської *crane* – журавель), пов'язана з легендою про можливість жінок цього будинку перетворюватись на журавлів. Розташування родового замку Фелвуд (з англійської *fell* – гірська місцевість, *wood* – дерево) в гірничо-лісовій місцевості було основою для назви дому – Фелли. Таким чином утворені назви й інших будинків, на гербах яких присутня відповідна символіка: Свони (з англійської *swan* – лебідь), Ровани (з англійської *rowan* – горобина).

Калькування використовується при перекладі в разі заміни морфем чи слів іноземної мови відповідними лексичними еквівалентними мови перекладу.

1) За допомогою калькування перекладено значна кількість топонімів: Freehold (Вільні землі), Summer isles (Літні острови), King`s Landing (Королівський Причал), Narrow Sea (Вузьке море).

2) Калькування використовується при перекладі назв кораблів, наприклад: King Robert`s Hammer («Молот короля Роберта»).

3) За допомогою калькування перекладені різноманітні титули, що є в циклі творів: Король за Стіною (The King-beyond-the-Wall).

4) Калькування використовується підчас передачі прізвиськ персонажів. Прізвиська у творах Дж. Р.Р. Мартіна є унікальними, адже у світі Мартіна існує велика кількість однофамільців та персонажів з однаковими іменами. Прізвиська підкреслюють соціальне становище персонажа, показують вияв симпатії або антипатії. Іноді прізвиська даються людям у зв'язку зі здійсненням якогось видатного вчинку. Наприклад у Джеймі Ланністера прізвисько «Царевбивця» (The Kingslayer), отримане ним в сімнадцятирічному віці після вбивства ним короля Ейриса під час повстання Роберта Баратеона.

Деякі прізвиська використовуються і в офіційній частині імен персонажів. Король Ейгон IV Негідник (Aegon the Unworthy) отримав своє прізвисько через некомпетентність його правління та виконання лише своїх забаганок.

Прізвисько Мізинчик (Littlefinger) Петір Бейліш отримав через невеликий зріст від Едмура Таллі. Прізвисько (the Mountain That Rides) Грегора Клігана – Гора-на-коні – пов'язане з його гігантським зростом восьми футів.

5) За допомогою калькування переводиться також велика частина кличок та прізвиськ тварин (драконів, деривовків, котів). Вони не тільки описують характер певної тварини, але й характеризують людину, що назвала її. Сандор Кліган назвав свого коня Невідомий (Stranger) на честь одного з Сімох, що є одним з семи ликів божества та є втіленням смерті. Ця кличка характеризує не лише норов коня, що був чорним та моторошним, але й характер його власника.

Своє прізвисько Чорний Жах (the Black Dread) дракон Балеріон отримав за те, що мав чорне полум'я, а під час польоту своєю тінню покривав цілі міста.

6) Назви мечей: Ice (Лід), Longclaw (Довгопазур), Dawn (Меч Зорі). Довгопазур – валерійський клинок, який отримав назву через свою форму, яка звучується в кінці, для зручності: щоб колоти і рубати. Меч Зорі був

названий так через свій незвичайний колір, він був блідий, як молочне скло, і ніби світиться з середини.

7) Назви війн, битв та часових відрізків: the Age of Heroes (Доба героїв), the Battle of the Trident (Битва на Тризубі).

Майже всі назви міст в творах перекладаються за допомогою транскрипції і транслітерації, або калькування. Наприклад: Ланіспорт (Lannisport), Dragonstone (Драконстон), - транскрипція, транслітерація; Кривава Брама (Bloody Gate), Зорепад (Starfall) – калькування.

Висновки та перспективи.

Дослідивши переклади творів Дж. Мартіна було з'ясовано, що під час перекладу найбільш використовуваними методами перекладу є калькування та транслітерація. Саме використовуючи ці методи були перекладені наступні групи власних назв: клички та прізвиська; назви замків; назви мечей; назви війн, битв та інших подій; титули; частина топонімів; назви кораблів. Власні імена героїв перекладаються за допомогою транскрипції та транслітерації.

Подальше вивчення перекладів творів Мартіна ми вважаємо вкрай необхідним для кращого розуміння перекладацьких способів для відтворення та збереження художньої манери Дж. Р. Р. Мартіна при роботі над художнім перекладом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Гончаров В. Русская фэнтези — выбор пути. Если. 1998. № 9. С. 216—223.
2. Горбаневский М.В. Ономастика в художественной литературе : филологические этюды. М. : Издательство УДН, 1988.
3. Карпенко Ю. Теоретичні засади розмежування власних і загальних назв. Мовознавство. 1974.
4. Мартін Джордж Р. Р. Гра престолів; Пер. з англ. Н. Тисовської. – К. : Вид. група КМ-БУКС, 2018. 800 с. : іл. (Пісня льоду й полум'я ; кн. 1).
5. Словник української мови: в 11 томах. Том 8, 1977.
6. Чернышева Т.А. Природа фантастики. Иркутск : Изд-во Иркутского ун-та, 1984.
7. George R. R. Martin. A Game of Thrones. URL : <http://royallib.com/book/Martin George/A game of thrones.html>

Г. А Кришталюк
м. Кам'янець-Подільський

ВЕРБАЛЬНИЙ ТА НЕВЕРБАЛЬНИЙ ВИМІРИ АНГЛОМОВНОГО ГАЗЕТНОГО ГІПЕРТЕКСТУ

Сучасний газетний дискурсивний простір відзначається новаторською гіпертекстовою організацією інформації [5: 40]. Визначення гіпертексту як системи зберігання текстів і образів, що дозволяє встановлювати зв'язки з іншими подібними текстами й образами [6: 151], пояснює дієвість його ролі в газетному дискурсі. По-перше, гіпертекст структурує газетний дискурс [3: 216]. По-друге, він є інструментом конструювання і реконструювання дійсності учасниками спілкування [4: 279], що виявляється у репрезентації подій. Такі функції гіпертексту реалізуються передусім когнітивно-технологічно вибором вузла, ознайомлення з ним і пов'язування з іншим вузлом за певним обраним принципом [7: 4]. Взаємодія людини з дійсністю ускладнюється або спрощується оскільки опосередковується не лише дискурсом, але й його гіпертекстом, який розглядають як нематеріальний текст, утворений з допомогою інтегрованих інформаційних технологій, таких як персональний комп'ютер та Інтернет [2: 110].

Мета цієї розвідки полягає у становленні відмінностей у функціонуванні вербального та невербального вимірів англомовного газетного гіпертексту.

Матеріалом дослідження слугували паперові та електронні британські газети: *The Daily Telegraph*, *The Daily Mail*, *The Telegraph* і *The Mail Online* за 2016-2017 роки.

Перебування в обігу паперового та електронного формату газети, домінування останнього [1; 8] призвело до якісно нового конструювання подій. З урахуванням того, що обидва формати газет репрезентують події вербально й невербально, то варто зазначити про різне функціонування цих вимірів. Вербальна гіпертекстова репрезентація подій реалізується словесними одиницями як-то назвами газет, секцій, заголовками, підзаголовками, підписами і текстами для передачі інформації на сторінках англомовних газетних видань. Невербальна гіпертекстова репрезентація подій спирається на їхнє аудіовізуальне творення, сприйняття та осмислення, відзначається інтегральністю, мультимодальністю, опорою на зорові, слухові та просторові образи, що передбачає посилену активацію уваги, сприйняття та зоро-просторового орієнтування у просторі газетної шпальти.

Паперовий гіпертекст перших сторінок досліджуваних газет представлений більш різноманітним за змістом вербальним складником і

однотипним, спрямованим лише на візуальне сприйняття невербальним. Протилежне спостерігаємо в електронному гіпертексті, в якому вербальний складник відзначається меншою часткою змісту, а невербальний – полімодальністю й гібридністю. Паперовий гіпертекст перших сторінок *The Daily Telegraph* інформує про події за рахунок збільшення частини вербального складника, а електронний гіпертекст перших сторінок *The Telegraph* переважно анонсує події завдяки зменшенню вербального (40%) та збільшенню невербального (60%) складника. Паперовий гіпертекст перших сторінок таблоїда *The Daily Mail* теж відзначається переважно вербальною репрезентацією подій (60%), невербальні елементи займають 40% площі та мають супровідний характер. В електронному таблоїді *The Mail Online* збільшується об'єм як вербального, так і невербального складника, у порівнянні з широкоформатною електронною газетою *The Telegraph*, але одночасно вербальний складник займає 40% площі по відношенню до невербального складника, який охоплює 60% площі шпальти. Відповідно дослідження показує, що широкоформатні та малоформатні електронні газети виявляють однакове співвідношення вербального та невербального складників.

Таким чином, розрізнення та вивчення вербального та невербального вимірів англomовного газетного гіпертексту відкриває нові можливості для пояснення особливостей конструювання медіа-подій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Асмус Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: дис. канд. филол. наук. 10.02.19. Челябинск, 2005. 266 с.
2. Доскоч І. Феномен гіпертексту крізь когнітивно-прагматичну парадигму. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Сер. Філологія (мовознавство)*. 2016. Вип. 23. С. 109 — 114.
3. Заборовская С. В. Газета как гипертекст. *Вісник Харківського університету. Сер. Філологія*. 2001. Вип. 33. С. 216 — 220.
4. Кришталюк Г. А. Друкований та електронний британський гіпертекст: зіставне комунікативно-когнітивне дослідження. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Сер. Філологічні науки*. 2017. Вип. 45. С. 279 — 283.
5. Harnad S. Post-Gutenberg galaxy: The Fourth Revolution in the means of production of knowledge. *Public-Access Computer Systems Review*. 2009. Vol. 2, № 1. P. 39 — 53.

6. Hypertext. *Dictionary of Media and Communications* ed. M. Danesi. N.Y., London, 2009. P. 151 — 152.
7. Rouet J. F., Levonen J. J., Dillon A., Spiro R. J. An introduction to Hypertext and Cognition. *Hypertext and Cognition*. New York and London : Routledge, 1996. P. 3 — 8.
8. Sengun S. Cybertexts, hypertexts and interactive narrative : why shan't the prodigal children overthrow their forefathers. LIT FICTION 13 Conference Proceedings "Innovation, difference, irregularity" : 2013. Istanbul : Mimar Sinan University Press, 2013. P. 58 — 66.

Ю. В. Лисецька
м. Житомир

МОДАЛЬНІСТЬ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ КОМПОНЕНТ ЕПІСТЕМІЧНИХ МАРКЕРІВ

Модальність – мовна універсалія, яка є однією з основних категорій мови. Термін вживається для позначення мовних явищ, що відрізняються змістовим наповненням, граматичними властивостями і ступенем оформленості на різних рівнях мовної структури [9, с.303].

Поняття "модальність" використовується для позначення неоднорідних за змістовим наповненням та граматичними властивостями явищ. Основоположником тлумачення категорії модальності є І. Кант. Розглядаючи основні способи, які використовує наш розум для поєднання предметів пізнання, І. Кант визначає форми судження, котрі є поєднанням суб'єкта і предиката. Одним із цих поєднань є модальність [8].

Вивчення природи модальності наразі залишається дискусійним питанням в лінгвістиці. Як загальну семантичну категорію речень, що має змішаний лексико-граматичний характер, модальність розглядається в працях багатьох мовознавців [3, 5, 7].

Модальність поділяють на об'єктивну та суб'єктивну. Об'єктивна модальність – це обов'язкова ознака висловлення, одна з категорій, що формує речення. Об'єктивна модальність виражає відношення повідомлення до дійсності, пов'язана з категорією часу й диференціюється за ознакою визначеності / невизначеності часу події. Суб'єктивна модальність, на відміну від об'єктивної, є факультативною ознакою висловлення. Змістову основу суб'єктивної модальності формує поняття оцінювання, яке складається з логічної (раціональної) характеристики повідомлення й різних видів емоційних реакцій на нього. Цей тип модальності включає весь діапазон реально існуючих у мові

різноаспектних способів кваліфікації повідомлення й реалізується за допомогою вставних одиниць, спеціальних модальних часток, вигуків, інтонації, порядку слів та використання синтаксичних конструкцій [8].

Функціонально-семантична категорія, яка відображає відношення між висловленням та дійсністю називається епістемічною модальністю. Це комплекс актуалізаційних категорій, що відображають відношення основного змісту висловлення до дійсності в контексті правдоподібності/неправдоподібності з кута зору мовця. Відношення між змістом повідомлення та реальністю відображається у значенні (актуальність дії), достовірності, меті вислову, ствердженню/протиставленню або евіденційності [2].

Модальність реалізується або на граматичному, або на лексичному та на інтонаційному рівні і виражається різними граматичними і лексичними засобами: спеціальними формами відмінювання, модальними дієсловами, модальними словами та інтонаційними засобами.

Епістемічна модальність – підтип мовної модальності, яка має справу з оцінкою/судженням мовця, ступенем впевненості в знаннях, на яких ґрунтується пропозиція, вона допомагає висловити коментар щодо основного змісту пропозиції [6, с. 208]. В межах епістемічної модальності виділяють об'єктивну та суб'єктивну модальності. Об'єктивна епістемічна модальність – обов'язковий семантико-прагматичний "вимір" будь-якої комунікативної одиниці (висловлення, мовленнєвого жанру, тексту, дискурсу), складник її предикативності, який виражає відношення того, про що повідомляє адресант, до об'єктивної дійсності в аспекті реальності/ірреальності, можливості/неможливості, бажаності/небажаності змісту повідомлюваного.

Суб'єктивна епістемічна модальність – факультативний семантико-прагматичний чинник комунікативної одиниці й спілкування в цілому, який реалізується як низка різноманітних відношень адресанта до повідомлення: позитивних/негативних, очікуваних/неочікуваних, приємних/неприємних, прийнятних/неприйнятних, впевненості/невпевненості, згоди/незгоди та багатьох інших [1, с. 190].

У текстах ранньомовноанглійської мови епістемічна модальність реалізується за допомогою вставних одиниць, які займають синтагматично автономну позицію в складі висловлення. Такі одиниці називаються епістемічними маркерами (далі ЕМ). ЕМ – слова або конструкції, які епістемічно модифікують висловлення (лексично або граматично). До ЕМ слід віднести функціональні одиниці, що виражають суб'єктивну думку мовця про подію чи ситуацію об'єктивної реальності [4, с.23]. ЕМ є лінгвістичним засобом відображення епістемічної модальності. Згідно з класифікацією Р. Квірка, ЕМ представлені: матричними клаузами

головного речення, адвербіальними клаузами, номінативно-означальними клаузами, інфінітивними клаузами [11, с.1113].

Проаналізувавши ранньовоанглійські релігійні тексти було зафіксовано ЕМ *I believe, I think, perhaps*, наприклад:

- 1) *Now, besides this literal and positive kind of death, there are others whereof divines make mention, and those, **I think**, not merely metaphorical, as mortification, dying unto sin and the world* [10].
- 2) ***I believe**, that all this is true, which, indeed, my reason would persuade me to be false: and this, **I think**, is no vulgar part of faith, to believe a thing not only above, but contrary to, reason, and against the arguments of our proper senses* [10].
- 3) *Experience and history informs me that, not only many particular women, but likewise whole nations, have escaped the curse of childbirth, which God seems to pronounce upon the whole sex; yet do **I believe that** all this is true, which, indeed, my reason would persuade me to be false: and this, **I think**, is no vulgar part of faith, to believe a thing not only above, but contrary to, reason, and against the arguments of our proper senses* [10].
- 4) *Nor must a few differences, more remarkable in the eyes of man than, **perhaps**, in the judgment of God, excommunicate from heaven one another; much less those Christians who are in a manner all martyrs, maintaining their faith in the noble way of persecution, and serving God in the fire, whereas we honour him in the sunshine* [10].

ЕМ у прикладах (1)-(3), представлені матричними клаузами і вважаються найбільш уживаними. Вони зазвичай, включають перехідне дієслово, що вимагає номінативного *that*-конектора як додатка. У прикладах (1)-(3) підметом функціонує особовий займенник "I" та дієслова *believe* та *think* у теперішньому часі. Приклад (1) ілюструє вживання ЕМ *I think*, що вказує на вираження впевненості мовця. ЕМ *I believe* у прикладах (2)-(3) також ілюструє вираження впевненості у вірогідності свого повідомлення, використовуючи для підсилення ще один ЕМ *I think*, що підтверджує вживання декількох ЕМ в межах одного висловлення і є характерним для текстів ранньовоанглійської мови. У прикладі (4) епістемічна модальність реалізується за допомогою ЕМ *perhaps*, який за своєю природою вважається модальним словом, що виражає невпевненість у вірогідності повідомлюваного.

Отже, модальність демонструє рівень обізнаності автора висловлення щодо предмету обговорення. Епістемічна модальність виступає ключовим елементом у функціонуванні ЕМ в ранньовоанглійських релігійних текстах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Балли Ш. Французская стилистика. Текст пер. с фр. К. А. Долинина. – М. : Изд-во иностр. лит., 1961. 344 с.
2. Беляева Е. И. Функционально-семантическое поле модальности в английском и русском языках. Воронеж : Издательство ВГУ, 1985.
3. Виноградов В. В. О категории модальности и модальных словах в русском языке. Избр. тр. Исследования по русской грамматике. М., 1975. С. 56 — 87.
4. Кибрик А. Рассказы о сновидениях : корпусное исследование устного русского дискурса. Litres, 2017. 738 с.
5. Колшанский Г. В. Логика и структура языка. М., 1965. С. 93 — 94.
6. Ніжнік Л. І. Мовні засоби вияву комунікативних інтенцій персонажа у художньому творі. Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія : Філологічна. 2014. Вип. 44. С. 207 — 210
7. Панфиллов В. З. Категория модальности и ее роль в конструировании структуры предложения и суждения. Вопр. языкознания. 1977. №4. С. 37 — 48.
8. Худяков А. А. Теоретическая грамматика английского языка. М. : Издательство "Академия", 2005. 256 с.
9. Ярцева В. Н. Большой Энциклопедический Словарь. Языкознание. М. : Издательство "Советская энциклопедия", 1989. 683 с.
10. Browne Thomas Religio Medici [Електронний ресурс] – Режим доступу : www.luminarium.org/renascence_editions/browne/medici.html
11. Quirk R. Comprehensive Grammar of the English Language. Longman, 1989. 1779 p.

О.А. Малинівська
м. Житомир

ЖАНРОВА СПЕЦИФІКА РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

У зв'язку з тим, що поняття жанру і жанрових особливостей, не дивлячись на їх постійну присутність у лінгвістиці тексту, у функціональній стилістиці, у прагмалінгвістиці і теорії дискурсу, наразі є об'єктом чисельних дискусій способів їх формування і особливості

використання становлять особливий інтерес у сучасних лінгвістичних дослідженнях.

Жанр є об'єктом міждисциплінарних досліджень (функціональна і комунікативна, синхронна і діахронічна лінгвістика, текстологія, теорія архітектури, музики, образотворчих мистецтв), у кожному напрямку науки поняття «жанр» розглядається під своїм кутом. Активне дослідження жанрів мовлення в кінці ХХ ст. призвело до появи нової інтегративної дисципліни–жанроведення. Категорія жанру розглядається лінгвістами, з одного боку, як жанр мови (мовлення), з іншого – як жанр мовного твору, текстотипу [8].

З точки зору когнітивної теорії, що бурхливо розвивається останнім часом, жанр є ментальною схемою, яка допомагає орієнтуватися у мовній події, витягувати з пам'яті сценарій, що дає можливість прогнозувати розгортання дискурсу, відбирати мовні засоби [2; 5].

У другій половині ХХ ст. жанр стає об'єктом уваги теорії комунікації [10; 12]. Термін «мовний жанр» був уперше використаний М. М. Бахтіним. Відповідно до його концепції, мовний жанр – це первинна форма існування мови, яка виникає в певній ситуації спілкування; жанр обов'язково адресований, має власну нормативну експресію; кожна мовна сфера виробляє свій репертуар мовних жанрів [1; 7]. С. Гайда зазначає, що слід розрізняти жанр як текстовий феномен (об'єкт пізнання), жанрове поняття (повсякденне, те, що усвідомлюється частиною жанрової компетенції громадської мовної свідомості, і наукове, те, що створюється в генеалогічних теоріях). Таким чином, жанр – це елемент дійсності, факт суспільної свідомості та інструмент наукового опису [3]. Жанрова класифікація текстів є, з одного боку, частиною комунікативної компетенції, з іншого – мовної компетенції, тому поняття жанру тісно пов'язане зі сферою діяльності людини. Поява нових сфер діяльності породжує нові жанри, звідси жанр, враховуючи низку ознак, осмислюється як обмеження комунікативної ситуації.

У процесі складання тексту людина орієнтується на конкретну модель мовного жанру. Для опису жанру рекламного тексту найбільш оптимальною є модель мовного жанру, запропонована Т.В. Шмельовою, оскільки в ній визначені його суттєві жанроутворюючі ознаки [12: 88-90]. Відрізняючись один від одного додатковими характеристиками, вони демонструють загальні параметри: адресант («образ автора», «відправник», «фактор автора»), адресат («одержувач», «партнер»), предмет («тема», «предмет мовлення», «референтна ситуація», «диктумний зміст», «тип події»), мета («комунікативна інтенція», «комунікативна мета»), образ часу («комунікативне минуле і комунікативне сьогодні»). Текст певного жанру характеризується мовними особливостями функціонального стилю,

до якого відноситься цей жанр, і власними додатковими ознаками. При створенні тексту людина орієнтується на певний жанр, його модель.

Спробу виділити і проаналізувати сучасні власне рекламні жанри зробили В. В. Учюнова, С. А. Шомова, Т. Е. Грінберг, К. В. Конанихін в колективній монографії «Реклама: Палітра жанрів». Вони диференціюють жанри за знаковим способом передачі повідомлень: друкованим, радійним, візуальним, аудіовізуальним. В основі змістовно-композиційних блоків, з яких вибудовуються жанрові модифікації в рекламі, лежить взаємодія таких факторів як: цільова орієнтація рекламодавця; специфіка адресата рекламного звернення; особливості самого рекламованого об'єкта [9: 8].

Розглядаючи перенесення жанрових параметрів публіцистики в жанровий простір реклами, Т.В. Жаворонкова зазначає, що практично вся жанрова сітка публіцистики зберігається в рекламі: тут експлуатуються і інформаційні, і аналітичні жанри [4: 79].

Істотна особливість жанру рекламного повідомлення – конкретна мета і чітка адресна спрямованість, тому жанр містить в собі концепцію адресата і відповідних реакцій [12]. Рекламний текст є продуктом комунікації, результатом взаємодії мовця і слухача / читача в процесі комунікації. У рекламних жанрах виділяється два антропоцентра: адресант (автор-укладач рекламного повідомлення) і адресат (цільова аудиторія), в силу чого всім текстам реклами властива діалогічність [8]. Необхідно зазначити, що авторство рекламного повідомлення ніколи не буває індивідуальним. У ролі адресата, як правило, виступає узагальнений образ рекламодавця, замовника реклами та копірайтера [6].

Отже, не дивлячись на відсутність єдиного, чіткого визначення терміна «жанр», ми визначаємо його як елемент дійсності, факт суспільної свідомості та інструмент наукового опису, а мовний жанр – як первинну форму існування мови, яка виникає в певній ситуації спілкування. Оскільки єдиних підходів до класифікації жанрів реклами дотепер не існує, ми поділяємо точку зору дослідників, які вважають, що базою, основою жанрової класифікації рекламних текстів є система публіцистичних жанрів: інформаційних, аналітичних і рідше художньо-публіцистичних [11: 57].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров. Собрание сочинений : в 7-ми т. М. : Русские словари, 1997. Т. 5. С. 159—260.
2. Вежбицкая А. Речевые акты. Новое в зарубежной лингвистике. М. : Наука, 1985. Вып. 16. С. 251—275.
3. Гайда С. Проблемы жанра. Функциональная стилистика : теория стилей и их языковая реализация. Пермь, 1986. С. 23.

4. Жаворонкова Т. Н. Жанры печатных рекламных сообщений : автореф. дис. канд. фил. наук : спец. 05.25.03 «Библиотечковедение, библиографоведение и книговедение» Москва, 2005. 20 с.
5. Кубрякова Е. С. Человеческий фактор в языке. Язык и порождение речи. М. : Наука, 1991. 238 с.
6. Мамедов А.Н. Коммуникативно-прагматические аспекты текстов печатной немецкоязычной рекламы. Москва : МПГУ, 2015. 108 с.
7. Матвеева Т. В. Учебный словарь: русский язык, культура речи, стилистика, риторика. М. : Флинта : Наука, 2003. 431 с.
8. Миронова А. А. Жанры рекламы: к проблеме квалификации. Вестник Челябинского государственного университета. 2012. №32. С. 67—71.
9. Реклама : палитра жанровую [В. В. Ученова, С. А. Шомова, Т. Э. Гринберг, К. В. Конаныхин]. М. : РИП-холдинг, 2000.
10. Радзиевская Т. В. Текстовая коммуникация. Textoобразование. Человеческий фактор в языке : Коммуникация. Модальность. Дейксис. М. : Наука, 1992. С. 79—108
11. Столярова Е. В. Исследование текстов политической рекламы : коммуникативный аспект. Орел: ГОУ ВПО «ОГУ», 2009. 484 с.
12. Шмелева Т.В. Модель речевого жанра. Жанры речи. Саратов : Колледж, 1997. Вып.1. С. 88—98.

Мосієнко О. В.
Житомир

ОСОБЛИВОСТІ КОНСТРУЮВАННЯ ПОДІЙ В АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ НОВИН

Способи та засоби впливу на адресата в межах різних видів дискурсу привертали і продовжують привертати увагу дослідників. Особливо цікавим це питання є при вивченні медіа дискурсу, оскільки, для того, щоб ефективно представити подію у тексті новин, необхідно застосовувати певні маніпулятивні інструменти. Такими інструментами є квантифікатори, які можуть використовуватися журналістами для порушення максими якості інформації і максими способу, що пов'язане з особливостями сприйняття цифр і чисел, які використовуються як засіб впливу в медіа дискурсі [2, с. 27].

Цифрові дані у текстах новин виконують функцію маркерів, що привертають увагу читача і відкладаються в його свідомості, а самі об'єкти обчислення завдяки цьому виявляються в сильній позиції і мають перевагу

при сприйнятті в порівнянні з іншими одиницями повідомлення. Цифровий контент новин відбиває явище “матиматизації світу”, що змінює сприйняття повідомлення адресатом. У цьому ключі було виокремлено п’ять основних тематичних полів, які найчастіше маркуються цифровими позначеннями в тексті новин: позначення часу, міри, грошей, людей і нумерація [6, с. 128].

Квантифікативна інформація відображає специфіку сприйняття навколишньої дійсності та її мовної інтерпретації. Семантика квантифікації невіддільна від емоційно-експресивних прагматичних значень і психологічно вмотивованих конотацій. Семантичні і прагматичні параметри квантифікації можуть бути охарактеризовані як взаємозалежні і взаємообумовлені. Квантифікативність також відображає параметри людини і зовнішнього світу [1; 2, с. 159].

Цифри в людському житті відбивають звичність і порядок, такий світ сприймається людиною як стабільний і безпечний. Тому представлення точних даних за рахунок використання в новинах квантифікаторів, зокрема числівників, створює відчуття впорядкованості світу з одного боку і прагнення протистояти хаосу з іншого [6, с. 131]. Кількісній оцінці піддаються як предметні сутності, так і їх ознаки, дії і події, а тому кількість може бути представлена у вигляді онтологічної тріади: предметокількість, процесокількість, ознакокілкість. Зміст предметокількості становить кількість предметів або їх частин. Змістом процесокількості є або число окремих процесів або частин одного процесу (кратність), або протяжність безперервного процесу в часі. Ознакокілкість виражається прислівниками і прикметниками, які поєднуються з квантифікаторами [5, с. 110].

Квантифікатори вказують на кількість предметів у межах поля зору [8, с. 32; 10, с. 182-183; 11, с.116] та є засобами відображення відношень „множина-елемент” [7, с. 160-164] та „частина-ціле”, яке покладене в основу формування абстрактного поняття кількості [3, с. 5]. За ступенем узагальнення кількісних значень, квантифікатори передають поняття як дискретної так і недискретної кількості, не вказуючи на точне число референтів, а позначають „розмиті” межі кількісного параметру.

Квантифікатори англійської мови поділяються на ті, які вживаються з іменником в однині (*one*, всі порядкові числівники, займенники *each, either, neither, little, less, least*), у множині (всі кількісні числівники, крім *one*, а також займенники *both, several, many, much, few, a few, a number of, a pair of*), з іменником в однині, якщо він незлічуваний, або тільки з формою множини, якщо іменник злічуваний (*some, any, more, most, enough, a lot of, plenty of, a great/good deal of*). *Each, every, some, any, (n)either, enough* є одночасно детермінативами і квантифікаторами.

Квантифікатори *some, several, (a) few, (a) little, many, much, all* виражають у сучасній англійській мові неконкретну кількість та поділяються на дві протиставні, але внутрішньо пов'язані групи. Перша позначає максимально-невизначену велику кількість (*many, much, all*) і вказує на сприйняття референта у далекій перспективі, оскільки для спостерігача важко або зовсім неможливо диференціювати його. Друга група відображає мінімально-невизначену кількість (*some, several, few, little, a few, a little*), пов'язуючи референти з наближеною перспективою.

Little та *few* впливають на ті імплікації, які можна вивести з висловлення. Квантифікатори *each, every* та *any* вживаються з іменниками в однині, якщо мовиться про всі явища даного класу. Вони описують одиничний випадок і тому є “універсальними квантифікаторами”, оскільки цей одиничний випадок сприймається як “показовий приклад” класу і всі якості, які приписуються йому, характеризують увесь клас цих явищ. Різниця між *every, each* і *any* полягає в тому, що в їх основі лежать різні моделі сприйняття об'єктів дійсності: одночасне спостереження (*simultaneous viewing*), послідовне вивчення (*sequential examination*) і довільний вибір (*random selection*) [10, с. 294]. Квантифікатор *every* вказує на вияв об'єкта, як одного з класу йому подібних, напр., *President Trump's chief economic adviser said Thursday that he could not guarantee that every middle-class American would pay less under the GOP tax reform plan, but that is the goal* [The Washington Times 28.09.2017]. У наведеному висловленні номінативна фраза *every middle-class American* позначає кожного американця середнього класу, який сприймається як окремий представник суспільства. Проте квантифікатор *every* імплікує ще й ідею всезагальної вимоги, яка висувається не тільки до окремо взятого американця, а й усіх представників середнього класу стосовно можливості сплати нижчих податків відповідно до нового плану податкової реформи. У фрагменті *Each person should be responsible for paying his share of taxes (i.e., 50 percent of the population can no longer avoid the obligation)* квантифікатор *each* у поєднанні з іменником *person* відображає послідовне сприйняття суб'єктів (американців у даному контексті), які повинні сплачувати певний обсяг податків (не одночасно, а відповідно до норм і у визначений законодавством термін) [The Washington Times 28.09.2017]. Квантифікатор *any* відображає вибір референта навмання, напр., *President Trump has suffered the most unfavorable press coverage of any president on record, according to a report from the Shorenstein Center at Harvard* [The Washington Times 19.05.2017]. Дискурсивний фрагмент інформує читачів про те, що Дональд Трамп як жоден інший президент зазнав найбільш негативного висвітлення у пресі. Квантифікативна номінативно-референційна одиниця

any president позначає одного з президентів США, з яким порівнюється нинішній керівник держави.

Отже, точна квантифікація підпорядкована цілям об'єктивного відображення подій. Неточна квантифікація відображає дескриптивну інформацію і реалізується в кількісно-оціночних висловлюваннях. Інтерпретативний характер оцінки має приблизна номінація кількості (апроксимація), пов'язана з псевдоточними виразами, які провокують позитивне чи негативне ставлення читача до представлених референтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Берри Р. Детерминативы и квантификаторы. Справочник по английскому языку. М. : АСТ Астрель, 2004. 221 с.
2. Гайломазова Е. С. Квантификация в аспекте лингвопрагматики. Гуманитарные и социально-экономические науки. 2010. № 6. URL : <http://www.hses-online.ru>. С. 158 — 165.
3. Грачова І. Є. Становлення класу слів-квантифікаторів в англійській мові (VII–VII ст.) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 „Германські мови” К., 2007. 20 с.
4. Каламаж М. А. Числівник : екстралінгвістичні та лінгвістичні характеристики. Проблеми семантики, прагматики і когнітивної лінгвістики відп. ред. Н. М. Корбозерова. К. : Київськ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, 2007. Вип. 11. С. 160 — 168.
5. Кузина И. Ю. Категория количества и ее выражение в языке (введение в проблематику). Научно-педагогический журнал Восточной Сибири *Magister Dixit*. Иркутск, 2014. Вып. 1 (13). С. 108 — 117.
6. Симакова С. И. Цифра в газетном тексте (на примере рекламной информационной газеты «Интересное предложение»). Вестник Челябинского государственного университета. 2010. № 32 (213). Филология. Искусствоведение. Вып. 48. С. 128 — 131.
7. Barwise J. Generalized quantifiers and natural language. R. Cooper. *Linguistics and Philosophy*. 1981. Vol. 4, № 2. P. 159 — 219.
8. Berry R. Determiners a class apart. *English Today*. 1993. Vol. 14, № 1. P. 27 — 34.
9. Chierchia G. Questions with quantifiers. *Natural Language Semantics*. 1992. Vol. 1, № 2. P. 181 — 234.
10. Langacker R. *Cognitive Grammar. A Basic Introduction*. Oxford University Press, 2008. 562p.
11. Radden G. *Cognitive English Grammar*. R. Dirven. John Benjamins Publishing Company, 2007. 374p.

Нідзельська Ю. М.
Садовська Я. М.
м. Житомир

ЕМОЦІЇ ЯК ВАЖЛИВИЙ ОБ'ЄКТ ДЛЯ ДОСЛІДЖЕННЯ В СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ

Перш за все, варто зазначити, що мова як один з найважливіших інструментів людського спілкування не лише забезпечує мовців обміном інформацією, але відображає їх внутрішній емоційний стан. Як зазначає К. Ізард, людська поведінка базується саме на емоціях, вони активізують та певним чином організують сприйняття, мислення, стремління особи або осіб. Емоції чинять безпосередній вплив на перцептивні процеси, фільтрують інформацію, яку людина може отримати за допомогою органів чуттів, активно втручаються у процес її наступної обробки [1]. З іншого боку, існують як мінімум дві семіотичні системи емоцій *Body language* та *Verbal language*, які постійно перебувають між собою у відносинах, які науковцям ще треба детально вивчати [3]. Ці фактори, та зацікавленість емоційною сферою такими науковцями: К. Ізард, О. Леонтьєв, С. Рубінштейн, В. Шаховський значною мірою зумовлюють *актуальність* запропонованого дослідження. Більше того, вираження різних емоцій реалізуються на різних рівнях: *фонетичному, морфологічному, лексичному і синтаксичному*.

Мета роботи – розглянути емоції як об'єкт мовознавчих пошуків. *Завдання* – надати визначення емоції, представити пріоритетні напрямки вивчення емоцій в мовознавстві, пояснити сутність категорії емотивності.

Варто зазначити, що емоції є універсальними і впізнаваними у різних культурах. Проте, окрім універсальних емоційних станів, спостерігаються специфічні для певної культури переживання. Зважаючи на те, що емоції є складовою частиною культури будь-якого народу, можна стверджувати, що вони вербалізуються в його мові.

Норми вираження емоцій теж нестабільні, вони є різними у різних лінгвокультурах, у різних епохах, навіть, як підкреслюють сучасні мовознавці, усередині однієї культури. Вони різняться в залежності від одного соціального класу до іншого. У лінгвістиці, яка зосереджена на аналізі категорії емотивності, звичайно використовують різні засоби, *vocal / nonvocal, verbal / nonverbal*, способи вираження різного спектру емоцій. [3]. Очевидно, що у нашому житті існують як емоції, так і їх фізіологічна екстеріоризація, наприклад, сльози або сміх. У нашій життєдіяльності зафіксовані їх різні способи вербалізації, тобто назва, вираження та опис відповідно [3].

В загальних рисах було встановлено, що первинна семіотична система (невербальна) перевершує вторинну (вербальну) з точки зору надійності, швидкості, прямоти, якості (сили) вираження та комунікації емоцій [3], а також адекватності їх декодування отримувачем.

Варто підкреслити, що емоції тісно пов'язані зі знаннями: змінюються знання, думки, це за собою досить часто провокує зміну емоції людини. Відтак, встановлено, що емоції здатні змінюватися із часом [3]. Різному віку людей є характерними свої емоції, більше того, різним поколінням людей властиві дещо інші домінуючі емоції.

Значення емоційного напрямку – це ті почуття й емоції, які зумовлені діяльністю людини та її ставленням до подій, предметів, явищ, інших людей.

К. Ізард наголошує на тому, що визначити емоцію є важким завданням, ми погоджуємося із цим. Для цього існує дві причини. По-перше, емоцій багато, кожна з них своєрідно проявляється. Так, наприклад, емоція гніву може викликати агресивну реакцію, страх – реакцію самозахисту. По-друге, емоція є надзвичайно складним феноменом, який активізує різнопланові когнітивні процеси [1]. *Емоція* є тим, що переживається як почуття, яке здатне мотивувати, організовувати, спрямувати сприйняття, мислення, а також дії. Отже, вищезгаданий учений трактує її як короткочасну емоційну реакцію на раптові події, яка не має чітко вираженого позитивного чи негативного забарвлення. У момент виникнення вона здатна гальмувати всі попередні емоції, тобто ми можемо робити висновки про її не прогнозованість.

Сьогодні в мовознавстві емоцій можна виділити певний перелік важливих питань, що вже сформулювали декілька *пріоритетних напрямів*, а саме:

- типологія емотивних знаків, що слугують для фіксації різних проявів емоцій;
- вплив емоційного типу на формування мовної картини світу, поняття емоційної мовної картини світу;
- комунікація емоцій;
- кореляція лексики емоцій у різних мовах світу;
- національно-культурна специфіка вираження емоцій;
- критерії емотивності мови;
- співвідношення лінгвістики і паралінгвістики емоцій;
- вплив емансипації емоцій на мовні процеси;
- емоційне забарвлення тексту;
- -емотивний семантичний простір мови і емотивно-смысловий простір мовної особистості;

- лексикографія емотивності;
- -прагматика опису і вираження власних миттєвих, минулих навіть чужих емоцій, приховання, імітація, симуляція тощо [3].

Істотною категорією для розуміння емоційної сфери спілкування є емотиви. Таким чином, *емотивність* – це емоційність у мовному значенні, тобто чуттєва оцінка об'єкту, вираження мовними або мовленнєвими засобами відчуттів або переживань людини [2]. Розглядають як основні характеристики емоцій такі: *стійкість* – *змінність*. Відтак, емоційні стани можуть тривати від декількох секунд до декількох годин, можуть бути більш менш інтенсивними. З іншого боку, це *вродженість* – *набутість*. У такому контексті варто зазначити, що акт існування генетичних механізмів фундаментальних емоцій зовсім не означає, що в емоційному житті людини є певні аспекти, які не модифікуються. Навпаки, майже усі люди, які по мірі того, коли стають дорослішими, навчаються керувати вродженою емоційністю, можуть навіть її певною мірою трансформувати [1].

Існує така точка зору, яка передбачає, що найбільшою мірою емотивність мовлення створюється особобою мовця, його темпераментом, почуттями, емоціями, ситуацією спілкування. Емотивне значення зумовлюється сприйманням світу мовцем через його психічний стан.

Крім того, емотивність є важливою текстотвірною категорією, а також інструментом для виділення необхідних логічних зв'язків, переконання читачів та фокусування їхньої уваги на ключових моментах тексту. Більше того, емотивність – вираження емоцій. На рівні мови емоції трансформуються в емотивність, адже емоції – психологічна категорія, емотивність – мовна [3].

Науковці зазначають, що емоції можуть бути виражені різними способами: у вигляді емоційних реакцій, що є зовнішнім способом вираження емоцій, або у вигляді емоційного стану, яке відображає внутрішні переживання людини. Зовнішньо різноманітні переживання почуттів виявляються у специфічному виразі обличчя так званій емоційній масці. Як відомо, опис емоцій здійснюється переважно за допомогою мовних одиниць, які позначають певні оптико-кінестетичні та акустичні симптоми, іноді – вегетативні.

Отже, у перспективі нашого дослідження – розглянути реалізацію емоції здивування в англomовному художньому дискурсі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Изард К. Психология Эмоций (Мастера Психологии). URL : [https://studfiles.net/preview/4019621 /page:2/](https://studfiles.net/preview/4019621/page:2/).
2. Словник української мови: в 11 томах. Том 2, 1971. URL : <http://sum.in.ua>
3. Шаховский В И. Что такое лингвистика эмоций. URL : http://tverlingua.ru /archive/ 012/3_shakhovsky.pdf

Н. О. Новокшорова
м. Дніпро

ВЛАСНІ ІМЕНА ПРИ ПЕРЕКЛАДІ У ФІЛОСОФСЬКОМУ ДИСКУРСІ: ТРАДИЦІЇ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ

Сьогодні, в епоху глобалізації, і постійно зростаючої потреби в науковому спілкуванні переклад будь-якого типу тексту: культурного, технічного, наукового – особливо необхідний, проте роль перекладу в розвитку філософського дискурсу вимагає особливої уваги. Філософія є міжнародним універсальним проектом і тому передбачає інтеграцію національної наукової думки в міжнародне співтовариство за допомогою перекладу з рідної мови на іноземну та навпаки. І хоча основна проблема сьогодні – це, як і раніше, адекватний переклад англомовних текстів, тож і переклад з німецької мови на українську є особливо важливим завданням, оскільки саме німецька філософія дала світу безліч великих імен.

Як відомо, до числа найбільш важливих питань перекладу належить проблема так званого «наївного перекладу» (Т.В. Барчунова). Наприклад, «негативні перекладачі» приписали Л. Вітгенштейну концепцію «атомарного факту» (В.А. Суровцев), або поняття діяльності підтримувалася перекладом з німецької класичної філософії, де йому відповідало поняття «Tätigkeit». Разом з цим, в англомовних творах Дж. Батлер, що присвятила одну зі своїх робіт філософії Гегеля, «агенсу»– це або дієздатність, або діяльність. Таким чином, очевидно, що ця проблема не чужа і визнана дослідниками в усьому світі. Дійсно, перекладач змушений враховувати і свою мову, підкорятися її установкам, що в повній мірі стосується перекладу власних імен, де, як відомо, при перекладі існує

два підходи: транслітерація та траскрибування. І тут необхідно підкреслити, що аж до останнього часу в перекладах на українську та російську мови превалювала перша тенденція. Але питання залишається: як же все таки правильно перекладати власні імена? Наприклад, при вивченні праць німецьких філософів у нас виникає багато питань щодо перекладу власних імен з німецької мови на українську. Основним правилом перекладу власних імен має бути сьогодні покладання на найближче їх звучання до мови оригіналу. Але: Edmund Gustav Albrecht Husserl буде українською Едмунд Густав Альбрехт Гуссерль. Німецька G переходить в Г, а от H чомусь теж стає Г. та це зовсім інші букви. Таке ми бачимо і в інших власних іменах німецьких філософів: Jürgen Habermas – Юрген Габермас, Ernst Heinrich Philipp August Haekel – Ернст Гєнріх Філіпп А́вгуст Гєккель, Martin Heidegger – Мартін Гайдеггер [2: 89-90; 2: 140]. Де ж тут відтворення оригіналу? Або інший випадок написання прізвища Heidegger – Гайдегер [1: 4].

Деякі дослідники наполягають на тому, що, якщо власна назва вже знайома носіям, слід зберегти її затверджену, традиційну форму, наприклад: Heinrich Heine – Генріх Гейне; Hoffmann – Гофман; Sigmund Freud – Зигмунд Фрейд. Але ж в усьому світі ці видатні люди знайомі під справжніми своїми іменами та прізвищами. (Г.І. Кликова). Стосовно Фрейда, то вчені в своїх дослідженнях доводять, що Sigmund Freud – Зігмунд Фройд (а саме так звучить мовою оригіналу це прізвище) писав свої праці німецькою мовою і відомий у науковому середовищі як Фройд. «Зігмунд Фройд і Зіггі Фрейд — це ті самі дві річки Геракліта, через відмінність яких і неможливо вступити в одну річку двічі» [3: 25-27]. Тож і для української мови треба дотримуватись фонетичного принципу транслітерації цього прізвища.

Слід також зазначити, що при аналізі перекладених на українську мову німецьких прізвищ та імен виникають розбіжності, тому що в українській мові відсутні деякі літери та буквосполучення німецького алфавіту, а саме ü, ö, ä, ß, ie, ei, ai, äu, eu, ey, sch, tsch. Отже транслітерація не може передати фонетичне звучання німецьких прізвищ. Тож Hegel залишиться Хегелем, Schleiermacher – Шлайермахером, Heidelberg – Хайдельбергом, Heidegger – Хайдеггером, Freud – Фройдом, Leibnitz – Ляйбніцем, Schopenhauer – Шопенхауером і тд.

Незважаючи на зміни підходів, при передачі власних назв спостерігаються в цілому дві традиційні тенденції. Перша - закон літературного сприйняття: той переклад подобається більше, що є

звичним, який прочитаний першим. Друга концепція відображає національну культурну традицію, яку подолати дуже важко. Однак є чимало прикладів руйнування традицій при перекладі, в тому числі й перекладі власних назв. Тут, ми вважаємо, повинні бути загальні рекомендації, прийняті теоретиками і практиками перекладу, при безумовній вимогливості до гуманітарних знань перекладача, його загальної культури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богачов А.П. Гайдегерова герменевтика фактичності і трансценденталізм. // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Випуск 99. С. 4—9.
2. Енциклопедія постмодернізму. За ред. Ч. Е. Вінквіста та В. Е. Тейлора. К. Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2003. 518с.
3. Крюгер В. Коли я чую слово "культура"... – К. : Laurus. 2018. 130с. URL : <https://litrazh.org/article/ziggi-freyd-zygmund-froyd><https://litrazh.org/article/ziggi-freyd-zygmund-froyd>

А. П. Очковська
м. Житомир

СТРУКТУРА КОМПЛЕМЕНТАЦІЇ РЕЙЗИНГОВИХ ДІЄСЛІВ У СЕРЕДНЬОАНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Структурний підхід до вивчення дієслівної комплементациї базується на понятті перехідності (*transitivity*). У сучасній англійській мові вживаною дієслівною моделлю є *S-V-O*, де прямий додаток є компонентом дієслова, і дієслова є перехідними та неперехідними (слаботранзитивними). Окрім того, існують дієслова, що є повністю неперехідними. У межах генеративної граматики Л. Хегеман пропонує таку класифікацію дієслів: 1) перехідне дієслово, яке має два аргументи і призначає дві тета-ролі (*abandon – AGENT – THEME*); 2) неперехідне дієслово, яке має зовнішній аргумент і призначає одну тета-роль (*work – AGENT*), оскільки не має внутрішнього компонента, не має *NP*-комплемента; 3) дієслова, що мають лише внутрішній аргумент і не призначають знахідного відмінка [5].

З огляду на те, що середньоанглійський період є проміжним етапом становлення категорії перехідності / неперехідності, варто проаналізувати явище комплементациї рейзингових дієслів:

1) комплементация іменником чи прикметником. Дієслово-зв'язка *be* рейзингові дієслова (*appear, feel, look, seem*) доповнюються іменною групою чи прикметником. У такому разі комплемент є елементом структури речення, таким як суб'єкт, дієслово та об'єкт, однак його не можна ототожнювати з поняттям комплемент, що позначає обов'язкову структуру, розташовану після дієслова, яке не належить до дієслів-зв'язок. Комплементация дієслів-зв'язок іменником чи прикметником протягом середньоанглійського періоду становить 35% (1980 додатково досліджуваних одиниць):

(1) *And yet he seemed busier than he was* (Geoffrey Chaucer, *The Canterbury Tales and Other Poems*, p. 30);

2) комплементация фінітною клаузою. У середньоанглійській мові дієслова припущення (*hypothesis*) доповнюються *that*-клаузою (*that-clause*) 42% (2370 додатково досліджуваних), наприклад:

(2) *It seemed that he carried little array; All light for summer rode this worthy man* (Geoffrey Chaucer, *The Canterbury Tales and Other Poems*, p. 401);

3) комплементация нефінітними клаузами, зокрема інфінітивом із часткою *to* 23% (1300 досліджуваних одиниць), наприклад:

(3) *Them seemed to have got protections against the sword of winter keen and cold* (Geoffrey Chaucer, *The Canterbury Tales and Other Poems*, p. 258).

У прикладі (3) дієслово *seemed* використовується із займенником у давальному відмінку *them*, який указує на те, що середньоанглійський період є проміжною стадією становлення категорії перехідності / неперехідності, а структура *them seemed* є реліктовим залишком поширених квазібезособових структур у давньоанглійській мові.

Крім того, особливістю середньоанглійського періоду є перехід від загальноживаних безособових структур до широкого вживання особових утворень, який відбувається з кінця XI ст. до початку XIII ст. [1; 6; 7]. Протягом давньо- і середньоанглійського періодів функціонує квазібезособова структура на кшталт:

(4) *Godd..doþ all þatt him þinnkeþþ – God does all that seems to him* (Orm.(Jun 1) 12439).

Квазібезособові речення – це безсуб'єктні дієслівні утворення, у яких дієслово експлікує дію або стан, та керує пов'язаним із ним додатком у непрямому відмінку. До кінця XV ст. спостерігаємо цілковите зникнення квазібезособових дієслів і структур [1: 319].

О. Есперсен наголошує, що рушійною силою зміни безособових структур на особові є поступовий перехід англійського речення до порядку слів за моделлю SVO [6]. Д. В. Лайтфут вважає, що зникнення безособових конструкцій зумовлене синкретизмом форм номінатива, датива й акузатива

[7]. Існують концепції, які пояснюють цю зміну "семантичним зсувом" предиката (каузативність / рецептивність) [4].

На нашу думку, тригером процесу зникнення квазібезособових структур є усвідомлення людиною поняття суб'єкта дії. Причиною поширення в ранній середньоанглійський період квазібезособових структур вважають [1; 2; 3: 171]: 1) міфологічне мислення, коли людина не називає діяча; 2) нечітке виділення діяча; 3) невідомі причини певної дії; 4) відсутність потреби в номінації діяча.

У процесі розвитку англійського суспільства відбувається зміна світогляду людини, тому дедалі частіше в мові виникає потреба позначити конкретного суб'єкта дії [9]. Саме такі процеси у середньоанглійській мові спричинюють зменшення кількості односкладних речень та перехід до двоскладних, у яких суб'єкт виражений займенником *hyt*.

У річищі генеративної граматики окремі автори аналізують безособові конструкції [8; 10: 501–520], спираючись на поняття "порожньої категорії". За наявності імпліцитного суб'єкта квазібезособового речення вона представлена невираженим суб'єктом інфінітивної групи – "великим PRO".

Слідом за Л. Ріцці, структурні зміни середньоанглійських квазібезособових речень пояснюємо за допомогою здобутків тета-теорії [10: 508–509]. Існує два механізми "нав'язування" тета-ролей дієсловом: синтаксичний та лексичний. Якщо тета-роль детермінована синтаксично, вона актуалізується як експліцитний аргумент. Якщо ж тета-роль детермінована лексично, вона залишається імпліцитною, отже, суб'єкт не актуалізується на поверхневому рівні. У "ранніх" умовах недостатньо сформовані функціональні категорії є причиною того, що поза дієслівною групою не існує аргументів, яким у сучасних мовах відповідає позиція суб'єкта. Тобто, вершиною квазібезособових речень у ранній середньоанглійський період є не фінітна група (TP), яка за своєю сутністю – функціональна категорія, а дієслівна група (VP). Якщо в мережі тета-ролей предиката відсутня тета-роль Агенса, то на поверхневому рівні суб'єкт не актуалізується [1].

У "ранніх" мовах обов'язково актуалізуються лише аргументи предиката [9]. Суб'єктна позиція не завжди гарантовано заповнюється іменною групою в номінативі у випадку, коли агентивна тета-роль не детермінована предикатом. Цим визначається специфіка давньо- та ранньосередньоанглійських безособових структур. Безособовість актуалізується в реченнях, які описують ситуації, де людина втягнена в процес дії неконтрольовано, тобто не за власним бажанням [9: 10–22]. Найбільш показовими є речення із дієсловами "погодних умов" [9: 18–22]. У таких ситуаціях відсутні експіріенсер та агенс. Якщо ситуація залучає

партиципiанта, то вiн актуалiзується як iменник у давальному вiдмiнку, оскiльки у вiдмiнковiй системi актуалiзацiї тета-ролей експiєнсер пов'язаний з дативом.

Згодом в середньоанглiйськiй мовi спостерiгаємо появу функцiональної проекцiї TP. Вершиною цих речень, як i в сучаснiй англiйськiй мовi, є фiнiтна група (TP), яка є функцiональною категорiєю. Як наслiдок, з переходом до цiєї структури отримав пiдтвердження ПРП, характерний для сучасної англiйськiй мови. Категорiя суб'єкта-суб'єкта сформувалася не тiльки семантично, а й синтаксично.

Особливостi розвитку середньоанглiйського квазiбезособового речення пов'язанi з взаємодiєю двох чинникiв – семантичного (предикат i його аргументна структура як вiдображення мережi тета-ролей) i структурного (функцiональнi категорiї: фiнiтна група, ПРП). Якщо в раннiй середньоанглiйськiй перiод переважає семантична сторона речення, тобто предикат з його аргументами, то всерединi перiоду з'являється необхіднiсть обов'язкової реалiзацiї структурно зумовлених компонентiв висловлення.

Отже, оскiльки саме середньоанглiйськiй перiод є початком утворення класу рейзингових дiєслiв i становлення рейзингової конструкцiї з суб'єктом, комплементация iнфiнiтивом з часткою *to* є поширеною. Особливистю середньоанглiйського перiоду є перехiд вiд загальноживаних безособових структур до широкого вживання особових структур. Середньоанглiйськiй мовi притаманнi квазiбезособовi структури, зникнення яких пов'язане з становленням функцiональних категорiй (перехiд вiд VP до TP вершини) та формуванням у свiдомостi людини поняття суб'єкта як активного учасника процесу дiї. Розвиток рейзингової конструкцiї з суб'єктом вiдбувається в три етапи: квазiбезособова конструкцiя → безособова конструкцiя → рейзингова конструкцiя.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Бiгдан М. В. Особливостi розвитку квазiбезособових речень у середньоанглiйськiй перiод. Науковий журнал "Мова i Культура". – К. : Видавничий дiм Дмитра Бураго, 2014. Вип. 17. Т. I (169). С. 318–324.

2. Гиро-Вебер М. Эволюция, так называемых, безличных конструкций в русском языке XX века. Русский язык : пересекая границы природы, общества и человека, 2001. С. 66–78.

3. Захарова М. В. Безличные предложения в культурологическом аспекте. Сопоставительная филология и полилингвизм. Сб. науч. трудов. Казань. : КГУ, 2003. С.171–176.

4. Fisher O. C., van der Leek F. The Demise of the Old English Impersonal Construction. *Journal of Linguistics*. 1983. №19. P. 337—368.
5. Haegemann L. *Elements of Grammar. Handbook of Generative Syntax*. The Netherlands : Kluwer Academic Publishers. 1997. 349 p.
6. Jespersen O. *A Modern English Grammar on Historical Principles*. L. : George Allen & Unwin LTD, 1954. 528 p.
7. Lightfoot D. W. *Principles of Diachronic Syntax*. Cambridge : Cambridge University Press, 1979. 429 p.
8. Neeleman A., Szendroi K. Radical Pro-Drop and the Morphology of Pronouns. *Linguistic Inquiry*. 2006. P. 671—714.
9. Osawa F. Missing Arguments in Earlier English Clause Structures. *UCL Working Papers in Linguistics*. 1996. № 8. – P. 1—22.
10. Rizzi L. Null Objects in Italian and the Theory of PRO. *Linguistic Inquiry*. 1986. №17. P. 501—557.

L. I. Pavlenko
Kyiv

ANSWER-QUESTION UNITS IN NOBEL LECTURES

Discussing the egocentric character of verbal (speech) activity performed by a speaker, linguists stress the importance of social environment and the modifying addressee (listener) factor due to which the text acquires corresponding syntactic, semantic, and pragmatic features [4: 48-49]. Nobel lecture as a specific genre of public speaking vividly demonstrates this duality by interconnection of individual and social factors. The logical compositional structure of any public presentation, relevant content, reliable supporting materials, a reasonable proportion of emotional and rational components, and skilful delivery, undoubtedly, contribute to the success of the speech. At the same time, much depends on the thorough choice of linguistic tools to transfer a powerful message.

The article provides a detailed examination of answer-question thematic entities (units) in Nobel lectures delivered by laureates in literature (our sample consists of 14 lectures available https://www.nobelprize.org/nobel_prizes/literature/laureates/). The structural analysis revealed a complicated internal organization of such units with varied combination of different types of questions, for example:

- A) one question is followed by a developed answer:

How does the writer become one, having been given the word? I do not know if my own beginnings have any particular interest. No doubt they have much in common with those of others, have been described too often before as a result of this yearly assembly before which a writer stands. For myself, I have said that nothing factual that I write or say will be as truthful as my fiction. The life, the opinions, are not the work, for it is in the tension between standing apart and being involved that the imagination transforms both. Let me give some minimal account of myself (Gordimer).

B) a set of questions is followed by a developed answer:

How are they to be figured, this man and he? As master and slave? As brothers, twin brothers? As comrades in arms? Or as enemies, foes? What name shall he give this nameless fellow with whom he shares his evenings and sometimes his nights too, who is absent only in the daytime, when he, Robin, walks the quays inspecting the new arrivals and his man gallops about the kingdom making his inspections? Will this man, in the course of his travels, ever come to Bristol? He yearns to meet the fellow in the flesh, shake his hand, take a stroll with him along the quayside and hearken as he tells of his visit to the dark north of the island, or of his adventures in the writing business. But he fears there will be no meeting, not in this life. If he must settle on a likeness for the pair of them, his man and he, he would write that they are like two ships sailing in contrary directions, one west, the other east. Or better, that they are deckhands toiling in the rigging, the one on a ship sailing west, the other on a ship sailing east. Their ships pass close, close enough to hail. But the seas are rough, the weather is stormy: their eyes lashed by the spray, their hands burned by the cordage, they pass each other by, too busy even to wave (Coetzee).

C) a set of questions is followed by a one-sentence answer:

But who does not know of literature banned because it is interrogative; discredited because it is critical; erased because alternate? And how many are outraged by the thought of a self-ravaged tongue? Word-work is sublime, she thinks, because it is generative; it makes meaning that secures our difference, our human difference - the way in which we are like no other life (Morrison).

From the point of composition, questions are used at the beginning of the thematic unit (as a type of an attention-getter) or at the end of such a unit (as a type of a concluding remark).

We consider that questions in the discussed thematic units effectively strengthen the lecture coherence. They enable laureates to discuss a range of topics that are vitally important for them and express deep concern about these issues. The notion of coherence is in the focus of linguistic studies [1; 2; 3]; for

the purposes of this research, we understand it as “...the underlying functional connectedness or identity of a piece of spoken or written language (text, discourse). It involves the study of such factors as the language users’ knowledge of the world, the inferences they make, and the assumptions they hold” [7: 85]; “... For a text to count as a coherent, the writer and reader, or speaker and hearer, must have similar world-views and experience of the world and obey the same cultural conventions when presenting ideas and propositions and narrating events” [6: 85]. With the help of such verbal units, Nobel lecturers can introduce their personal vision (or definition) of some notions, remind their audience of some well-known facts, and show cause-effect or problem-solution relationship between some events:

What is at the center now? At the moment, neither art nor science but mankind determining, in confusion and obscurity, whether it will endure or go under. The whole species - everybody - has gotten into the act. At such a time it is essential to lighten ourselves, to dump encumbrances, including the encumbrances of education and all organized platitudes, to make judgments of our own, to perform acts of our own. Conrad was right to appeal to that part of our being which is a gift (Bellow).

The semantic analysis of answer-question thematic entities proves our hypothesis that they can serve as a powerful means to encourage audience’s interest and sympathy, to arouse listeners’ emotional connection to the content, and to engage their attitudes, beliefs, values, or needs, thus making an appeal to pathos:

What has happened to our moral sensibility? Did we ever have any? What do these words mean? Do they refer to a term very rarely employed these days - conscience? A conscience to do not only with our own acts but to do with our shared responsibility in the acts of others? Is all this dead? Look at Guantanamo Bay. Hundreds of people detained without charge for over three years, with no legal representation or due process, technically detained forever. This totally illegitimate structure is maintained in defiance of the Geneva Convention. It is not only tolerated but hardly thought about by what's called the 'international community'. This criminal outrage is being committed by a country, which declares itself to be 'the leader of the free world'. Do we think about the inhabitants of Guantanamo Bay? What does the media say about them? They pop up occasionally - a small item on page six (Pinter).

If a dialogue can be defined as a multi-faceted communication act as a result of speaker-listener interaction based upon their intellectual, emotional, and social background [5: 158], then different types of questions also create a particular Nobel laureate’s dialogue with the audience and implicitly involve listeners to communication. The research demonstrates that answer-question

thematic units are widely used in this genre and expose their structural-content potential.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Колесник Р.С. Когезія та когерентність у художньому перекладі (на матеріалі перекладів оповідань В. Борхерта). Мовні і концептуальні картини світу. 2013. Вип. 46, ч. 2. С. 161 — 166.
2. Маслова Т.Б. Засоби зв'язності тексту та дискурсу [Електроний ресурс] Т.Б. Маслова Режим доступу : http://www.kamts1.kpi.ua/sites/default/files/files/06_%20Maslova_zasoby_zavzyatosti.pdf
3. Огуй О.Д. Засоби зв'язності тексту та дискурсу в комунікативному просторі (на прикладі кількісної репрезентації когезії в романах Е.М. Ремарка). Іноземна філологія. 2011. Вип. 123. С. 124 — 133.
4. Риторика монолога [Архипова Л.В., Варшавская А.И., Емельянова О.В. и др.] под ред. А.И. Варшавской СПб. : Химера трейд, 2002. 240с.
5. Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход. М. : Русский язык, 2002. 216 с.
6. Brown, K. The Cambridge Dictionary of Linguistics. Jim Miller. CUP, 2013. 481p. [Електроний ресурс] Режим доступу : <https://www.cambridge.org/core/books/cambridge-dictionary-of-linguistics/020FAAA378FE9F40D98488118A0C2187>
7. Crystal, D. A Dictionary of Linguistics and Phonetics. David Crystal. 6 th ed. Blackwell Publishing Ltd, 2008. 529 p.

**Л. П. Поліщук,
М. О. Редька
м. Житомир**

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ БІОТЕХНОЛОГІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ ЇЇ РОЗВИТКУ

Англомовна біотехнологічна термінологія сформувалась в умовах наукової революції та вплинула значною мірою на курс, який обрали її сучасні галузі.

Вплив відбувся завдяки виокремленню особливих категорій, що заклали фундамент біотехнологічного світосприйняття. На додачу до

цього, подібна термінологія продовжує покращуватися, а он-лайн словники, що створюються для регуляції вхідної інформації, постійно оновлюються і фіксуюють вузькоспеціалізовані дані.

Однією з мов, що активно застосовуються на етапі утворення терміносистем біотехнологічного спрямування, безперечно, є англійська, і її термінологічна база оновлюється з вражаючою швидкістю – особливо враховуючи те, що більшість досліджень біотехнологічного характеру відбувається в межах британських та американських організацій та установ, чи будь-яких інших світових англомовних закладів. Серед них слід відзначити особливою увагою такі установи, як Johnson and Johnson, Roche, Novartis, Pfizer та Merck [1].

Таким чином, постало питання досліджень сучасних біотехнологічних термінів, особливо на території пострадянських країн, адже результати новітніх світових розробок поширюються на них повільніше, ніж у решті світу.

По суті, процес створення глобальних термінологічних баз, таких як UNITERM або Microsoft передбачає першочергове створення глосаріїв на основі відокремленої спеціалістами термінології, а також може включати існуючі спеціалізовані словники та додаткову інформацію описового характеру.

Серед завдань, які виникли на етапі включення біотехнологічної термінології у підвищений інтерес сучасних лінгвістичних досліджень, постали наступні:

1) Дослідження особливостей та критеріїв визначення термінів, термінологічних словників та баз у їх історичному розвитку, а також особливостей англомовної термінології біотехнологічного спрямування.

2) Виявлення особливостей функціонування біотехнологічних термінів на сучасному етапі розвитку.

3) Здійснення порівняльного аналізу сучасних англомовних біотехнологічних термінів з категорій, що входять до об'єкту дослідження.

4) Дослідження наукових робіт та теоретичних матеріалів, що стосуються як термінологічних словників, так і вузькоспеціалізованої біотехнологічної термінології.

5) Створення повноцінного термінологічного словника з вибраних галузевих термінів для порівняльного та структурного аналізу, успішної інтеграції у майбутні розробки.

У поетапному дослідженні прослідковується низка важливих аспектів. Перш за все, необхідно визначити термін, щоб обмежити підходи до його визначення. О. Ахманова зазначає, що терміном є слово чи словосполучення вузькоспеціалізованої мови, яке створене, отримане чи

запозичене для точного вираження спеціальних понять і позначення спеціальних предметів [4: 95-96].

Згідно з більшістю визначень, в тому числі В. Даниленка та І. Арнольда, поняття терміна загалом співпадає з визначенням О. Ахманової, однак доповнюється позначенням ним спеціального поняття конкретного фаху та призначенням терміна обслуговувати комунікативні потреби обраної сфери діяльності [3: 11-12; 2: 81].

На формування ж сучасної біотехнологічної термінології значною мірою вплинула медична сфера. Тому, однією цілей дослідження є встановлення зв'язків між медичною та біотехнологічною термінологією завдяки теоретичному аналізу їх особливостей, а також взаємному впливу.

Біотехнологічна специфіка утворення термінології напряму пов'язана з результатами розвитку загальної медицини і, як свідчать теоретичні дані, виникла на її основі. Саме тому, її терміносистема, що утворилась наприкінці ХХ, виокремилась і стала відмінною від медицини не лише в плані досліджень та цілей, яка вона перед собою ставить, але й в особливостях підходу до утворення нової англійської термінології.

Сучасні біотехнологічні терміносистеми пов'язані з низкою наук, в тому числі гуманітарних, у аспекті, що стосується поширення інформації та створення термінологічних словників для взаємодії реципієнта з першоджерелом. Як наслідок, методологія біотехнологічних досліджень сприяла активному включенню гуманітарних наук у розробку фундаментальних особливостей біотехнології, зокрема, морально-етичних пунктів, пов'язаних з нею, а також будь-яких методів по роботі з глосаріями, іншими джерелами інформації та утворенням категорій, що розподіляють наукові дослідження за цільовим призначенням.

Відповідно до цього, біотехнологія перетворилась у інтеграційну науку. Основна ж кількість термінів, що становлять загальну базу і не завжди співвідносяться з вузькоспеціалізованими категоріями, включають в себе такі науки, як біологію, хімію, генетику, екологію (основоположні), психологію, юриспруденцію, філософію, біоетику (морально-етичні питання) та низку інших наук, що частково включаються у комплекс біотехнологічного знання.

Таким чином, стає зрозуміло, що медична сфера пройшла як мінімум два етапи розвитку – донауковий та власне науковий, лише наприкінці ХХ століття заклавши фундамент для формування біотехнології як самостійної системи знань. Як зазначає Р. Палютина, етапи розвитку медичної термінології виглядають наступним чином:

- 1 етап, донауковий – V-XVIII століття, основи;
- 2 етап, науковий – кінець XVIII, початок XIX і донині [5: 165].

Значну увагу біотехнологічна сфера знань привернула на початку ХХІ століття. На той момент вона вже включала в себе низку галузей та міжгалузевих категорій. Тому, постало цілком логічне питання дослідження окремих термінів і проведення порівняльного аналізу, що забезпечив би раціональне сприйняття середньостатистичним реципієнтом різноманітних біотехнологічних термінів.

Біотехнологія у її цілісному вигляді включає в себе десять основних напрямів, розподілених умовно на кольори: біоінформатику, зелену, червону, синю, жовту, білу, сіру, коричневу, фіолетову та чорну біотехнології, кожна з яких володіє певною термінологічною базою і відповідає за конкретні внутрішньогалузеві дослідження, розробки або морально-етичні функції.

Враховуючи конкретні особливості кожної з наведених вище галузей, а також вибіркового термінів, що складають їх понятійний апарат, можна винести кілька важливих висновків.

По-перше, розподіл «на кольори» є суто умовним і визначає лише загальне спрямування, самі ж категорії біотехнології нерідко пов'язані спільними термінами.

По-друге, цей розподіл і належні йому терміни цілком залежать від того, на які цілі спрямовані внутрішньогалузеві дослідження.

По-третє, шар лексики, що стосується галузевих біотехнологічних знань, насправді значний, адже не лише пояснює новітні явища і складні процеси, але й біолого-хімічні, а також соціальні, промислові, економічні та інші фактори, що впливають на їх формування, а отже теж складають понятійний апарат.

Насамкінець, детальне дослідження вибіркового термінів, їх переклад та опис, а також складнощі, що виникають під час розподілу загальних біотехнологічних довідників і вузькоспеціалізованих словників, викликають необхідність створення адаптованих джерел, що міститимуть не лише загальну інформацію, але й особливі внутрішньогалузеві факти.

Саме тому, порівняльний аналіз вибіркового термінів з низки галузей, підкріплений структурним аналізом особливостей їх утворення та функціонування може забезпечувати повноцінне панорамне бачення сучасних термінів, що постійно поповнюють галузеві словники та загальну терміносистему, а також дозволять ліпше розуміти умови появи нових термінів.

Серед термінів, притаманних біотехнології, вирізняють одно- та багатокомпонентні одиниці, а також перехідні типи, що, в свою чергу, обслуговують конкретні міждисциплінарні галузі, але нерідко стосуються біотехнологічної науки загалом. Зокрема, такі терміни як “enzyme”, “therapy” та “gene”, що структурно являються однокомпонентними і

виникли як наслідок калькування, зберігають за собою функцію загальних термінів, стосуючись кількох галузей біотехнології.

В той же час, деякі багатокomпонентні терміни на зразок “DNA banking”, “cryo-preservation” та “anti-microbial peptides” належать до однієї окремої галузі і становлять підвищений інтерес через складність їх вивчення та аналізу без утворення нових вузькоспеціалізованих словників.

Як наслідок, дослідження теоретичних аспектів, що стосуються медичної та біотехнологічної сфер діяльності, так само як практичних аспектів галузевих термінів та їх структурних особливостей, дозволяє створювати адаптовані англійсько-українські словники, що включатимуть низку біотехнологічних знань, а в перспективі – повноцінні он-лайн платформи для зв’язку реципієнта з сучасною інформацією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Investopedia. Company insights. Режим доступу : <https://www.investopedia.com/ask/answers/052015/who-are-pfizers-pfe-main-competitors.asp>
2. Арнольд И. В. Основы научных исследований в лингвистике : Уч. пособие. М. : Высшая школа, 1991. 140 с.
3. Даниленко В.П. Семантическая структура специального слова и ее лексико- графическое описание. Свердловск: А.С.К., 1991. 155 с.
4. Ахманова О. С. Очерки по общей и русской лексикологии. М. : Междунар. отношения, 1957. 157 с.
5. Палютина З. Р. Цивилизационная лингвистика. Уфа : Башкирский государственный медицинский университет, 2005. 279 с.

І. Е. Сніховська
м. Житомир

ОКАЗІОНАЛЬНІСЬ ЯК ПЕРЕДУМОВА МОВНОЇ ГРИ

Мова безперервно змінюється і розвивається, й найбільш рухомим компонентом мовної системи є її словниковий склад. Зміни в суспільному розвитку відбиваються у словниковому складі мови. Процес виникнення нових слів, які з’являються майже щодня і збагачують лексичну систему мови, є свідченням динаміки мовного складу.

Різноаспектне дослідження okazіональних слів становить неухильний науковий інтерес лінгвістів, оскільки значущість okazіональних конструкцій у мові стрімко зростає. Розробці проблем okazіональної

номінації присвячено низку наукових доробків, зокрема О. А. Земської, В. Д. Дєвкіна, Б. Ю. Нормана, О. В. Ребрія, Б. О. Серебреннікова, Г. А. Уфїмцевої, та ін. Д. І. Квеселевич наголошував на необхідності застосування інтегрованого підходу до вивчення лінгвальних явищ, що поєднує аналіз статистичних і динамічних характеристик лексичних одиниць [3: 44].

За певними ознаками okazіonalіzmi протистоять неологізмам як фактам мови. До таких характерних рис okazіonalіzmi належить новизна, контекстуальна зумовленість, належність мовленню, відсутність лексикографічної фіксації [2: 95]. У низці випадків створення okazіonalіzmi має значно ширшу область застосування, ніж процес загальної номінації. По суті okazіonalіzmi беруть участь безпосередньо у створенні об'ємних класів слів, що об'єднані за формально-структурними і семантичними ознаками. Тож okazіonalіzmi вбачаються значущими не тільки з огляду на їхні структурні характеристики, але також і в експресивно-оцінному, семантико-естетичному та комунікативно-прагматичному аспектах.

Okazіonalіzmi характеризують особливий аспект використання мови; відбиваючи індивідуальну творчу компетенцію мовця. Вони орієнтовані на здатності мовної особистості використовувати можливості, закладені в системі мови. Okazіonalіzmi свідчать про мовотворчий потенціал, глибинні сили системи мови.

Тенденція до помітності, експресії в сучасному житті екстраполюється і на вербальну сферу. На мові відбиваються процеси демократизації, що відбуваються в усіх сферах суспільного життя. На перший погляд догматичні, непорушні мовні норми сьогодні втрачають свій категоричний характер і навмисно порушуються: пор. okazіonalіzmi навмисні відхилення від норм правопису *lite, nite, whodunit, wholesum, drive-thru, chikin* тощо; квазі-виправлення, вживані в рекламних текстах з метою привернення уваги й посилення мовленнєвого маніпулятивного, персуазивного впливу: *Duz does everything; Cointreau-Versial Shopping Party; Revolvolution; Grolsch «Unlike anything elsch»* – з сучасної реклами.

Okazіonalіzmi як передумова мовної гри створює з одного боку, семантично насичені, з іншого – експресивні «образи-картинки», комічні і парадоксальні ефекти, при цьому на передній план висувається зовнішня форма – незвична формальна структура okazіonalіzmi. Відтак створення okazіonalіzmi має на меті охарактеризувати реалії суспільного-політичного життя, повсякденного життя, спортивного життя, обіграти різні ситуації з відомих серіалів, кінофільмів, книг, непрямо висловити оцінку тощо. Інакше кажучи, словотвірна гра має потужний активний і продуктивний мовноігровий імпульс, дає змогу в особливий

спосіб відображати уявлення про світовідчуття, світобачення та світосприйняття лінгвокультурної спільноти.

З урахуванням вищевикладеного, здатність до оказіональної словотворчості може слугувати показником лінгвокреативного потенціалу мовної особистості. Креативність пов'язана з індивідуально-особистісним аспектом комунікації і емоційно-дискурсивним контекстом комунікативної поведінки індивіда, що мотивує процес іменування і процес функціонування власних назв [1; 4].

На наш погляд, феномен оказіональності як передумови мовної гри має вивчатися саме з позицій її інтерпретації як одного з проявів лінгвокреативності, яка демонструє зв'язок із системою мови і мовними стереотипами. У зв'язку з цим вбачаємо доцільним відзначити, що розгляд випадків мовної гри як мовних аномалій, мовних випадковостей є недооцінкою значущості цього феномена, особливо в лінгвокреативному аспекті мовної особистості, оскільки в його основі лежать операції над знаннями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Дементьев В. В. Креативная формализация речи. Аксиологическая лингвистика: игровое и комическое в общении под ред. В. И. Карасика, Г. Г. Слышкина. Волгоград : Перемена, 2003. С. 79 — 96.
2. Земская Е. А. Активные процессы современного словопроизводства. Русский язык в конце XX столетия (1985 – 1995). М. : Языки русской культуры, 2000. С. 90 — 141.
2. Квеселевич Д. И. Интеграция словосочетания в современном английском языке. К. : Вища школа, 1983. 84 с.
3. Норман Б. Ю. Оказиональная (метафорическая) номинация и контекст. Языковая номинация: Общие вопросы. Отв. ред. Б. А. Серебренников, А. А. Уфимцева. Л. : Наука, Ленинградское отделение, 1977. 359 с.
4. Шаховский В. И. Коллоквиализмы как культурно-эмоциональное отражение меняющейся ситуации. Теория и практика лингвистического описания разговорной речи : материалы и тезисы межвуз. науч. конф. Нижний Новгород : НГПИИЯ им. Н. А. Добролюбова, 1994. С. 163 — 165.

Л. М. Чумак
м. Житомир

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЛЕКСИЧНИХ ІННОВАЦІЙ З КОНСТАНТНИМ ЕЛЕМЕНТОМ -ATHON НА ПОЗНАЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ, СПРЯМОВАНОЇ НА ДОСЯГНЕННЯ СПІЛЬНОЇ МЕТИ В СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Прагматичні інтенції автора медійного дискурсу зумовлені побудовою комунікативного та практичного контексту висловлення. Лексичні одиниці в сучасному англomовному медійному дискурсі з точки зору оформлення практичного контексту реалізують експресивну [1, с. 9] та референтну [0, с. 120–121] функції мови. Аналіз лексичних інновацій у сучасному англomовному медійному дискурсі засвідчує тенденції, пов'язані з потребами носіїв мови у вираженні нових понять реалій дійсності за допомогою засобів експресивізації. Неординарне мислення автора медіатексту для привернення уваги читача, відмова від звичних шаблонів у процесі створення цілісного образу дійсності, а не сукупності його окремих складових [3, с. 132; 6, с. 219;] відкриває та втілює в оригінальних формах ресурси мовної системи.

Оформлення реалій дійсності в мовних одиницях може створюватися комбінуванням різних підсистем мови, причому змінюватися може не тільки кількісний склад конститuentів мовних підсистем, але і якісна їх організація. Отже, певна комбінація зв'язків, властивостей та взаємного прояву особливостей унаслідок взаємодії цих конститuentів зумовлює створення конкретної мовної реалії, міру її життєздатності та діапазон функціонального навантаження [7, с. 65–66].

Наприклад, комбінування елемента словотвірного (-*athon*) та лексичного рівнів мови реалізується в таких англomовних лексичних інноваціях: *bikeathon*, *celebrathon*, *danceathon*, *drinkathon*, *ficathon*, *hikeathon*, *jogathon*, *kissathon*, *knitathon*, *paintathon*, *rockathon*, *shopathon*, *skateathon*, *skiathon*, *skipathon*, *spendathon*, *webathon*, *workathon*. Проведений аналіз дозволив виділити в структурі значення аналізованих номінацій інтегральної семи '-*athon*' – "added to an end of words referring to an activity or event, especially one, that has been organized to raise money for charity, to show that it continues for a long time" [8]. Семний склад цих лексичних одиниць збігається у сучасних англomовних лексикографічних

джерелах. Зазначені лексеми використовуються на позначення дії чи процесу; афіксальний елемент *-athon* надає усьому висловленню підсилювально-експресивної конотації. Аналізовані лексичні інновації в англomовному медійному дискурсі використовуються на основі образного осмислення їхньої моделі афіксальної деривації. Такі лексичні новотвори передають особливість ситуації, створюючи її контекстуальну конкретність.

Зокрема, у наступному реченні лексична одиниця *danceathon* використовується на позначення благодійної акції (*benefit from money raised*), у якій учасники беруть участь у тривалому танцювальному сеансі: *Friends of Dan Petini are putting on their dancing shoes to raise funds in his memory for a cancer charity. The brave 18-year-old from Hepscott Park died in January after being diagnosed with a rare blood disorder. Now the Teenage Cancer Trust at Newcastle's RVI is set to benefit from money raised at "danceathon"*. (Morpeh Herald, March 5, 2008). Ідея проведення марафонських подій, закладена автором-журналістом в афіксальному елементі *-athon*, трактується як діяльність, що займає багато часу та спричиняє втому. Водночас, осмислення складової *-athon* виявляє предметну або референтну інформацію про об'єкт, що номінується. Цей афіксальний елемент лексичної одиниці *danceathon*, таким чином, маркує належність до групи друзів, об'єднаних не лише спільною діяльністю [2, с. 87; 4, с. 182], але й спільним горем (*Friends of Dan Petini are putting on their dancing shoes to raise funds in his memory for a cancer charity*). Приклад із лексичною інновацією *danceathon* у наведеному вище фрагменті унаочнює реалізацію загальної прагматичної функції мови через використання експресивно-оцінного суфікса *-athon* та референтного маркування слова в контексті проведення благодійної акції, що позначає діяльність, спрямовану на досягнення спільної мети.

Отже, взаємодія різнорівневих елементів у межах лексичних інновацій, утворених за конкретною моделлю словотворення безпосередньо пов'язана з процесами динамічного реформування словотвірної системи сучасної англійської мови. Процес усталеності лексичних інновацій спричинено потребами носіїв мови в чітко окреслених як за організацією, так і за функцією одиниць спілкування. Подальші перспективи дослідження полягають у визначенні когнітивних механізмів утворення англomовних лексичних інновацій з константним елементом *-athon*.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Земская Е. А. Словообразование как деятельность. Ин-т рус. яз. РАН. Москва : Наука, 1992. 221 с.
2. Маслоу А. Г. Мотивация и личность. Санкт-Петербург : Евразия, 1999. 478 с.
3. Остапчук І. Тропи та тропеїзація масмедійного дискурсу: дис. ... кандидата філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2016. 230 с.
4. Потапенко С. І. Сучасний англомовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти : монографія. Ніжин : Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. 391 с.
5. Резанова З. И. К построению функциональной модели словообразования. Вопросы слово- и формообразования в индоевропейских языках: Семантика и функционирование. Томск, 1994. Ч. I. С. 112 — 123.
6. Хотюн Л. Сучасні таблоїдні ЗМІ України, Великої Британії та США. Вісник ЛНУ ім. І. Франка. Серія : Журналістика. 2011. С. 217 — 221.
7. Чумак Л. М. Лексичні інновації в англомовному медійному дискурсі початку ХХІ століття : структурний і лінгвопрагматичний аспекти : дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Київ, 2018. 269 с.
8. Cambridge Dictionaries Online. URL : <http://dictionaryblog.cambridge.org/category/new-words>.

А. В. Шугаєв
м. Житомир

ПОЛІАСПЕКТНІСТЬ У ВИЗНАЧЕННІ ТА ДОСЛІДЖЕННІ МЕДІА-ДИСКУРСУ

У ХХІ столітті засоби масової комунікації слугують важливим чинником ідейно-політичного і соціально-економічного буття. Мас-медіа все частіше почали застосовувати окремі особистості або інституції для переконування цільової аудиторії з метою досягнення політичних, соціальних, економічних та релігійних цілей. У певних суспільствах ЗМІ здійснюють потужний ідейно-політичний вплив на населення.

Активізація суспільно-політичного життя у світі зумовлює актуальність дослідження медіа-дискурсу. На сьогодні існує низка понять: мова ЗМІ, масово-інформаційний дискурс, медійний дискурс, медіа простір, засоби масової комунікації, які є синонімічними та функціонують у різних сферах життя людини.

У сучасних умовах медіа-дискурс все більш націлений на здійснення впливу, стимулювання реципієнта. Це пояснюється зростанням ролі різних типів дискурсу в медіа просторі. До сфери мас-медіа залучені моральні та міжнародно-правові відношення, у яких розкриваються дії та мотиви суб'єктів. За допомогою відібраних ціннісно-важливих понять у цільовій аудиторії формуються емоційний стан, який необхідний адресанту.

Перед тим, як перейти до розгляду медіа-дискурсу, необхідно з'ясувати сутність поняття дискурсу. Праці з когнітивної лінгвістики порушують досить велике коло питань, які корелюють з поняттям дискурсу, виокремлення якого відбулося в наслідок суперечок з приводу необхідності сприйняття тексту як явища мови або мовлення. Очевидним є той факт, що мовленнєвий аспект сприйняття тексту, а відповідно й дискурсу, знаходяться у фокусі інтересів мовознавчих розвідок.

У сучасному мовознавстві існує декілька десятків дефініцій терміну "дискурс", серед яких особливо поширеним є визначення Н. Д. Арутюнової, яка дефінує дискурс як "текст, який занурений у життя", "текст, який взятий у подійно-ситуативному аспекті" [1: 5–30].

Сучасне сприйняття терміну "дискурс" позиціонується як поліаспектне та осмислюється вченими з різних позицій, при цьому у більшості досліджень акцентується увага на міждисциплінарному статусі дискурсивних розвідок, які перебувають на стику лінгвістики, соціології, психології, стилістики та психології. У нашому дослідженні дискурс визначається як мовленнєво-мисленнєве утворення подійно-ситуативного характеру у сукупності з прагматичними, соціокультурними, психологічними, паралінгвістичними та ін. факторами [2: 146–158]. Більш повне функціональне осмислення дискурсу передбачає його розуміння як "цілісної сукупності функціонально-організованих, контекстуалізованих вживаних мовних одиниць" [3: 228]. Теперішнє розуміння дискурсу детерміноване складною комунікативною природою даної мовної сутності, яка трактується як "вербалізована мовленнєво-мисленнєва діяльність, яка репрезентується як сукупність процесу та результату, та, крім того, володіє двома планами: власне лінгвальним і екстралінгвальним (лінгвокогнітивним)". При цьому дискурс транслюється, з одного боку, як процес, "сама вербалізована діяльність", а, з іншого боку, результат, "сукупність текстів".

Неоднорідність і велика кількість існуючих класифікацій дискурсу пояснюється різними підходами до цього явища і, як наслідок, різними типологічними критеріями. Ще однією з причин нелогічних та неоднорідних класифікацій, на думку М. Л. Макарова [4: 210], є недостатня кількість емпіричного матеріалу.

На наш погляд, чіткістю визначення критеріїв і логічною побудовою відзначається класифікація типів дискурсу, запропонована І. С. Шевченко та О. І. Морозовою [2: 235–236]. Автори виокремлюють 8 критеріїв для типології дискурсу: 1) за *формою* (усний і письмовий); 2) за *видом мовлення* (монологічний і діалогічний); 3) за *орієнтованістю на суб'єкт дискурсу або на його статусну роль* (інституційний і персональний); 4) за *характером настанов і комунікативних принципів* (аргументативний, конфліктний, гармонійний); за *соціально-ситуативним параметром сфери функціонування* (політичний, адміністративний, юридичний, військовий, педагогічний, релігійний, медичний, діловий, рекламний, спортивний, інтернет-дискурс, медійний тощо) 5) за окремими властивостями адресанта і адресата, які зумовлюють виділення дискурсів певних комунікантів та груп, а точніше за *соціально-демографічним* критерієм (дитячий, підлітковий, дискурс людей похилого віку, жіночий, чоловічий, дискурс мешканців села / міста), за *соціально-професійним* критерієм (дискурс моряків, вчителів, пілотів, журналістів тощо) і за *соціально-політичним* (дискурс окремих партій і політичних сил); за *функціонально-інформативним* виділяють інформативний (для передачі когнітивно-значущої інформації: емотивний, оцінний, директивний тощо) та фатичний (для передачі метакомунікативної інформації) дискурси; за *формально-змістовним* критерієм (функціонально-стильовий аспект: художній, публіцистичний тощо, офіційний та неофіційний типи).

Варто зауважити, що інтерес лінгвістів до дискурсивних досліджень відмічається, як правило, концентрацією уваги на типах дискурсу, що визначаються сферою функціонування – політичний, педагогічний, релігійний, науковий, художній, мас-медійний тощо.

Дослідження показали, що мас-медіа здійснюють активний та чималий вплив на стан і динаміку свідомості суспільства, тому що переважну більшість своїх переконань, оціночних суджень, уявлень про навколишнє середовище та світ людина отримує з засобів масової інформації, до яких належать газети, журнали і телепередачі. Однією з відмінних рис ЗМІ вважають передусім таку характеристику як публічність, тобто наявність необмеженого кола споживачів; непряму взаємодію комунікантів, яка розділена в просторі і часі; одновекторну спрямованість впливу від адресанта до адресата, неможливість зміни їх ролей. При цьому мас-медіа виконують не лише роль передавача новинних

та інформаційних потоків, але й вважаються активними учасниками суспільно-політичних та економічних процесів, зокрема учасниками, що створюють ситуації та формують настрої. У сучасній лінгвістиці є декілька підходів до визначення терміну "медіа-дискурс". До кола нашого наукового пошуку відносимо прагматичний, когнітивний, функціональний підходи та критичний дискурс-аналіз.

Медіа-дискурс одночасно виконує функцію інформування і функцію впливу, представляє сукупність різних типів дискурсів, які створюють ідеологічну платформу для досягнення інтенцій автора новинних повідомлень.

У зв'язку з цим, когнітивно-прагматична субпарадигма розглядає комунікативну взаємодію у медіа-дискурсі як процес актуалізації ментальної діяльності і фокусує увагу на інтенціональних чинниках комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Арутюнова Н. Д. Истоки, проблемы и категории прагматики. Новое в зарубежной лингвистике. М. : Прогресс, 1985. С. 5 — 30.
2. Шевченко І. С., Морозова О. І. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. Під заг. ред. Шевченко І. С. : Монографія. Харків: Константа, 2005. С. 233 — 236.
3. Кирсанова Н. П. Метафорическое моделирование политического дискурса [Електронний дискурс]. Режим доступу : <http://lib.socio.msu.ru/library?e=d-000-00---0sor--00-0-0-0prompt-10---5703c8.5.6.17>. (дата звертання : 15.09.16). Назва з екрану.
4. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М. : Гнозис, 2003. 280 с.

В.М. Титаренко
Житомир

МОВНІ ВПОДОБАННЯ ЖИТОМИРСЬКИХ СТУДЕНТІВ ЗВО

Мовну поведінку українські лінгвісти активно почали досліджувати з 2000-х років. Аналізували вибір мови в складній мовній ситуації різних регіонів України (Л. Белей, І. Кудрейко, Т. Миколенко), найбільше – м. Києва (Т. Бурда, Г. Залізник, Л. Масенко, С. Соколова). Північний регіон

України, зокрема й Житомирщина, є об'єктом соціолінгвістичних студій М. Бовсуновської.

Анкетування проведено в трьох вищих навчальних закладах Житомира: ЖДУ імені Івана Франка, ЖНАУ, ЖДТУ. Опитувані студенти представлені з гуманітарних та технічних спеціальностей. Загальна вибірка становить 336 осіб.

З опитуваних респондентів з національністю українець ототожнили себе 97,6 %, росіян немає і іншої – 2,4 %. Щодо рідної мови, то маємо такі показники: українська – 95,5 %, російська – 3,3 %. Попри те, що жоден студент не обрав графу в національності росіянин, рідною російська мова є для 3,3 %. Водночас на перерві цією мовою спілкується 8,9 % студентів, зростає її використання також і в повсякденному вжитку до 9,0 %, у родині до 12,2 %.

Зіставивши дані нашого дослідження з даними північного регіону України, проведені й проаналізовані М. Бовсуновською, спостерігаємо позитивні зміни в молодшого покоління, оскільки респонденти з півночі мають більшу розбіжність між показниками національності та рідна мова: серед опитаних – 94,2 % українців, рідна мова українська – 78,7 %, російська – 11 %, українська та російська однаковою мірою – 9,5 %. Водночас на аналізованій території ці показники є вищими, ніж загалом по Україні (пор. рідна мова українська – 63,4 %, російська – 17,3 % і рівною мірою обидві – 18,0 % (за М. Бовсуновською). Отже, у нинішніх студентів відбувається вирівнювання між національною та мовною самоідентифікацією, коли українець за національністю вважає рідною мовою українську. Адже розбіжність між цими поняттями існувала в українського народу століттями, зокрема ще в XVI–XVII ст. рідну віру відстоювали не завжди рідною мовою (польською або латинською).

Під поняттям «рідна мова» більшість студентів розуміє «мова моєї країни» (69,6 %), дещо менше «мова, якою я думаю» (15,2 %), «мова моїх батьків» (5,4 %), «повсякденна мова» (5,4 %). Частина житомирських студентів усвідомлює, що в українській державі має бути українська мова, водночас тут можемо прочитувати й те, що в опціях студент обирає українську мову як мову своєї держави, а не ту, якою повсякчас спілкується (про що й свідчать відповіді на питання «Якою мовою Ви спілкуєтеся в повсякденні, на перерві, у родині»).

Студенти вважають, що українська мова є престижною: 82,4 % (так) і 3,9 % (ні). Тут зазначимо, що частина студентів ННІ іноземної філології вибрала відповідь «важко визначитись», що можемо пояснити усвідомленням ними престижності англійської мови.

В анкеті передбачені також питання, які показують залежність мовного вибору від мовного середовища: у присутності українськомовних

співрозмовників студенти обирають українську (85,1 %), російську (2,7 %), обидві мови (4,5 %), суржик (7,7 %). У російськомовному середовищі опитувана молодь послуговується українською (30,7 %), російською (43,8 %), обома мовами (13,1 %), суржиком (12,5 %). Мовна стійкість порушується під впливом російської мови, мовностійкими є лише 30,7 % українськомовних осіб.

Значна частина мешканців півночі також є залежною від мовного середовища: в українськомовному оточенні поширена українська (67 %), російська (8 %), українська і російська (21 %). У цій групі порівняно із студентською дещо більше респондентів послуговується російською в присутності українськомовних співрозмовників. Мешканці півночі, потрапляючи в російськомовне оточення, у спілкуванні обирають українську (32 %), російську (38 %), українську і російську (28 %). Отже, мешканці північного регіону у виборі мови / мовного коду залежні від мовного середовища і є мовно нестійкими.

У результаті білінгвізму поширилося таке явище, як суржик, під яким у лінгвістичній науці розуміють мішані форми українсько-російського мовлення. В анкеті як один із варіантів відповідей на низку питань нами подано «суржик». Цим різновидом мовлення, як засвідчили відповіді, студенти активно послуговуються в повсякденному вжитку (41,7 %), у родині (43,4 %), на перерві (47,3 %). Такі високі показники використання мовного покручу свідчать, з одного боку, про самокритичність студентами власного мовлення щодо літературних норм, а з іншого, такий великий відсоток свідчить про узвичаєність і сприйняття суржику як повсякденної реальності. Опитувані студенти – це покоління, яке виросло в суржикомовному середовищі і вже сприймає його як окремий мовний код. У родині, серед друзів уживається суржик тому, що так прийнято спілкуватися в їхньому колі, навіть попри добрі знання з української мови, оскільки ті студенти, які в анкетах зазначали, що дуже добре володіють українською мовою, у відповідях на запитання «Якою мовою Ви спілкуєтесь у родині, на перерві, у повсякденному вжитку» обрали варіант відповіді «суржик».

У студентів гуманітарних та негуманітарних спеціальностей у відповідях суттєвих розбіжностей не виявлено, що може свідчити про загальну тенденцію серед сучасної молоді вищих навчальних закладів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Данилевська О. Типи мовної поведінки київських школярів. Українська мова. 2013. № 2. С. 56–67.

2. Масенко Л. Мовна ситуація України: соціолінгвістичний аналіз. Мовна політика та мовна ситуація в Україні: Аналіз і рекомендації. За ред. Ю. Бестерс-Дільгер. Київ, 2008. С. 96–131.

3. Масенко Л. Мовна поведінка особистості у ситуації білінгвізму. Число. 2004. № 35. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ji.lviv.ua/n35texts/masenko-bilingv.htm>

4. Михальчук Оксана. «Мовна поведінка» як категорія української соціолінгвістики / Мова і суспільство. 2014. Вип. 5. С. 28–39.

5. Соколова С. Основні типи мовної поведінки киян (за даними анкетування). Українська мова. 2013. № 2. С. 38–55.

Н. Д. Борисенко
В. О. Кравченко
м. Житомир

ЛЕКСИКА НА ПОЗНАЧЕННЯ ОДЯГУ ТА ВЗУТТЯ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ: ЛІНГВОКРАЇНОЗНАВЧИЙ АСПЕКТ

Лінгвокультурні та лінгвокраїнознавчі розвідки досліджують одиниці, що відображають у своїй семантиці культуру, історію певного етносу, ілюструють роль, яку відіграє мова у накопиченні культурно-значущої інформації [2; 3]. Серед них виділяємо лексичні одиниці, що підкреслюють індивідуальність кожного народу та особливості його життя і відносяться до реалій. До останніх належать лексеми, які номінують події суспільного і культурного життя країни, громадські організації та установи, звичаї і традиції, предмети побуту, особливості географічного рельєфу, представників флори та фауни, витвори мистецтва, літератури, імена історичних особистостей, громадських діячів, вчених, письменників, композиторів, артистів, популярних спортсменів, героїв художніх творів, явища природи, тощо. Інакше кажучи, реалії називають всі феномени життя, розуміння яких потребує або енциклопедичної довідки, або наочного пояснення [1, с.45-53]. На разі реалії є об'єктом вивчення не тільки для лінгвістів та перекладачів, але й для антропологів та етнографів, що вказує на міждисциплінарний характер зазначених одиниць. Вони залишаються найменш вивченими лінгвістичними одиницями [4 с. 234], оскільки їхня класифікація потребує систематизації великого фактичного матеріалу.

Серед слів-реалій виділяємо групу лексики на позначення одягу та взуття, до якої відносимо лексичні одиниці, які номінують предмети

гардеробу, що використовуються в англomовних країнах та були запозичені іншими спільнотами разом із назвами.

Серед іменників на позначення одягу та взуття виділяємо групи питомих та запозичених лексем.

Питомі англійські одиниці поділяємо на підгрупи залежно від способу утворення. До першої – відносимо лексеми утворені афіксацією. Наприклад, *blazer – a coloured jacket worn by schoolchildren or sports players as part of a uniform; a plain jacket not forming part of a suit but considered appropriate for formal wear* [5]. Іменник *blazer (a thing that blazes or shines)* утворено афіксальним способом від питомого дієслова *to blaze* [6] у першій половині XVII ст. Наприкінці XIX ст. фіксується значення *bright-colored loose jacket* [6].

Другу підгрупу складають лексеми, що з'явилися у результаті словоскладання. Наприклад, одиницю *trench-coat – a loose belted, double-breasted raincoat in a military style* [5] утворено шляхом словоскладання іменників *trench* та *coat* під час Першої світової війни для позначення шинелі, яку британські офіцери носили на передовій [6].

Запозичення з інших мов включають номінації теплого одягу. Наприклад, *anorak – waterproof, hooded jacket*, походить від ескімоського *anoraq* [6]; лексему *parka – a large windproof jacket with a hood, designed to be worn in cold weather* [5] запозичено у другій половині XVIII ст. від алеутського *parka* [6].

З мов американських індіанців до англійської мови потрапляють іменники, що номінують типові предмети гардеробу цих племен. Наприклад, *moccasins – a soft leather slipper or shoe, strictly one without a separate heel, having the sole turned up on all sides and sewn to the upper in a simple gathered seam, in a style originating among North American Indians* [5].

Окрему групу складають слова невизначеної етимології. Наприклад, лексема *loafers – a type of shoe for informal occasions, 1937* [6], *a leather shoe shaped like a moccasin, with a flat heel* [5] вважається частковою калькою з німецької *Landläufer* від *Land* (земля) та *Läufer* (бігун) [6].

Окремо виділяємо лексеми утворені шляхом деонімізації, тобто переходу власної назви у загальну. До першої підгрупи відносимо одиниці, утворені від прізвищ та титулів. Наприклад, назва жакету *cardigan – a knitted jumper fastening down the front* [5] пов'язується з титулом сьомого графа Кардігана, який першим почав носити такий одяг. Перехід прізвища у назву плаща демонструє наступний приклад: *mackintosh – a full-length waterproof coat* [5]; *waterproof outer coat or cloak* [6]. Плащ з'явився у першій половині XIX ст. та його було названо на честь Чарльза Макінтоша, шотландського винахідника, який запатентував процес виготовлення водонепроникного матеріалу. Крім того, можливим є

використання присвійного відмінку при утворенні назви предмету гардеробу. Наприклад, *Levi's – a brand of denim jeans*, слово з'являється у 1920х роках *named after Levi Strauss, original US manufacturer in the 1860s* [5]

До другої підгрупи відносимо одиниці, які утворено від географічних назв. Наприклад, *Bermuda shorts also Bermudas – casual knee-length shorts* [5] *first attested 1946 (in "The Princeton Alumni Weekly")*, *from the type of garb worn by U.S. tourists there* [6]. Третя група включає номінації, утворені від назв інституцій: *Oxfords – a type of lace-up shoe with a low heel* [5]; *a type of shoe laced over the instep*, слово фіксується у 1721 р. [6]

Отже, лексика на позначення одягу та взуття відноситься до питомої та запозиченої, утворюється шляхом афіксації, словоскладання та деонімізації. Подальшою перспективою дослідження є аналіз інших тематичних груп реалій сучасної англійської мови, виявлення їх походження та способів утворення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Борисенко Н. Д., Шевчук О. О. Лінгвокраїнознавство англomовних країн. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2010. 161 с.
2. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. Пер. с англ., отв. ред. М. А. Кронгауз, вступ. ст. Е. В. Падучевой. М. : Русские словари, 1996. 416 с.
3. Верещагин Е. М., Костомаров В.. Лингвострановедческая теория слова. - М. : Русский язык, 1980. 234с.
4. Влахов С., Флорин С., Непереваемое в переводе. Москва : Международные отношения, 1980. 341 с.
5. English Oxford Dictionaries. URL: <https://en.oxforddictionaries.com> (дата звернення 20.03.2019).
6. Online Etymology Dictionary. URL: <https://www.etymonline.com> (дата звернення 20.03.2019).

С. К. Топачевський
м. Житомир

ПРАГМАТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПЕРЕКЛАДАЦЬКИХ ДЕФОРМАЦІЙ

Перекладацька деформація розглядається як явище, яке базується на прагматичній деформації, тобто деформації змісту і концептуального

плану оригіналу [1: 549]. Змістово-концептуальна інформація використовується реципієнтом тексту оригіналу для конструювання уявлення про індивідуально-авторський погляд на співвідношення між фактами і подіями [1: 549]. Викривлення змісту і концептуального плану оригіналу при перекладі є суб'єктивним аспектом перекладацької деформації, тобто в основі перекладацької деформації лежить уявлення перекладача про мету його роботи [1: 549; 2: 513].

Суб'єктивний аспект перекладацької деформації, прагматична деформація, має свою реалізацію у тексті перекладу у деформації фонетичного, лексико-семантичного, граматичного і синтаксичного планів тексту оригіналу [1: 549].

Прикладом для ілюстрації описаного вище розуміння прагматичної деформації у перекладі можуть бути імена персонажів мультфільму “Cars” («Тачки») – *Rusty* і *Dusty*, які відтворені українською як *Брень* і *Дзень* [3]. Персонажі є братами, старими заіржавілими автомобілями, і їх оригінальні імена активують у свідомості реципієнтів розуміння їх недоглянутості і старості шляхом фокусування уваги на зовнішньому вигляді: *rusty* – іржавий, *dusty* – вкритий пилом. Переклад цих імен як *Брень* і *Дзень* фокусує увагу реципієнтів перекладу вже не на зовнішньому вигляді, а на звучанні цих авто, активуючи розуміння того, що старий автомобіль, на відміну від нового, видає хаотичні звуки, оскільки його механізми зношені і працюють недосконало і не налагоджено.

Таким чином, реципієнт перекладу отримує деформацію індивідуально-авторського погляду на опис стану автомобілів, оскільки переклад акцентує увагу на функціонуванні механізмів, в той час як оригінал – на зовнішньому вигляді. Це, однак, не впливає на ефект, який переклад справляє на реципієнта, і тут варто говорити про перекладацьку *адаптацію*, аніж про деформацію, оскільки переклад відтворює важливі особливості оригіналу, а саме:

1) *Брень* і *Дзень* римуються, як і оригінальні імена *Rusty* і *Dusty*, тобто спостерігається адекватне відтворення фонетики оригіналу;

2) завдяки схожості форми передається ідея того, що ці персонажі є братами;

3) активізується образ саме старих автомобілів.

У розглянутому прикладі деформація індивідуально-авторського погляду на опис стану автомобілів проявляється у лексико-семантичній деформації, і обумовлена необхідністю забезпечити *адекватність* перекладу, тобто – вимогу, щоб переклад мав такий само вплив на реципієнтів перекладу, як і оригінал має на реципієнтів оригіналу.

Таке розуміння прагматичної деформації, яка використовується для забезпечення максимальної адекватності перекладу, відрізняється від

прагматичних деформацій, внаслідок яких прагматичний потенціал тексту перекладу змінюється (збільшується або зменшується) порівняно із текстом оригіналу.

Розглянемо приклад із мультфільму “Cars” («Тачки»), який є словами персонажа *Rusty*. Він разом зі своїм братом *Dusty* виступає на сцені як комік, розповідаючи жарти:

I met this car from Swampscott. He was so rusty he didn't even cast a shadow!

Комічний потенціал жарту полягає у тому, що ступінь заіржавіlosti автомобіля була такою, що він був майже прозорий і не відкидав тіні. Відтворення цього потенціалу в українському перекладі не викликає труднощів, оскільки жарт активує загальнонародські знання про природу іржавіння і корозії металу, які активуватимуться у свідомості реципієнтів перекладу так само успішно, як у свідомості реципієнтів оригіналу.

Однак, український переклад в рамках стратегії локалізації вдається до перекладацької трансформації, яка підвищує прагматичний потенціал перекладу, тобто в цьому випадку – його комічність для реципієнтів перекладу, порівняно із оригіналом:

Я знав колись одну Ладу, таку іржаву, що й тіні не кидала! [4]

Трансформація конкретизації *car* – *Лада* викликає прагматичну перекладацьку деформацію, оскільки активує у свідомості реципієнта перекладу конкретну марку автомобіля. Незважаючи на те, що марка *Lada* випускається і сьогодні, у контексті жарту, активується образ саме старого автомобіля, який у україномовного реципієнта скоріш за все асоціюватиметься із радянською моделлю, яка була досить популярна і поширена раніше, і яка сьогодні, однак, не вважається престижною.

Таким чином, зміна прагматики тексту перекладу порівняно із текстом оригіналу обумовлюється усвідомленням перекладачем тих відмінностей, які може викликати у свідомості україномовного глядача слова «автомобіль» і «Лада». Перекладач обирає посилити комічний потенціал перекладу, хоча жарт можна було відтворити і без трансформації конкретизації. Саме такі випадки, на нашу думку, і варто позначати як *прагматичні деформації*, оскільки вони кількісно змінюють прагматичний потенціал перекладу порівняно із оригіналом.

Перспективою дослідження є глибший аналіз наведених розумінь прагматичної деформації у перекладі, а також більш детальний розгляд випадків збільшення і, особливо, зменшення гумористичного потенціалу під час перекладу. Також, перспективним вважаємо окреслення сфер окрім жартів, в яких можливі прагматичні трансформації збільшення або зменшення прагматичного потенціалу перекладу порівняно із оригіналом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛІ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ребенко М. Ю. Прагматична деформація як перекладацька стратегія у художньому перекладі. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Сер. Філологічні науки : збірник наукових праць*. 2011. Вип. 95 (1). С. 547-552.
2. Гарбовский Н. К. Теория перевода : учебник. М. : Изд-во Моск. ун-та, 2004. 544 с.
3. Тачки (фільм) : веб-сайт URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B0%D1%87%D0%BA%D0%B8_\(%D1%84%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BC\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B0%D1%87%D0%BA%D0%B8_(%D1%84%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BC)) (дата звернення: 01.05.2019).
4. Тачки : веб-сайт URL: <https://uafilm.tv/418-tachky.html> (дата звернення: 01.05.2019).

Ю. В. Карпінський
м. Житомир

МОВНИЙ СУБКОД МОЛОДІ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЗАГАЛЬНОВЖИВАНУ ЛЕКСИКУ

Питання дослідження впливу англomовного молодіжного соціолекту на сучасну англійську мову, якою користуються як різні вікові категорії, так і носії англійської мови по всьому світу представляє особливий дослідницький інтерес в комунікативних умовах сучасності. Взаємовплив підсистем загальнонаціональної мови, наприклад літературної мови і молодіжного сленгу, дозволяє простежити мовні процеси за яких сленгізми частково засвоюються літературною мовою, а субстандарт стає стандартом.

Молодіжне спілкування тісно пов'язане зі світом інформаційних технологій і висока його частка проходить в рамках соціальних мереж, месенджерів, форумів і чатів. Така форма комунікації надає дослідникам широкі можливості для вивчення нових слів та моделей словотворення, а онлайн-соцмережі є ефективним майданчиком для аналізу процесів поширення новоутвореної лексики в інші області мововжитку. При цьому мережа інтернет формує особливе середовище розвитку лексичних новоутворень, які представляють не тільки пласт комп'ютерної

термінології, пов'язаної з всесвітньою інтернет мережею, а й одиниці мовного субкоду молоді, що були утворені в процесі онлайн-спілкування.

Сучасний ритм життя супроводжується високою швидкістю передачі інформації, і в цьому комунікаційному потоці молодіжну вікову групу часто звинувачують у тому, що вона “руйнує” основи або “фундамент” мовних стандартів. Але на противагу сформованому стереотипу, вплив молодіжної вікової групи на загальноживану лексику не є таким масштабним, яким його іноді помилково вважають [2]. Чому деякі молодіжні лексичні одиниці стрімко зростають до піку своєї популярності, і так само швидко згасають, а інші демонструють довготривалий вжиток та переходять до групи загальноживаної лексики? Наприклад, слово *dude* у своєму нинішньому значенні існує принаймні століття, а такі нещодавно популярні лексичні одиниці як *bummer*, *fab*, *wack* або *fleek* зараз майже не використовуються [1]? Або скільки ще часу перебуватимуть у активному вжитку такі одиниці як *wig*, *stan* або *sus*?

Метою формування та вжитку подібних лексичних одиниць є самовідокремлення представників молодіжної групи суспільства від інших і водночас їх об'єднання в групу “своїх”. Тобто, вживаючи слова та вирази, що відрізняються від загальноприйнятої мовної норми, молодь тяжіє до групового конформізму [5]. У сучасному комунікативному просторі мовний субкод молоді, зберігаючи в цілому статус маркера кордонів “свій-чужий” виходить за межі колективного, обумовленого соціумом, комунікативного простору та виконує цю функцію вже відносно комунікативного простору лінгвокультурної спільноти, або сукупності колективних комунікативних просторів різних соціумів [4]. Окрім намагання деталізувати й уточнити інформацію, а також надати змістові більшій ефективності та виразності, молодіжні лексичні новоутворення стимулюють перманентний розвиток лексичного складу мови в цілому. Згодом деякі з таких новоутворень потрапляють у загальний мовний простір, де вони втрачають свою семантичну конспірованість і стають загальноживаними [3]. Тобто в процесі адаптації слово або зникає, або залишається у мові спочатку як неологізм, а згодом стає звичним для мовців і, зрештою, перетворюється на загальноживане. Щоб стати таким і увійти до словникового складу мови, неологізм повинен бути відомим і зрозумілим більшості мовців [6]. Ця складова впливу мовного субкоду молоді на загальноживану лексику є чи не найсуттєвішою, оскільки такий вплив здійснюється на живу англійську мову, якою користуються як різні вікові категорії, так і носії англійської мови по всьому світу.

Перспективним напрямком подальших досліджень є ідентифікація та диференціація лінгвістичних та екстралінгвістичних маркерів переходу

лексичних одиниць мовного субкоду молоді до єдиного коду, яким є загальноживана лексика та загальний мовний стандарт.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. 150 Slang Terms From the 20th Century No One Uses Anymore. BestLife. 2019. URL : <https://bestlifeonline.com/20th-century-slang-terms/>.
2. Lafrance A. Teens Aren't Ruining Language. The Atlantic. 2014. URL : <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2016/01/blatantly-budge-and-other-dead-slang/431433/>.
3. Лебедева Н. Англійські запозичення як специфічний феномен у сучасному молодіжному дискурсі в Україні та Німеччині. Наукові записки [Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка]. Сер. : Філологічні науки. 2009. Вип. 81(1). С. 307–311. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzs_2009_81\(1\)_76](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzs_2009_81(1)_76)
4. Редкозубова Е. А. Сленг в современном коммуникативном пространстве : дискурсивные практики : автореф. дис. на соискание учен. степени доктора филол. наук : спец. 10.02.19 "Теория языка". Ростов-на – Дону, 2014. URL : <http://cheloveknauka.com/sleng-v-sovremennom-kommunikativnom-prostranstve-diskursivnye-praktiki>.
5. Щербина В. Е. Чекиниться, инстаграмиться, твититься... сетевые неологизмы как средство пополнения молодежного сленга. Вестник Оренбургского государственного университета, 2017. № 1. С. 68–72.
6. Янишина Л. С. Процеси неологізації у словниковому складі англійської мови ХІХ століття (на матеріалі прозових літературних творів) : дис. канд. філ. наук : 10.02.04. Київ, 2017. – 202 с.

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)**

10 травня 2019 р.

**Формат 60x84/16 Гарнітура Times New Roman.
Наклад 10мЗам.№ 35 (518)
Видавець і виготовлювач
Виробнича агенція «Графіум»
ФОП Мальцева О.Ю. Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
АГ № 298163 від 09.12.2013 р.
М. Житомир, вул. Святослава Ріхтера, 33, оф. 1
тел./факс (0412) 43-17-61, (063) 77-99-709
E-mail: info@graphium.com.ua**

*СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ ЛІНГВІСТИЧНИХ
ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ*