

ISSN 2075-2970

ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА



**ТИПОЛОГІЯ МОВНИХ ЗНАЧЕНЬ
У ДІАХРОНІЧНОМУ ТА ЗІСТАВНОМУ
АСПЕКТАХ**

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

ВИПУСК 35-36

ВІННИЦЯ

**ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНИХ МОВ**

***ТИПОЛОГІЯ МОВНИХ ЗНАЧЕНЬ
У ДІАХРОНІЧНОМУ
ТА ЗІСТАВНОМУ АСПЕКТАХ***

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Видається з 1998 року

ВИПУСК 35–36

Вінниця 2018

ISSN-print 2075-2970

ISSN-online 2617-2011

УДК 801. 55:807 + 801. 561. 1 : 807

Типологія мовних значень у діяхронічному та зіставному аспектах : зб. наук. праць / Л. Я. Гнатюк (голов. ред.). Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса, 2018. Вип. 35–36. 104 с.

У збірнику висвітлено актуальні проблеми діяхронічної та зіставної лінгвістики.
Для широкого кола науковців, викладачів і студентів філологічних спеціальностей.

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 22588-12488ПР від 14.03.2017.

Збірник включено до Переліку наукових фахових видань України відповідно до наказу Міністерства освіти і науки України № 1714 від 28.12.2017 року.

Редакційна колегія :

Гнатюк Л. Я., д-р філол. наук, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна (головний редактор); **Оленяк М. Я.**, канд. філол. наук, доц., Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна (заступник головного редактора); **Залужна О. О.**, канд. філол. наук, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна (виконавчий редактор); **Білецька О. В.**, канд. філол. наук, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна; **Вінтонів М. О.**, д-р філол. наук, проф., Київський університет імені Бориса Грінченка, Україна; **Гошилик Н. С.**, канд. філол. наук, доц., Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна; **Данцл Л. С.**, канд. філол. наук, доц. Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна; **Загнітко А. П.**, д-р філол. наук, проф., член-кореспондент НАН України, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна; **Іліаді О. І.**, д-р філол. наук, проф., Центральноукраїнський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка, Україна; **Калініченко В. І.**, канд. філол. наук, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна; **Капранов О.**, PhD, Університет прикладних наук Західної Норвегії, Берген, Норвегія; **Кришталь С. М.**, канд. філол. наук, доц. Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна; **Лукаш Г. П.**, д-р філол. наук, проф., Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна; **Мізін К. І.**, д-р філол. наук, проф., ДВНЗ "Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди", Україна; **Наварро Хосе Антоніо Алонсо**, PhD, Університет Дель-Норте, Асунсьйон, Парагвай; **Ніколаєва Л.**, PhD, Маджан коледж, Маскат, Оман; **Проценко І. Ю.**, PhD, Університет Дель-Норте, Асунсьйон, Парагвай; **Ситенко О. О.**, канд. філол. наук, доц. Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна; **Тараненко Л. І.**, д-р філол. наук, доц., Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», Україна; **Терехова С. І.**, д-р філол. наук, проф., Київський національний лінгвістичний університет, Україна; **Чоботар О. В.**, канд. філол. наук, доц. Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна; **Запухляк І. М.**, ст. викл. Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна (технічний редактор); **Ігнатенко Д. Є.**, ст. викл. Донецький національний університет імені Василя Стуса, Україна (відповідальний секретар).

Повне або часткове передрукування матеріалів, виданих у збірнику «Типологія мовних значень у діяхронічному та зіставному аспектах», допускається лише з письмового дозволу редакції.

Під час передрукування матеріалів посилання на збірник «Типологія мовних значень у діяхронічному та зіставному аспектах» є обов'язковим.

Друкується за ухвалою Вченої ради Донецького національного університету імені Василя Стуса (протокол № 8 від 01.03.2019 року).

Адреса редакції:

Донецький національний університет імені Василя Стуса,
факультет іноземних мов,
вул. 600-річчя, 21
21021 Вінниця / Україна
тел.: +38 063-477 76 20
e-mail: zbirnyk.typolohiya2015@gmail.com, офіційний сайт <https://typology.com.ua>

**VASYL' STUS DONETSK NATIONAL UNIVERSITY
FACULTY OF FOREIGN LANGUAGES**

***TYPOLGY OF LANGUAGE MEANINGS
IN DIACHRONIC
AND CONTRASTIVE ASPECTS***

Scholarly Journal

The Journal has been issued since 1999

ISSUE 35–36

Vinnytsia 2018

ISSN-print 2075-2970

ISSN-online 2617-2011

UDK 801. 55:807 + 801. 561. 1 : 807

Typology of Language Meanings in Diachronic and Contrastive Aspects : collection of scientific papers / L. Ya. Hnatiuk (Editor-in-Chief). Vinnytsia : Vasyl' Stus Donetsk National University, 2018. Issue. 35–36. 104 p.

This volume includes papers on current issues of diachronic and contrastive linguistics.

For a wide readership of scholars, lecturers and students of philology.

Certificate of state registration of the print media: series KB № 22588-12488ПП of 14.03.2017.

The journal “Typology of Language Meanings in Diachronic and Contrastive Aspects” is included to the List of professional publications of Ukraine according to the order of the Ministry of Education and Science of Ukraine № 1714 as of 28.12.2017.

Редакційна колегія :

Hnatiuk L. Ya., Doctor of Philology, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine (Editor-in-Chief); **Oleniak M. Ya.**, PhD, Associate Professor, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine (Associate Editor); **Zaluzhna O. A.**, PhD, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine (Executive Editor); **Biletska O. V.**, PhD, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine; **Vintoniv M. O.**, Doctor of Philology, Professor, Borys Grinchenko Kyiv University, Kyiv, Ukraine; **Goshlyk N. S.**, PhD, Associate Professor, Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ivano-Frankivsk, Ukraine; **Dantsl L. S.**, PhD, Associate Professor, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine; **Zahnitko A. P.**, Doctor of Philology, Professor, corresponding member of NAS of Ukraine, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine; **Iliadi O. I.**, Doctor of Philology, Professor, Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State Pedagogical University, Kropyvnytskyi, Ukraine; **Kalinichenko V. I.**, PhD, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine; **Kapranov O.**, PhD, Western Norway University of Applied Sciences, Bergen, Norway; **Krishtal S. M.**, PhD, Associate Professor, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine; **Lukash H. P.**, Doctor of Philology, Professor, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine; **Mizin K. I.**, Doctor of Philology, Professor, Pereiaslav-Khmelnytsky Hryhoriy Skovoroda State Pedagogical University, Pereiaslav-Khmelnytskyi, Ukraine; **José Antonio Alonso Navarro**, PhD, Universidade Del Norte, Asuncion, Paraguay; **Nikolayeva L.**, PhD, Majan University College, Muscat, Oman; **Protsenko I. Ю.**, PhD, Universidade Del Norte, Asuncion, Paraguay; **Sytenko O. O.**, PhD, Associate Professor, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine; **Taranenko L. I.**, Doctor of Philology, Associate Professor, National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”, Kyiv, Ukraine; **Terekhova S. I.**, Doctor of Philology, Professor, Kyiv National Linguistic University, Kyiv, Ukraine; **Chobotar O. V.**, PhD, Associate Professor, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine; **Zapukhlyak I. M.**, Senior Lecturer, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine (Technical Editor); **Ihnatenko D. Ye.**, Senior Lecturer, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine (Executive Secretary).

Full or partial reprint of materials published in the journal “Typology of Language Meanings in Diachronic and Contrastive Aspects” is allowed only with the written permit of the publisher.

In a case of reprint, reference to “Typology of Language Meanings in Diachronic and Contrastive Aspects” is required.

Published by the decision of Academic Council of Vasyl' Stus Donetsk National University, (protocol № 8 of 01.03.2019).

Contacts:

Vasyl' Stus Donetsk National University

Faculty of Foreign Languages

vul. 600-richya, 21

21021 Vinnytsya / Ukraine

e-mail: zbirnyk.typolohiya2015@gmail.com, website <https://typology.com.ua>

ЗМІСТ

МОВНІ ОДИНИЦІ ТА КАТЕГОРІЇ У ТИПОЛОГІЧНОМУ Й ЗІСТАВНОМУ АСПЕКТАХ

<i>Григошкіна Я. В., Подолян В. С.</i> Переклад ергонімів роману Дж. К. Ролінг «Гаррі Поттер і філософський камінь» українською та російською мовами: порівняльний аспект.....	7
<i>Залужна О. О.</i> Посесивна семантика в привативних дієсловах (на матеріалі англійської та української мов)	15
<i>Запужляк І. М.</i> Функційно-стилістичні особливості вживання фразеологізмів у сучасній англійській та українській мовах.....	25
<i>Ситенко О. О.</i> Особливості емоційно забарвленої лексики на матеріалі роману Діани Сеттерфільд «Тринадцята казка».....	34
<i>Соколова В. М.</i> Каузативні конструкції із семантичною ознакою емоційного стану в англійській та українській мовах.....	41

СЕМАНТИЧНІ Й ФУНКЦІОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧНІ КАТЕГОРІЇ СЛОВА, ВИСЛОВЛЮВАННЯ Й ТЕКСТУ

<i>Боднар О. В.</i> Антропоморфні метафори у англомовних текстах інформаційно-публіцистичного жанру	52
<i>Джеріх О. С.</i> «Концепт» у сучасній когнітивній лінгвістиці та лінгвокультурології: поняття та структура	61
<i>Іванілова В. О.</i> Реалії в художньому тексті: перекласти не можна опустити	70
<i>Ізмалкова А. В.</i> Мовні засоби вираження тактики «акцентування уваги на потребах покупця» в рекламному дискурсі.....	81
<i>Компанець Т. М.</i> Вербальні засоби втілення природничого фрагменту античної картини світу.....	91
НАШІ АВТОРИ	101

CONTENTS

LANGUAGE UNITS AND CATEGORIES IN THE TYPOLOGICAL AND CONTRASTIVE ASPECTS

<i>Hryhoshkina Ia.V., Podolian V. S.</i> Translation of Ergonyms from the Novel “Harry Potter and the Philosopher’s Stone” into Ukrainian and Russian: the Comparative Aspect.....	7
<i>Zaluzhna O. O.</i> On the Possessive Semantics in Privative Verbs (the Evidence from English and Ukrainian)	15
<i>Zapukhlyak I. M.</i> Functional-stylistic Peculiarities of Usage of Idioms in Contemporary English and Ukrainian Languages.....	25
<i>Sytenko O. O.</i> Peculiarities of emotionally coloured lexemes on the material of Diane Setterfield’s novel “The Thirteenth Tale”	34
<i>Sokolova V. M.</i> Causative Constructions with the Semantic Meaning of Emotional State in the English and the Ukrainian Languages.....	41

SEMANTIC, FUNCTIONAL AND PRAGMATIC CATEGORIES OF THE WORD, UTTERANCE AND TEXT

<i>Bodnar O. V.</i> Anthropomorphic Metaphors in English Texts of the Informational and Journalistic Genre	52
<i>Dzherikh O. S.</i> “Concept” in Modern Cognitive Linguistics and Lingvocultural Stud- ies: Definition and Structure	61
<i>Ivanilova V. O.</i> Realias in literary text: to translate or not to translate	70
<i>Izmalkova A. V.</i> Language Means to Express the Communicative Tactic of “Focusing on Purchaser’s Needs” in Advertising Discourse.....	81
<i>Kompanets T. M.</i> Verbal Means of Natural Fragment Implementation of Ancient World-view	91
CONTRIBUTING AUTHORS	101

**МОВНІ ОДИНИЦІ ТА КАТЕГОРІЇ
У ТИПОЛОГІЧНОМУ Й ЗІСТАВНОМУ АСПЕКТАХ**

DOI 10.31558/2075-2970.2018.35-36.1
УДК 81`2: 811.111-811.161.2-811.161.1

© Я. В. Григошкіна, В. С. Подолян
(Вінниця)

**ПЕРЕКЛАД ЕРГОНІМІВ РОМАНУ ДЖ. К. РОЛІНГ
«ГАРРІ ПОТТЕР І ФІЛОСОФСЬКИЙ КАМІНЬ»
УКРАЇНСЬКОЮ ТА РОСІЙСЬКОЮ МОВАМИ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ**

У статті розглянуто способи відтворення ергонімів українською та російською мовами. На матеріалі перекладу ергонімів з книги Дж. К. Ролінг «Гаррі Поттер і філософський камінь» російською (за І. В. Оранським) та українською мовами (за В. Є. Морозовим) зіставлено способи їх відтворення. Виявлено тенденцію до застосування калькування при перекладі російською та транскрипції при перекладі українською мовами. У роботі описано різні типи класифікацій власних назв у лінгвістиці.

Ключові слова: переклад, ергонім, онім, транскрипція, калька, транслітерація.

Власні назви є невід’ємною частиною будь-якої мови та культури, тому надзвичайно важливим є вміння правильно їх перекладати. Споконвіків ведуться суперечки про найточніший спосіб передачі власних назв. Власні назви належать до безеквівалентної лексики, тому може здатися, що з усіх видів перекладу цей матеріал – найлегший, бо він не потребує багато розумових затрат, потрібно лише передати слово оригіналу за допомогою букв або звуків мови перекладу. У мові можуть існувати такі звуки, які не мають прямих відповідників у іншій мові. Коли справа доходить до перекладу українською мовою, перекладач, окрім цього, стикається з низкою певних проблем, з-поміж яких відсутність чітко визначених та фіксованих правил перекладу власних назв та постійна зміна їх норм.

Актуальність цього дослідження зумовлена:

- необхідністю визначення чітких правил перекладу ергонімів,
- потребою виявлення найбільш доречних перекладацьких стратегій їх відтворення.

Переклад власних імен завжди становив певний інтерес для лінгвістів. У зв’язку з тим, що не існує певних правил перекладу власних імен, різні перекладачі подають відмінні версії перекладу одного й того самого слова. Вивченню власних імен свої праці присвятили такі науковці: Р. С. Хіляревський (1985), Д. І. Єрмолович (1981, 2005), А. А. Живоглядов (1996), К. Б. Зайцева (1983), О. Ю. Карпенко (2006). Однак переклад ергонімів ніколи не розглядався в аспекті дотримання норм української та російської мови. Подібне застосування порівняль-

ного методу для уточнення прийомів перекладу української та російської мов допоможе визначити правильний і найбільш ефективний спосіб передачі ергонімів з англійської мови.

Обрана тема роботи залишається актуальною: все більше вчених звертається до творчості Дж. К. Ролінг з метою підкріплення певних гіпотез на сучасному англійському матеріалі, серед них є дослідження власних назв у романах відомої авторки як у лінгвокультурологічному, так і перекладацькому аспекті (Капкова 2004; Лукин 2016; Мосеева, Качаева 2014). Дотепер ергоніми роману «Гаррі Поттер і філософський камінь» у порівняльному аспекті на матеріалі двох мов ще не вивчалися.

Метою роботи є порівняння способів перекладу англійських ергонімів українською та російською мовами, визначення характерних для перекладачів стратегій.

Основні завдання цього дослідження передбачають:

- 1) визначення списку ергонімів з оригінальної книги «Гаррі Поттер і філософський камінь» та їх відповідників українською та російською мовами;
- 2) порівняння прийомів перекладу ергонімів зазначеного роману;
- 3) визначення тенденції використання певного методу;
- 4) виділення найбільш ефективного способу перекладу ергонімів на основі проведеного дослідження з кількісними підрахунками емпіричного матеріалу.

Об'єктом дослідження є прийоми перекладу власних назв українською та російською мовами.

Предмет дослідження – прийоми перекладу ергонімів з книги Дж. К. Ролінг «Гаррі Поттер і філософський камінь», застосовані І. В. Оранським і В. Є. Морозовим.

Матеріалом дослідження виступають тексти роману Дж. Ролінг «Гаррі Поттер і філософський камінь» у перекладі українською та російською мовами загальним обсягом відповідно у 320 та 400 сторінок. У процесі роботи над власними назвами було виокремлено 20 ергонімів в україномовному тексті та 20 найменувань – у російськомовному перекладі, відібраних шляхом суцільної вибірки.

Власні назви є важливою складовою спілкування і часто містять певну інформацію про свого носія. Особливо така тенденція простежується в художній літературі, де ім'я персонажа може багато розповісти про його характер. Якщо в такому випадку просто передати ім'я за літерами або пофонемно, то воно втратить своє значення в мові перекладу і буде являти собою лише певний набір літер. Перед перекладачами, які мають справу з власними назвами, постає складне завдання правильної, а головне – точної, передачі такої лексики.

В. С. Виноградов визначає власні назви (оніми) як слова, що позначають унікальний дійсний чи вигаданий об'єкт, особу чи місцевість (Виноградов, 2001, с. 150).

Щоб краще зрозуміти сутність власних назв, потрібно розглянути їх класифікацію. Існує значна кількість класифікацій власних назв, запропонованих лінгвістами.

М. П. Кочерган поділяє власні назви на : антропоніми (імена людей), топоніми (географічні назви), теоніми (назви божеств), зооніми (клички тварин), астроніми (назви небесних тіл), космоніми (назви зон космічного простору і сузір'їв), хрононіми (назви відрізків часу, пов'язані з історичними подіями), ідеоніми (назви об'єктів духовної культури), хрематоніми (назви об'єктів матеріальної культури) та ін. (Кочерган, 2005, с. 187).

Н. В. Подольська визначає ергонім як «власне ім'я ділового об'єднання людей, у тому числі союзу, організації, установи, корпорації, підприємства, суспільства, закладу, гуртка» (Подольская 1998, с. 151).

Попри те, що безеквівалентну групу лексики найважче трансформувати, для того, щоб досягти найвищого рівня ефективності, необхідний її еквівалентний переклад. Термін *безеквівалентна лексика*, що позначає оніми, не робить переклад цих слів неможливим. Комунікативно-функціональний підхід до передачі безеквівалентної лексики враховує особливості власних назв. Зазвичай власні назви передаються за допомогою перекладацької транслітерації та транскрибування; описового перекладу; перекладу (Бархударов, 2010, с. 96).

Передача власних назв зумовлена особистим вибором перекладача, який, у свою чергу, опирається на традиційний переклад. При традиційній передачі власних назв виділяють транскрипцію, транслітерацію та калькування.

Транскрипція. При передачі слова за допомогою транскрипції воно записується літерами мови перекладу, **опираючись** при тому на еквівалентність звуків та подібність звучання слова вихідною мовою (Ермолович, 2001, с. 41).

За допомогою транскрипції передається велика кількість власних назв, таких, як назви осіб, географічних об'єктів, небесних тіл, установ, організацій, морських і річкових суден, фірм, готелів, ресторанів, газет, журналів, сценічних постановок тощо. Транскрибовані оніми та інші реалії є елементами перекладу, що у своїй словесній звуковій формі зберігають певну національну своєрідність.

Далеко не все у транскрипції можна формалізувати. Коли транскрипція є компонентом великої системи художнього перекладу, її норми неможливо повністю уніфікувати, тому велике значення має художнє відчуття перекладача.

Транслітерація – це формальне відтворення початкової лексичної одиниці за допомогою алфавіту мови перекладу; буквена імітація форми початкового слова (Виноградов 2001, с. 15). Цей метод використовується в тому випадку, коли мови користуються різними графічними системами для запису слів. Таким чином, графічні одиниці однієї мови передаються за допомогою графічних одиниць, які певним чином є їх відповідником з іншої мови.

Під час транслітерації слово передається за літерами з урахуванням таблиці відповідностей символів. Перевагою транслітерації над транскрипцією є її простота, можливість застосування додаткових знаків та менша кількість неоднозначностей.

Оскільки при транслітерації звуковий образ іншомовної власної назви спотворюється, при передачі українською мовою вона застосовується не так часто. За допомогою транслітерації інколи передаються хремотоніми, деякі антропоніми, теоніми та топоніми.

Калькування – це метод передачі лексичної одиниці оригіналу за допомогою заміни її складових (морфем або слів) їх лексичними аналогами в мові перекладу (Комиссаров, 1990, с. 173). За допомогою калькування з'явилася велика кількість різноманітних запозичень у міжкультурній комунікації. Це відбулося внаслідок того, що зустрічалося багато випадків, коли застосування транслітерації було неможливим з певних міркувань.

При використанні цього способу передачі часто необхідно застосовувати певні трансформації, бо, на відміну від попередніх способів, калькування не завжди є простою механічною операцією. Зазвичай, змінам підлягають афікси, відмінкові форми, порядок та кількість слів у словосполученнях, синтаксичний чи морфологічний статус слів та ін.

Вибір варіанту передачі слова визначається словником, проте в деяких випадках необхідне самостійне рішення перекладача. Загалом перекладач має надавати перевагу точності та естетичності перекладу. Суть перекладу полягає в тому, щоб донести певну інформацію, а якщо вона неповна (що часто трапляється, коли перекладач користується транслітерацією чи транскрипцією), чи має важкий для сприйняття формат (що інколи стається внаслідок калькування), то такий переклад можна вважати невдалим. Тому поєднання двох методів перекладу в таких випадках є найкращим способом, проте необхідність розгортання або згортання структури оригіналу є певним ускладненням.

Проаналізувавши переклади власних назв із книги Дж. К. Ролінг «Гаррі Поттер і філософський камінь» (див. табл. 1), можна відзначити, що українською мовою половину (50 %) найменувань відтворили за допомогою транскрипції: англ. *Hogwarts* – укр. *Готворптс*, англ. *Stonewall High* – укр. *Стоунвол-Гай*, англ. *Gringotts* – укр. *Грінтоптс*, англ. *Slytherin* – укр. *Слизерин*, англ. *Paddington* – укр. «*Педінгтон*», англ. *King's Cross* – *Кінгс-Крос*. 30 % лек-

сем, узятих до уваги, були перекладені українською мовою за допомогою калькування: англ. *Ministry of Magic* – укр. *Міністерство магії*, англ. *Leaky Cauldron* – укр. «Дірявий Казан», англ. *Cauldrons – All Sizes – Copper, Brass, Pewter, Silver – Self-Stirring – Collapsible* – укр. «Казани – Всіх Розмірів – Мідні, Латунні, Олов'яні, Срібні – Самомішалки – Розкладні», англ. *Eeylops Owl Emporium – Tawny, Screech, Barn, Brown, and Snowy* – укр. «Совиний Торговельний Центр Айлопс – Сичі, Сипухи, Сірі, Бурі й Білі Полярні», англ. *Hog's Head* – укр. «Голова кабана».

Незначна частка (див. табл. 1) аналізованих лексем англomовного роману перекладені українською мовою завдяки використанню транслітерації (5%): англ. *Smeltings* – укр. *Смелтінгс*; і ще 15 % – з використанням змішаного перекладу: англ. *Flourish and Blotts* – укр. «Флоріш і Блотс», англ. *Railview Hotel* – укр. *Готель «Рейлв'ю»*, англ. *Madam Malkin's Robes for All Occasions* – укр. «Мантії для всіх okazій від мадам Малкін».

На відміну від україномовного варіанта, текст російською мовою містить дещо інші перекладацькі прийоми: більша частина (55 %) була перекладена з використанням калькування: англ. *Railview Hotel* – рос. *гостиница «У железной дороги»*, англ. *Ministry of Magic* – рос. *Министерство магии*, англ. *Leaky Cauldron* – рос. «Дырявый котел», англ. *Eeylops Owl Emporium – Tawny, Screech, Barn, Brown, and Snowy* – рос. *Торговый центр «Совы» – Неясыти обыкновенные, сипухи, ушастые и полярные совы*, англ. *Smeltings* – рос. «Вонингс».

Значно менше англomовних найменувань роману були відтворені в російськомовному перекладі за допомогою транскрипції (20 %) та 15 % – транслітерації, ще 10 % власних назв – із використанням змішаного прийому перекладу: англ. *Madam Malkin's Robes for All Occasions* – рос. «Мадам Малкин. Одежда на все случаи жизни», англ. *Flourish and Blotts* – рос. «Флоршиш и Блоттс» (див. табл. 1).

Результат застосування елементів кількісного аналізу для визначення більш чи менш поширених прийомів перекладів англomовного твору Дж. К. Ролінг українською та російською мовами (відповідно виконаного В. Є. Морозовим та І. В. Оранським), представлений у таблиці 1:

Таблиця 1

Прийоми перекладу ергонімів роману «Гаррі Поттер і філософський камінь»

Спосіб перекладу / Мова	Українською мовою		Російською мовою	
1. Транскрипція	10	50 %	4	20 %
2. Транслітерація	1	5 %	3	15 %
3. Калькування	6	30 %	11	55 %
4. Змішаний переклад	3	15 %	2	10 %
Разом	20	100 %	20	100 %

Відзначається одна цікава особливість: англ. *Hufflepuff*, українською транскрибували в *Гафелтаф*, а російською калькували як *Пуффендуй*; англ. *Ravenclaw*, в українському перекладі постав як *Рейвенклов*, а в російському варіанті – як *Когтевран*. Одночасно такі ергоніми, як англ. *Gryffindor*, що теж позначає назву факультету, був українською транскрибований як *Грифіндор*, а російською транслітерований – *Гриффиндор*.

У цьому випадку (при перекладі російською мовою) вибір перекладачем калькування був спрямований лише на дві назви факультетів, інші дві були перекладені із застосуванням транскрипції та транслітерації. З цього можна зробити висновок, що перекладач не дотримувався певних сталих норм і не керувався типом власної назви при виборі способу її передачі російською мовою.

Висновки. За проведеними підрахунками було визначено, що при перекладі ергонімів з книги Дж. К. Ролінг «Гаррі Поттер і філософський камінь» українською найчастіше використовувалася транскрипція. Другим за частотою застосування прийомом при перекладі ергонімів було калькування. Також було застосовано змішаний переклад, у цьому випадку – калькування і транскрипція, калькування і транслітерація. При перекладі російською мовою переважно застосовувалося калькування, меншою мірою були застосовані транскрипція та транслітерація, також було застосовано змішаний переклад.

Враховуючи традиційний переклад ергонімів, варто відзначити, що обидва варіанти перекладу були виконані вдало. Також можна зробити висновок, що при передачі ергонімів роману Дж. К. Ролінг «Гаррі Поттер і філософський камінь» найдоцільнішим є використання транскрипції та калькування.

Перспектива дослідження полягає у розширенні емпіричного матеріалу та виявленні граматичних прийомів перекладу англomовного роману «Гаррі Поттер і філософський камінь».

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). М. : УРСС, 2010. 240 с.
2. Виноградов В. С. Введение в переводоведение. М. : Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. 224 с.
3. Ермолович Д. И. Имена собственные на стыке языков и культур. М. : Р. Валент, 2001. 200 с.
4. Ермолович Д. И. Функционально-семантические особенности индивидуализирующих знаков : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10. 01.01. М. : МГПИИЯ им. М. Тореца, 1981. 61 с.
5. Капкова С. Ю. Перевод личных имен и реалий в произведении Дж. Роулинг «Гарри Поттер и Тайная комната». Вестник ВГУ. Серия, Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2004. № 1. С. 75–79.

6. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М. : Высшая школа, 1990. 228 с.
7. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства, підруч. 2-вид. К. : Академія, 2005. 368 с.
8. Лукин Д. С. Лингвокультурные особенности перевода средств выразительности с языка оригинала на русский язык (на материале произведений Дж. Роулинг «Гарри Поттер»): дис. ... канд. филол. н. Москва, 2016. 181 с.
9. Мосеев С. М., Качаева Л. П. Перевод имен собственных в фантазийной художественной литературе на примере книги Дж. К. Роулинг «Гарри Поттер и принц-полукровка». Филологические науки. № 8. 2014. С. 503–508.
10. Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. [под ред. А. В. Суперанской]. 2-е изд. М. : Наука, 1988. 192 с.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

11. Ролінг Дж. К. Гаррі Поттер і філософський камінь; з англ. пер. Віктор Морозов. Вид. 21-е. К.: А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА, 2011. 320 с.
12. Ролінг Дж. К. Гаррі Поттер и философский камень; пер. с англ. И. В. Оранского. М.: ЗАО «РОСМЭН-ПРЕСС», 2007. 400 с. [Электронный ресурс]. URL : https://vk.com/doc-34375179_358765248
13. Rowling, J. K. (1997) Harry Potter and the Sorcerer's Stone. London: Scholastic Press. 309 p. [Электронный ресурс]. URL : <http://www2.sdfi.edu.cn/netclass/jiaoran/englit/download/Harry%20Potter%20and%20the%20Sorcerer's%20Stone.pdf>

***Iaroslava Hryhoshkina, Veronika Podolian* TRANSLATION OF ERGONYMS FROM THE NOVEL “HARRY POTTER AND THE PHILOSOPHER’S STONE” INTO UKRAINIAN AND RUSSIAN: THE COMPARATIVE ASPECT**

Summary. Translation of proper names has always been an issue of interest for linguists. As there are no certain rules for translation of proper names, different translators provide various versions of translation of the same word. A number of scholars devoted their works to study of proper names: R. S. Hyliarevskiy (1985), D. Y. Ermolovych (1981), (2005), A. A. Zhyvohliadov (1996), K. B. Zaitseva (1983), O. Yu. Karpenko (2006). However, translation of ergonyms has been never considered in comparison with their compliance in Ukrainian and Russian. Such comparison can help single out the correct and most efficient way of transferring of ergonyms.

The *novelty* of this approach lies in comparison of methods of translations of ergonyms in two different languages, in determining the most efficient way of translation of this type of onyms. The *purpose* of the research is to compare two variants of translation of ergonyms – in Russian and in Ukrainian, to define the pattern of usage of a certain translational method and to determine the ultimate way of their translation, using comparative analysis.

The comparison of methods of translation, that are used during the translation of ergonyms in Ukrainian and Russian, showed the tendency of prevailing usage of certain methods of translation. While translating from English into Russian the most frequently calques are used. Whereas for translation into Ukrainian the translator used mostly transcription. It was stated that both variants of translation were precise and correct. The conclusion was made that the most efficient way to translate ergonyms is transcription and calques. This method may be used for analysing and comparison of other lexical groups of a language or the same lexical unit of other languages. Such studies provide more substantial basis for the creation of translational standard.

Keywords: translation, ergonyms, onyms, transcription, calque, transliteration.

Григошкіна Я. В., Подолян В. С.

Переклад ергонімів роману Дж. К. Ролінг «Гаррі Поттер і філософський камінь» українською та російською мовами: порівняльний аспект

Vitae

Iaroslava Hryhoshkina

PhD, Associate Professor at the Theory and Practice of Translation Department, Faculty of Foreign Languages, Vasyl' Stus Donetsk National University, Ukraine.

Correspondence: ya.hryhoshkina@donnu.edu.ua

Veronika Podolian

Student of Master's course at the Theory and Practice of Translation Department, Faculty of Foreign Languages, Vasyl' Stus Donetsk National University, Ukraine.

Correspondence: nikapodoliandesu@gmail.com

Стаття надійшла до редакції 20.11.2018

DOI 10.31558/2075-2970.2018.35-36.2
УДК 81'44:81'37(811.111+8111.161.2)

© O. O. Zaluzhna
(Vinnytsia)

ON POSSESSIVE SEMANTICS IN PRIVATIVE VERBS (THE EVIDENCE FROM ENGLISH AND UKRAINIAN)

The article is devoted to the research of possessive semantics elements in privative verbs in the English and Ukrainian languages. The study is based on the corpus obtained by continuous sampling from lexicographic sources (947 units in English and 1015 units in Ukrainian). The methodology of the research is characterised by complex approach and includes general scientific methods (analysis, synthesis, induction, deduction, systematization, and generalization) and linguistic methods (continuous sampling, definition, componential analysis, interpretation formulae, comparative and descriptive methods, statistics).

The method of interpretation formulae construction, which served as a basis for the research, allowed to find out that in privative verbs the following 3 components belong to the possessive semantics: possessor (B), possessive relation between the possessor and the possessee (V_2), and possessee (C). It is established that semantic classification of the units under study can be developed according to all three elements of the possessive semantics, i. e. possessive relation allows to single out verbs of inalienable and alienable possession; the possessor semantics gives possibility to stratify the units into animate (human / animal) and inanimate (concrete objects, plants, abstract notion); the possessee semantics demonstrates that they can be distributed into more concrete objects, e. g. body parts, possession objects belonging to personal sphere, abstract notion, etc. In addition, it is found that the privative verbs can specify the possessee semantics, e. g. Eng. *to amputate*, Ukr. *ампутувати*; or have general indication of the possessive object, identifying the shape, size, location, etc.

Key words: verb, possessive, causative, negation, privative, causer, possessor, possessive object.

1. Introductory notes. Various questions of possessive semantics have been continuously explored for several decades (Lyons, 1967; Christie 1970; Clark, 1978; Golovacheva, 1989; Heine, 1997; Grković-Major, 2011; Farkas, 2016). The scope of the issues discussed includes not only regular grammatical means of expressing possessive relations in the language (Alieva 1998), but also miscellaneous questions which belong to the sphere of syntax (Clark, 1978), nominal (Golovacheva, 1989) and verbal (Lynch, 1973) semantics – the latter represent a particular interest for the present research.

It is noteworthy that the most productive studies have been carried out on the corpuses of non-Indo-European languages such as for example Indonesian (Alieva, 1998), Mandarin Chinese (Luo, 2013), Nanti (Michael, 2013), Hungarian (Farkas, 2016), etc. Such scientific prolificacy can be easily explained by the languages grammatical structure which demonstrates distinctive possessive character, i. e. the languages have grammatical categories represented by regularly reproduced flexions with possessive semantics. Nevertheless, Indo-European languages, to which English and Ukrainian

Залужна О. О.

**Посесивна семантика в привативних дієсловах
(на матеріалі англійської та української мов)**

belong, also have means of expressing possessive semantics (grammatical, morphological, syntactic, and word-building) (Golovacheva, 1989; Grković-Major, 2011; Milenkovska, 2011; Moloshnaja, 1989).

The above brief overview of the theoretical issues involved gives possibility to state that possessives have been subject to a considerable number of studies. However, the vast majority of papers concentrate either on grammatical or morphological, or syntactic means of expressing possessive relations leaving out the lexical ones.

The present paper analyses English and Ukrainian privative verbs (hereafter PVs) in which possessive semantics is represented not with formally expressed means (i. e. word-building or word-changing morphemes) but lies in the verbs' deep semantic structure which becomes possible to decode with the help of semantic interpretation formulae.

e. g. Eng. *to amputate, to steal, to chip off, to fine, to rob;*

Ukr. *ампутувати, красти, відколювати, штрафувати, грабувати.*

The study is based on the corpus obtained by continuous sampling from lexicographic sources (947 units in English and 1015 units in Ukrainian).

The research aims at analysing English and Ukrainian PVs in terms of their possessive semantics: a) determining what elements of the PVs semantic structure belong to possessive ones; b) developing principles for the PVs' comprehensive classification which will take into account all the elements singled out on the previous stage; c) stratifying the corpus in both languages according to the principles developed; d) defining iso- and allomorphic features for the languages under analysis.

The methodology of the research is characterised by complex approach and includes general scientific methods among which are analysis, synthesis, induction, deduction, systematization, and generalization, as well as linguistic methods which include continuous sampling, definition, componential analysis, interpretation formulae, comparative and descriptive methods, statistics.

2. Theoretical background. Privative verbs, which are studied in the paper, represent a complex semantic unity which comprises three universal fundamental linguistic categories: causative and possessive semantics and implicit negation.

Care should be taken not to confuse the term 'privative' used to denote a particular semantic type of the verb semantics (Ivanov, 1995; Kaliuščenko, 2000; Mel'čuk, 1998) with the term used in phonology to denote one of the phonetic opposition types (Trubetzkoy, 2001) and the term used in derivatology to denote negative prefixes (Mazzon, 2004).

The verb, being the centre of the utterance, forms the core of the sentence opening potential roles (represented in the sentence either explicitly or implicitly) for its participants, thus creating the so-called 'situation' (Tesnière 2015). The term 'situation' (i. e. 'causative situation') becomes crucial

within the theory of causatives (Nedyalkov 1969, Shebatani 1976, 2002) as it allows to build a pattern according to which causative verbs function in the speech and bring to the fore the elements of the causative situation.

Following the ideas and methods of structural linguistics (Apresian, 1966), it proves to be productive to represent the PVs semantics through interpretation formula which allows to visualise the elements of basic privative situation (see fig. 1):

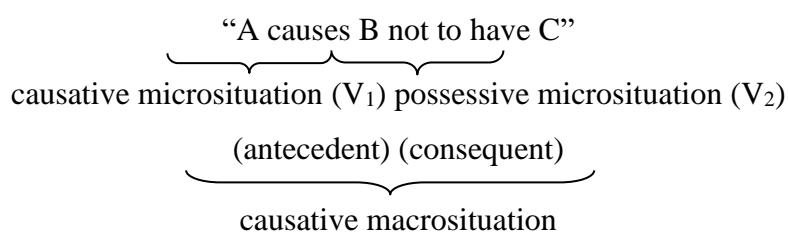


Fig. 1 Basic interpretation formula of the privative situation

The paper views causative and possessive relations as microsituations entering privative macrosituation, and any situation is known to be constituted by semantic actants (participants of the situation), which are termed as ‘subject’ and ‘object’. Thus, the semantic roles of the actants are distributed in the following way:

A – the causer, i. e. the subject of the causative situation;

B – the possessor, i. e. the object of the causative situation and at the same time the subject of the possessive situation;

C – the possessee, i. e. the object of the possessive situation;

V₁ – causative relation between the causer (A) and the possessor (B);

V₂ – possessive relation between the possessor (B) and the possessee (C).

However, as it is seen from the interpretation formula the relation between B and C is complicated by one more seme – the seme of negation – which is represented in the PVs semantics on the implicit level. So, PVs express not global negation related to the whole utterance (Ivanov, 1995) but a local one, which as a result turns the situation of possession into the situation of deprivation.

Thus, out of five components of the PVs’ semantic structure three belong to the sphere of possessive relation: the possessor (B), the possessee (C), and the possessive relation between them (V₂).

A comprehensive semantic analysis of English and Ukrainian PVs becomes possible, only on condition that all three components are taken into account which brings us to three stages necessary for the PVs stratification. One of the basic notions within the theory of possessivity is the division of possessive relations into inalienable and alienable (König, 2001; Ogawa, 2001), so on the first stage of

the corpus stratification it is but natural to single out two corresponding types of English and Ukrainian PVs. On the second stage, within the two types the semantics of the possessor is analysed, which demonstrates greater variety (human, animal, plant, concrete object, abstract notion). Finally, on the third stage, within the possessor groups the possessee semantics is analysed, which can be even more varied.

3. Results. As it has been stated above, the methodology of the analysis procedure applied presupposes three stages.

3.1. On the first stage of the analysis, the empiric corpus in both languages expectedly demonstrates a universal division into two types a) inalienable possession (Eng. 442 PVs / 46.7 %; Ukr. 551 PVs / 54.3 %); b) alienable possession (Eng. 505 PVs / 53.3 %; Ukr. 464 PVs / 45.7 %), where in English verbs with the alienable possession prevail and in Ukrainian with the alienable one. The inalienable possession proves to be of primary character as it demonstrates much more developed system of the possessor and the possessee semantics (see 3.2. and 3.3.).

3.2. On the second stage, the possessor semantics study shows that the highest degree of semantic density is observed within the type of PVs with inalienable possession relation which are represented by 2 subtypes: a) animate possessive subject (a human, an animal) (Eng. 46,6 %, Ukr. 28,7 %) and b) inanimate possessive subject (a concrete object, a plant, an abstract notion) (Eng. 53,4 %, Ukr. 71,3 %). The dominating semantic type of the possessive subject in English and Ukrainian PVs is represented exclusively by an animate noun (a human).

In their turn, the possessor semantics in PVs with alienable possession relation are limited to humans only as property relations in their legal sense can exist only between the human being (occasionally animal) and objects belonging to their personal sphere.

3.3. The third stage of stratification demonstrates that the possessee semantics represents the most interest from the contrastive point of view as it is only within this layer that allomorphic features are found.

3.3.1. Inalienable possession.

3.3.1.1. The most detailed nomination of the inalienable possessee is found in the group of PVs with the animate possessor:

1) possessee – body part (Eng. 131 PVs / 63.9 %; Ukr. 115 PVs / 72.8 %):

- skin cover (Eng. *to scale* ‘to remove scale from fish’, Ukr. *стригти* ‘to cut hair’);
- inner organs and tissues (Eng. *to flesh* ‘to remove muscles’, Ukr. *тельбушити* ‘to remove bowels’);
- reproductive organs (Eng. *to geld* ‘to castrate a horse’, Ukr. *каструвати* ‘to castrate’);

- skin (Eng. *to spade* ‘to remove skin from a whale’, Ukr. *білувати* ‘to remove skin from an animal’);
- limbs (Eng. *to dislimb* ‘to remove limbs’, Ukr. *ампутувати* ‘to amputate’);
- an eye (Eng. *to poach* ‘to take out an eye’, Ukr. *виштрикувати* ‘to poach’);
- head (Eng. *to behead* ‘to remove the head’, Ukr. *обезголовлювати* ‘to remove the head’);
- a tooth (Eng. *to pull* ‘to take out a tooth’, Ukr. *екстрагувати* ‘to take out a tooth’);
- blood (Eng. *to bleed* ‘to remove blood’, Ukr. *знекровлювати* ‘to remove blood’);
- a tail (Eng. *to tail* ‘to cut away the tail’, Ukr. *купірувати* ‘to cut away the tail or make it shorter’);
- horns (Eng. *to dishorn* ‘to remove horns’, in the Ukrainian language PVs with this semantics are not found);
- ears (Eng. *to round* ‘to remove ears’, in the Ukrainian language PVs with this semantics are not found);
- a foetus (in the English language PVs with this semantics are not found, Ukr. *зганяти* ‘to remove a foetus’);

2) possessee – abstract notion (Eng. 75 PVs / 36.1 %; Ukr. 43 PVs / 27.2 %) which are in their turn are stratified into

- a) possessee of internal character: psychological state (Eng. *to deface* ‘to deprive of love, faith, etc.’, Ukr. *обезнадіювати* ‘to deprive of hope’), physical condition (Eng. *to alleviate* ‘to deprive of pain’, Ukr. *знеболювати* ‘to deprive of pain’), quality (Eng. *to dishearten* ‘to deprive of courage’, Ukr. *обезчестити* ‘to deprive of honour’), habit / skill (Eng. *to cure of* ‘to deprive of a habit’, Ukr. *відзвичаявати* ‘to deprive of a habit’), destiny in the English language PVs with this semantics are not found, Ukr. *обезталанювати* ‘to deprive of destiny’);
- b) possessee of social character: social changes (Eng. *to disentitle* ‘to deprive of a title’, Ukr. *скорочувати* ‘to deprive of a job’), right (Eng. *to disfranchise* ‘to deprive of the voting right’, Ukr. *денатуралізувати* ‘to deprive of the citizenship’), idea / thought (Eng. *to lift* ‘to illegally appropriate somebody else’s thoughts and ideas, in the Ukrainian language PVs with this semantics are not found).

3.3.1.2. PVs with the possessor-inanimate object can be divided into three groups which coincide in both languages of the research: a) possessor-concrete object; b) possessor-plant; c) possessor-abstract notion.

3.3.1.2.1. The biggest group is constituted by the PVs with possessor-concrete object (Eng. 135 PVs / 30.6 %; Ukr. 327 PVs / 59.4 %). This group also gives two possibilities of further stratification, i. e. without naming the object these verbs can: a) not have any further specification of the possessee semantics (Eng. 60 PVs / 44.3 % – *to shear* ‘to separate’; Ukr. 89 PVs / 27.3 % – *відокремлювати* ‘to separate’) or b) have semantic features providing details about the possessee

- size (Eng. *to nibble* ‘to bite off with small pieces’; Ukr. *відшматовувати* ‘to separate in big pieces’);
- location (Eng. *to truncate₂* ‘to cut off the top’; Ukr. *вирізувати* ‘to cut off the inner part’);
- quality (Eng. *to trim* ‘to remove the unnecessary parts’; Ukr. *нідчищати* ‘to remove the unnecessary parts’);
- or combine the above features (Eng. *to chip* ‘to remove small parts, esp. on the edges’, Ukr. *нідстругувати* ‘to cut away small parts, esp. on the edges’).

3.3.1.2.2. PVs with the possessor-plant can be stratified into the following groups:

1) the possessee is a constituent part of the possessor (Eng. 56 PVs / 68.3 %; Ukr. 27 PVs / 49.1 %):

- branches (Eng. *to lop away* ‘to remove branches’, Ukr. *відчахувати* ‘to remove branches’);
- leaves / buds (Eng. *to disbud* ‘to remove buds’, Ukr. *збезлистити* ‘to remove leaves’);
- reproductive organs / fruit (Eng. *to pluck* ‘to collect fruit’, Ukr. *насінкувати* ‘to remove shoots’);

2) the possessee – outer layer of the possessor (Eng. 26 PVs / 31.7 %; Ukr. 28 PVs / 50.9 %):

- a tree or a bush bark (Eng. *to bark* ‘to remove the bark’, Ukr. *корувати* ‘to remove the bark’);
- the outer layer of a fruit (Eng. *to pulp* ‘to remove the outer layer of a cocoa bean’, Ukr. *лушити* ‘to remove the outer layer of a fruit’).

3.3.1.2.3. The least productive are PVs with the possessor-abstract notion which prove to be not homogeneous and can be distributed into:

- the possessee is the possessor’s constituent part (Eng. 13 PVs / 68.4 % – *to dock* ‘to deduct a part of the money from somebody’s salary’; Ukr. 7 PVs / 63.6 % – *відраховувати* ‘to take away a part of the sum’);
- the possessee is the possessor’s quality (Eng. 6 PVs / 31.6 % – *to rob of* ‘to deprive of some quality’; Ukr. 4 PVs / 36.4% – *знебарвлювати* ‘to deprive of colors’).

3.3.2. Alienable possession.

Property relationship is believed to be a derivative one as for the indispensable possession expressed by alienable possession the evidence of which in English and Ukrainian is a) the possessor is always expressed by an animate-being; b) the vast majority of PVs have no further concretisation neither of the possessor nor the possessee (Eng. 354 PVs / 63.9 %; Ukr. 387 PVs / 72.8 %) and differentiate due to causative semantics; c) additional semantic features are limited to three only; d) the possessee semantics is limited to 4 common objects, one unique object in English and two unique objects in Ukrainian.

3.3.2.1. PVs of alienable possession predominantly do not contain any indication to the possessee semantics (Eng. 239 PVs, Ukr. 294 PVs), however some of the verbs (Eng. 115 PVs, Ukr. 93 PVs) contain additional semantic features which can indicate to the possessee's:

- location (Eng. *to shoplift* 'to steal in the shops', Ukr. *бомбити* 'to steal at a place');
- quantity (Eng. *to pilfer* 'to steal, esp. in small quantities', Ukr. *награбувати* 'to steal a lot of something');
- the possessor's subjective assessment of the possessee (Eng. *to filch* 'to steal something not valuable', Ukr. *стріляти* 'to ask for some trifles').

3.3.2.2. The number of alienable possession PVs which indicate to the possessee semantics is rather limited in both languages (Eng. 151 PVs / 36.1 %; Ukr. 77 PVs / 27.2 %) and is confined to the following objects:

- money (Eng. *to solicit* 'to ask for money', Ukr. *стягати* 'to make somebody pay the debt');
- clothes / footwear (Eng. *to tear off* 'to violently take off somebody's clothes', Ukr. *роззувати* 'to take off somebody's footwear');
- land (Eng. *to escheat* 'to take somebody's land when the owner is absent', Ukr. *обезземлювати* 'to deprive of land');
- weapons (Eng. *to spoil* 'to take off or steal from a dead person, esp. from a defeated enemy's weapons or armour', Ukr. *обеззброювати* 'to deprive of weapons');
- an animal (Eng. *to poach* 'to illegally trespass on somebody's territory with the intention to steal game or fish', in the Ukrainian language PVs with this semantics are not found);
- food / beverages (in the English language PVs with this semantics are not found, Ukr. *об'їдати* 'to eat too much of something at somebody's');
- a vehicle (in the English language PVs with this semantics are not found, Ukr. *угнати* 'to steal a vehicle').

4. Conclusion.

4.1. Complex approach to the study of English and Ukrainian PVs, which among others (see Introductory notes) include the method of building semantic interpretation formulae proves to be most productive as it allows to build a model of the PVs semantics and brings to the fore their semantic components.

4.2. The elements of possessive semantics in PVs are represented by 3 components: the possessor (B), the possessive relation between the possessor and the possessee (V_2), and the possessee (C). The possessive situation in PVs is characterised by the presence of one more component (implicit negative seme) which transforms the situation of possession into the situation of deprivation.

4.3. Comprehensive semantic stratification of English and Ukrainian PVs presupposes three stages of analysis (according to the number of the possessive microsituation components): a) possessive relation between the possessor and the possessee; b) the possessor semantics; c) the possessee semantics.

4.4. Universally, according to the possessive relation the corpus in both languages is stratified into a) inalienable and b) alienable possession, where in English the second type prevails, whereas in Ukrainian it is the first one.

4.5. The possessor semantics shows that within the group of inalienable possession it is much more varied (a human, an animal, a concrete object, a plant, an abstract notion) than within the group of the alienable possession where only possessor-human is observed.

4.6. Further semantic gradation based on the possessive object semantics reveals high degree of variability and heterogeneity in the contrasted languages with developed system of the possessee nomination in English and Ukrainian.

4.7. Overall, the languages largely show isomorphic character, when the major types, groups and subgroups coincide; allomorphic characteristics are observed only on the level of individual lexemes and constitute an insignificant part of the empiric corpuses in both languages.

REFERENCES

1. Alieva, N. F. (1998) Tipologicheskie aspekty indonezijskoj grammatiki. Analitizm i sintetizm. Possessivnost'. [Typological aspects of Indonesian grammar. Analytism and synthesisism. Possessivity]. Moscow: Fond "Novoe tysjacheletie".
2. Apresian, Yu. D. (1966) Idieii i metody sovremiennoy strukturnoy lingvistiki. Kratkiy Oчерk. [Ideas and methods of modern structural linguistics. (a short outline)]. Moscow: Prosviescheniie.
3. Christie, J. J. (1970) Locative, Possessive and Existential in Swahili. Foundations of Language. International Journal of Language and Philosophy. 6(2). 166–177.

4. Clark, E. V. (1978) *Locational: Existential, Locative and Possessive Constructions*. *Universals of Human Language*. Stanford: University Press. 4. 83–126.
5. Farkas, J. & Alberti, G. (2016) *The Relationship Between (In)Alienable Possession and the (Three Potential) Forms of Possessed Nouns in Hungarian*. *Linguistica*. 56(1). 111–125. <https://doi.org/10.4312/linguistica.56.1.111-125>
6. Golovacheva, A. V. (1989) *Kategorija posessivnosti v plane sodержanija* [The category of possessivity in terms of its contents]. *Kategorija posessivnosti v slavjanskih i balkanskih jazykah*. Moscow: Nauka. 44–111.
7. Grković-Major, J. (2011) *The Development of Predicative Possession in Slavic Languages. The Grammar of Possessivity in South Slavic Languages: Synchronic and Diachronic Perspectives*. Hokkaido: Slavic Research Center, Hokkaido University. 35–54.
8. Heine, B. (1997) *Possession. Cognitive Sources, Forces and Grammaticalization*. Cambridge: Cambridge University Press.
9. Ivanov, Vyach. Vs. (1995) *Tipologija lishytel'nosti (karitivnosti)*. [Typology of deprivation (caritivity)] *Etiudy po tipologii grammaticheskikh kategoriy v slavjanskikh i balkanskikh yazikakh*. Moscow: Indrik. 5–59.
10. Kaliušenko, V. D. (2000) *Typologie denominaler Verben*. Tübingen: Niemeyer.
11. König, E. (2001) *Internal and External Possession. Language Typology and Language Universals*. Berlin, N.Y.: Walter de Gruyter. 1. 970–978.
12. Luo, Y. (2013) *Possessive Constructions in Mandarin Chinese. Possession and Ownership*. Oxford: Oxford University Press. 186–207.
13. Lynch, J. (1973) *Verbal Aspects of Possession in Melanesian Languages*. *Oceanic Linguistics*. 12(1/2). 69–102.
14. Lyons, J. (1967) *A Note on Possessive, Existential and Locative Sentences*. *Foundations of Language*. 3. 390–396.
15. Mazzon, G. A (2004) *History of English Negation*. Edinburgh: Pearson Education.
16. Mel'čuk, I. A. (1998) *Kurs obschey morfologii* [A Course of General Morphology]. Moscow, Viena: *Yazyki russkoi kultury, Vienskiy slavisticheskij almanakh*. 2.
17. Michael, L. (2013) *Possession in Nanti. Possession and Ownership*. Oxford: Oxford University Press. 149–166.
18. Milenkovska, S. (2011) *Possessor and Possesum as Arguments of the Nonpossessive Predicate Realized as Nominative and Accusative NPs in Possessive Relation Body / body Part (Macedonian ~ Polish)*. *The Grammar of Possessivity in South Slavic Languages: Synchronic and Diachronic Perspectives*. Hokkaido: Slavic Research Center, Hokkaido University. 127–138.
19. Moloshnaja, T. N. (1989) *Plan vyrazhenija kategorii posessivnosti* [Means of expressing the category of possessivity]. *Kategorija posessivnosti v slavjanskih i balkanskih jazykah*. Moscow: Nauka. 112–215.
20. Nedyalkov, V. P. (1969) *Tipologiya morfologicheskogo i lieksicheskogo kausativov* [Typology of morphological and lexical causatives]. *Tipologija kausativnykh konstruktsiyi. Morfologicheskij kausativ*. Leningrad: Nauka. 20–50.
21. *New Webster's Dictionary and Thesaurus of the English Language* Retrieved September 12, 2018, from <https://www.merriam-webster.com/>
22. Ogawa, Y. (2001) *The Stage / Individual Distinction and (In)Alienable Possession*. *Language*. 77(1). 1–25.
23. Shibatani, M. (1976) *Causativization. Syntax and Semantics*. N.Y., San Francisco, London: Academic Press. 5. 239–294.
24. Shibatani, M. (2002) *The Causative Continuum. The Grammar of Causation and Interpersonal Manipulation*. Amsterdam: John Benjamins. 85–126.
25. *Slovnnyk ukrains'koi movy*. Retrieved October 14, 2017, from <http://sum.in.ua/>

Залужна О. О.

**Посесивна семантика в привативних дієсловах
(на матеріалі англійської та української мов)**

26. Tesnière, L. (2015) Elements of Structural Syntax. John Benjamins B.V. <https://doi.org/10.1075/z.185>

27. The Oxford English Dictionary Retrieved August 26, 2018, from <https://en.oxford-dictionaries.com/>

28. Trubetzkoy, N. S. (2001) Studies in General Linguistics and Language Structure. Durham: Duke University Press.

О. О. Залужна ПОСЕСИВНА СЕМАНТИКА В ПРИВАТИВНИХ ДІЄСЛОВАХ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ)

Стаття присвячена вивченню елементів посесивної семантики в привативних дієсловах на матеріалі англійської та української мов. Дослідження базується на емпіричному корпусі, який було отримано методом суцільної вибірки з лексикографічних джерел (947 одиниць – в англійській та 1015 – в українській мові). Методика дослідження носить комплексний характер, спрямований на всебічний та ґрунтовний аналіз емпіричного матеріалу та включає низку наукових методів дослідження, серед яких зокрема загальнонаукові (аналіз, синтез, індукція, дедукція, систематизація та узагальнення) та методи лінгвістичного аналізу (метод суцільної вибірки, дефініційний та компонентний аналіз, методика побудови формул тлумачення, зіставний та описовий метод, елементи кількісних підрахунків).

Основою аналізу семантики привативних дієслів стала методика побудови формул тлумачення, яка дозволила з'ясувати, що до елементів посесивної семантики в привативних дієсловах належать посесор (В), посесивне відношення між посесором (V₂) та об'єкт посесивної ситуації (С). Установлено, що семантична класифікація досліджуваних лексичних одиниць може проводитись за всіма трьома елементами посесивної ситуації: за посесивним відношенням – на невідчужувану та відчужувану власність; за семантикою посесора – на істоту (людину, тварину) та неістоту (конкретний предмет, рослину, абстрактну сутність); за семантикою об'єкта посесивної ситуації – на більш конкретні об'єкти, які входять до сфери володіння посесора (наприклад, частини тіла людини / тварини, предмети особистої власності, абстрактні сутності тощо). З-поміж іншого виявлено, що семантика об'єкта посесивної ситуації може конкретизувати об'єкт, що вилучається з власності посесора (наприклад, англ. *to amputate*, укр. *ампутувати*), або містити узагальнену вказівку на форму, розмір, локалізацію об'єкта власності тощо.

Ключові слова: дієслово, посесивність, каузативність, заперечення, привативність, каузатор, посесор, об'єкт посесивної ситуації.

Vitae

Olha Zaluzhna

PhD, Associate Professor at the English Philology Department, Faculty of Foreign Languages, Vasyl' Stus Donetsk National University, Ukraine.

Correspondence: o.zaluzhna@donnu.edu.ua

Стаття надійшла до редакції 25.12.2018

DOI 10.31558/2075-2970.2018.35-36.3
УДК 81'373.7

© І. М. Запухляк
(Вінниця)

ФУНКЦІЙНО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

У статті йдеться про функційно-стилістичний компонент семантики фразеологічних одиниць. Актуальність теми дослідження обумовлена недостатньою увагою науковців до компонентів значення фразеологічних одиниць у сучасних англійській та українській мовах, зокрема до їх функційно-стилістичних особливостей. Мета статті полягає у визначенні функційно-стилістичних особливостей фразеологізмів у сучасних англійській та українській мовах. У дослідженні використані такі методи дослідження як метод суцільної вибірки, метод опозицій, методи аналізу та синтезу, а також описовий метод. Розглядаються умови вживання та закономірності функціонування фразеологічних одиниць різних функційних стилів та умови, що впливають на вибір мовця чи автора тих чи інших фразеологізмів, зокрема на вибір лексичних одиниць комунікантів впливає ситуація мовлення і їх відносини. Проведене дослідження дозволило сформулювати найповніше визначення функціонально-стилістичного компонента значення, що є конотативним значенням, яке дозволяє визначити соціальний статус мовців, їх відносини, комунікативну ситуацію та рівень володіння мовою комунікантів. Стаття не повністю розкриває особливості функціонування стилістичних синонімів, що дає перспективу подальших досліджень.

Ключові слова: фразеологічна одиниця, функціонально-стилістичний, компоненти значення, стилістична маркованість, комунікативна ситуація, мовленнєвий акт.

Використання фразеологічних зворотів обумовлюється різноманітними факторами. Їхня специфіка полягає у тому, що, існуючи у мові у сталому, зафіксованому вигляді, вони несуть додаткове значення, відоме членам лінгвоспільноти: оцінне, емотивне, символічне. Фразеологізми створюють так би мовити «тональність» мовлення, що дає змогу зрозуміти ставлення мовця до адресата та до предмета розмови. Взаємодіючи з іншими лексичними одиницями та граматичними формами, фраземи посилюють іллокутивну силу висловлювання, оскільки, окрім денотації, що впливає на логічне сприйняття, мають конотативне значення, яке впливає на емоції адресата.

Питання значень фразеологізмів неодноразово досліджувалося мовознавцями. Чимало вчених звертають увагу на різні аспекти функціонування фразеологізмів. Зокрема І. Задорожна досліджує компоненти значень німецьких фразеологізмів з іменниковими складовими *Spaß*, *Gnade* і *Freude* (Задорожна, 2014, с. 78). В. Остапенко аналізує функційно-стилістичні особливості фразеологічних одиниць з біблійним компонентом (Остапенко, 2009). Натомість Г. Клімчук розглядає лише функційно-стилістичний потенціал біблійних фразеологізмів у публіцистиці М. Грушевського. Дослідженню функційно-стилістичних особливостей китай-

ських ідіом присвячує статтю О. В. Сліпченко (Сліпченко, 2014), а С. П. Лісняк розглядає лексичні та стилістичні особливості фразеологізмів у мові іспанської преси (Лісняк, 2013).

Актуальність теми дослідження зумовлена недостатньою увагою науковців до компонентів значення фразеологічних одиниць у зіставному аспекті, зокрема до їх функційно-стилістичних особливостей.

Метою статті є визначення функціонально-стилістичних особливостей фразеологізмів у сучасних англійській та українській мовах на матеріалі романів ХХ–ХХІ століть.

Об'єктом статті є фразеологічні одиниці у сучасних англійській та українській мовах.

Предметом статті є функціонально-стилістичні особливості фразеологізмів, що вжиті у сучасних художніх творах.

Для проведення дослідження був використаний метод суцільної вибірки фразеологічних одиниць з чотирьох романів англійських та американських авторів, написаних в останньому десятиріччі двадцятого століття та в першому десятиріччі двадцять першого століття, зокрема романи “Nights of Rain and Stars” авторки М. Binchy, “The poet” за авторством М. Connelly, “The Pelican Brief” автора J. Grisham та “Still Life with Crows” авторів D. Preston, L. Child, а також творів українських авторів двадцять першого століття, а саме з роману «Століття Якова» Володимира Лиса, «Піца «Гімалаї» за авторства Ірени Карпи, «Різник із Городоцької» Андрія Кокотюхи та «Залишенець. Чорний ворон» Василя Шкляра. Для виявлення функціонально-стилістично маркованих фразеологізмів був застосований метод опозицій. За допомогою методів індукції, аналізу та синтезу були сформульовані висновки щодо закономірності використання фразеологічних одиниць у різних ситуаціях мовлення. Описовий метод використовувався для детального дослідження вжитих лексичних одиниць у кожному прикладі ілюстративного матеріалу.

Функційно-стилістичний компонент у значенні фразеологізмів – це переважне використання виразу у певних функційних стилях. До них відносяться побутово-літературний, газетно-політичний, виробничо-технічний, офіційно-діловий та науковий стилі (Ярцева).

Щоб правильно інтерпретувати інформацію, закладену мовцем, потрібно правильно розуміти денотативне, а також особливо конотативне значення використаних фразеологізмів. Потрібно усвідомлювати у повному обсязі емотивне, експресивне, символічне, оцінне та культурне значення виразу. Ці компоненти значення взаємопов'язані, але питання доцільності вживання певного звороту залежить від мети мовця або автора. Символьне значення – це додаткове значення, зазвичай обумовлене культурними особливостями та уявленнями носіїв мови. Оцінне значення виявляється у ставленні до предмета чи ситуації – як позитивної, так і не-

гативної. Натомість емотивне значення визначається як схвалення чи несхвалення (Телия, 1996, с. 114). Ці значення тісно пов'язані, тому мовець, використовуючи певний фразеологізм, одразу актуалізує цілу низку значень. Цим спричинений широкий вжиток фразеологічних одиниць у художній літературі, оскільки автор може надати експресивності та колоритності висловлюванню персонажа, послуговуючись досить економним за об'ємом, але складним за значенням, висловом.

На думку В. Телії, стилістична маркованість включає в себе інформацію про доцільність / недоцільність використання того чи іншого лексичного засобу у певних соціально значущих ситуаціях мовлення (Телия, 1996, с. 123), тобто мовець визначає прийнятність вживання виразів, співвідносячи їх з попередніми випадками вживання. Адресант має оцінити ситуацію та соціальні ролі співрозмовників для досягнення перлокуції. Порушення загальноприйнятих правил може призвести до комунікативної невдачі, оскільки вживання розмовних виразів у, наприклад, офіційній розмові може розглядатися як грубість. Автор статті повністю поділяє твердження В. Телії, що стилістична маркованість – це «когнітивна процедура вибору слово-значення, змістом якої є знання про умови мовлення (про його «стиль»)» (Телия, 1996, с. 123). Дослідниця також вказувала на те, що цей вибір відноситься до завершальної стадії «декларативно-процедурної моделі значення». Це означає, що мовець спочатку визначає денотативне, а потім конотативне значення, до якого входять експресивне, емотивне, оцінне значення, також його можуть доповнювати символічний та культурний компоненти. Потім відбувається підбір лексичних одиниць за функціонально-стилістичною маркованістю.

Цікавим є зауваження Д. Шмелєва про те, що для вираження «одного і того ж денотативного змісту» у мові не завжди існують різні за стилістичною ознакою засоби (Шмелев, 1977, с. 6). У зв'язку з цим іноді неможливо передати ту ж інформацію, використовуючи слова чи звороти з іншою стилістичною маркованістю. Дослідник зазначав існування стилістичних синонімів: «лик – лицо – физиономия», проте зауважував, що деякі з них мають певні експресивно-оцінні елементи, які відсутні у членів синонімічного ряду або не є тотожними (Шмелев, 1977, с. 86–87).

Фактори, що впливають на поведінку комунікантів можуть бути різноманітними. В. Телия має власний підхід до визначення стилістичних ситуацій. Дослідниця вводить термін «мовленнєвий стандарт», що, на її думку, відповідає поняттю «нейтральне мовлення». За такого спілкування соціальні відносини комунікантів суттєво не впливають на вибір лексичних засобів спілкування. Такій комунікації протиставляється неформальне, фамільярне, грубо-

фамільярне, офіційне та ділове спілкування (Телия, 1996, с. 125). Подана класифікація є доцільною, але неповною.

Найважливішими видаються відносини співрозмовників та ситуація, в якій відбувається комунікація. Наприклад, В. Карасик поділяє комунікативні ситуації на статусно марковані та статусно нейтральні. У свою чергу статусно нейтральні розмежовуються на ситуації соціальної нерівності, ситуації соціально-ситуативної нерівності та ситуації ситуативної нерівності (Карасик, 2002, с. 143). На нашу думку, ця класифікація найповніше відображає ситуації мовлення, оскільки комуніканти одного соціального статусу не можуть, наприклад, спілкуватися вільно в присутності інших, незнайомих чи малознайомих людей. Наприклад, колеги, що спілкуються між собою можуть обирати більшою мірою розмовні лексичні одиниці, ніж, скажімо, обговорюючи ту ж тему, але в присутності керівника.

Окрім того, такий мовленнєвий акт як прохання вказує, що один із комунікантів знаходиться у «підлеглому» становищі, незважаючи на однаковий соціальний статус співрозмовників. Прохач завжди змушений розмовляти так, щоб домогтися бажаного перлокутивного результату. Проблема добору «правильних» лексичних засобів у такій ситуації гостріша, ніж у такому мовленнєвому акті як наказ, де комуніканти знаходяться у ситуації нерівності або соціально-ситуативної нерівності, завдяки чому мовець має авторитет і більшу ймовірність домогтися покори співрозмовника. Подібне простежується і в погрозах. Висловлюючи менасив, мовець відчуває певну перевагу над адресатом, що дає йому змогу демонструвати це, незважаючи на соціальну рівність чи асиметрію.

У статті увагу приділено побутово-літературному стилю, оскільки об'єктом дослідження є особливості актуалізації фразем у художніх творах сучасної англійської та української мов. Під час аналізу літературних творів доречніше, на наш погляд, говорити про інтенцію автора, а не мовця (персонажа твору), однак мотиви відбору й використання письменника фразеологічних зворотів визначаються тими ж правилами, що й вибір комунікантів у звичайній розмові.

Д. Шмельов уточнював, що, оцінюючи комуніканта відповідно до його мовлення, ми звертаємо увагу не лише на те, чи це літературна чи нелітературна мова, на точність, образність, багатство та на відповідність мовленнєвій ситуації. Це і є мовленнєвою характеристикою персонажів (Шмелев, 1977, с. 19).

Проаналізувавши вживання фразеологічних одиниць у художніх творах було виявлено, що вони використовуються як в описах автора, так і в словах персонажів. У першому випадку читач є адресатом, і автор намагається найповніше донести до нього певну інформацію. І хоча у другому випадку адресатом повідомлення є інший персонаж, проте використані ним мовні

засоби дають читачеві змогу зрозуміти соціальний статус мовця, його ставлення до співрозмовника, до ситуації мовлення та рівня його освіченості.

Розглянемо детальніше використання фразем у словах автора, які створюють атмосферу, необхідну для кращого розуміння персонажа та ситуації. Наприклад, в англ. *Thomas was unsure if she was joking or was in fact somewhat simple in the head* ‘Томас не міг зрозуміти, чи вона жартує, чи дійсно була трохи несповна розумом’ (Binchy, 2004, с. 37) читач може зрозуміти ставлення діючої особи (Томаса) до слів персонажа. Використання розмовного, неформального виразу справляє враження, що чоловік, про якого йде мова, не добирає слів, аналізуючи ситуацію. Він дуже вражений словами жінки, яка, маючи чудовий будинок, спить у сараї разом з курами. Читачі усвідомлюють незвичність такої поведінки і поділяють емоції Томаса. Звідси випливає, що, вживаючи один фразеологічний зворот, автор оцінює дії персонажа, а зверненням до емотивної сфери читача він формує пом’якшений образ стриманого німця, здатного висловлюватися так фамільярно.

У прикладі з української мови автор описує і ситуацію загалом, і окремих персонажів, пор. укр.: *Про пані Адасовську вона дізналася небагато ... Та Анні досить було **почути краєм вуха**: салон подарований багатим чоловіком без малого десять років тому на знак вдячності. Решту лишалось додумати, але бідною уява Анни ніколи не була.* (Кокотюха, 2016, с. 5) Оскільки дівчина змогла *почути краєм вуха*, тобто «випадково, мимохідь», читач може зрозуміти, що цю інформацію не обговорювали відкрито і дівчині її ніхто б навмисне не розповів. З іншого боку, можна зробити висновки і щодо Анни, яка прислухалася до приватних розмов інших, намагаючись дізнатися те, що її цікавило.

Іноді автор описує персонажа за допомогою внутрішнього монологу іншої дійової особи. У цьому випадку читач занурюється у думки персонажа, що демонструються у розгорнутому вигляді. Один із дійових осіб, Шейн, роздумує про своє майбутнє, про плани на життя і згадує, що його дівчина пропонувала йому знайти роботу. Він реагує досить емоційно: англ. *Fiona must be soft in the head to suggest it* ‘Фіона напевно здуріла, пропонуючи таке’ (Binchy, 2004, с. 160). Для молодика, що звик отримувати все й одразу така пропозиція здається божевільям. Його вислів сповнений презирства та насмішки.

Фразеологічні одиниці функціонують у мовній спільноті і зрозумілі її учасникам. Натомість іноземцям не завжди зрозумілі образність та метафоричне переосмислення образу. Автор може використовувати нездатність персонажу декодувати зміст повідомлення, аби продемонструвати відмінності світогляду персонажів. Наприклад:

– *От вернусь колись на бідні села...*

– *Бідні села? – не второпав Дордже.*

– *Ну, до нас, на Большую Землю...*

Дордже знову не второпав.

– *Та в Україну вернусь!* – *махнула на нього Редька* (Карпа, 2011, с. 386)

Оскільки фразеологічні звороти є досить усталеними й формуються протягом тривалого часу, автору іноді доводиться використовувати додаткові слова у реченні поряд із фразеологізмами, або додавати їх у структуру виразу, щоб сформувавши необхідний контекст. Завдяки цьому фраземи набувають більш офіційного значення або, навпаки, звучать неформально. Підтвердженням цього може слугувати приклад з англійської мови: англ. *“Mayby the Almighty needs a hand now and then” said Vonni with a grim smile of satisfaction* ‘«Мабуть Всевишній потребує допомоги час від часу» сказала Вонні посміхаючись похмурою та самовдоволено’ (Vinchy, 2004, с. 160). Зазвичай, фразеологізм *to give a hand* не має стилістичного забарвлення. Проте у цьому реченні він уживається зі словом *Almighty*, що належить до книжної лексики. Таким способом створюється піднесена, пафосна тональність висловлення. Персонаж підкреслює власну значущість, оскільки навіть Бог потребує її допомоги.

Подібний ефект спостерігаємо у наступному реченні з українського роману. *До лісу Жечі Посполитої тільки не ліз, бо там, як зловлять, то підстрелити не підстрелять, а такого штрафиська впаяють, що очі на лоба літ п’яток будуть лізти, його відробляючи* (Лис, 2016, с. 56). Автор додає до структури фразеологізму *очі на лоба лізуть* додаткові слова, аби ще більш посилити враження від його використання. Крім того, форма *п’яток* ще більше створює неформальну атмосферу.

Подібним способом можна досягти атмосфери невимушеності та безтурботності. Відомий журналіст нервує перед зустріччю з незнайомкою, з якою спілкувався лише телефоном, а дівчина перебуває у складному становищі, потребує допомоги: англ. *But he was Gray Grantham of the Washington Post and this was just another story and she was another woman, so grab the reins, buddy* ‘Але ж він Грей Грем з «Вашингтон Пост» і це лише чергова історія і вона ще одна жінка, тож бери бика за роги, друже’ (Grisham, 1992, р. 215). Він намагається підбадьорити себе, використовуючи розмовні вислови та фамільярну лексику.

Уживання фразеологізмів у висловленнях персонажів твору може мати декілька причин. По-перше, вони характеризують стосунки між комунікантами, ступінь та близькість їх знайомства. Наприклад: англ. *Come on, Ben. That's over five thousand cases, a small fraction of which will eventually end up here. It's a wild-goose chase* ‘Припини, Бен. Це понад п’ять тисяч справ,

лише мала частка з яких зрештою опиниться тут. Це постріл в нікуди' (Grisham, 1992, с. 53). Читач отримує підставу для розуміння того, що комуніканти добре знайомі та є друзями, оскільки вони судді Верховного Суду, а вживання таких розмовних виразів між суддями за офіційних умов неприпустиме. Можна зробити висновок, що це звичайне неформальне спілкування приятелів після роботи.

По-друге, фразеологізми повніше характеризують дійову особу або її дії, ніж вільні словосполучення. Зокрема читач дізнається про емотивне та оцінне ставлення мовця до подій. Наприклад: англ. *I guess Bobby Jr. is trying to fill his (his father's) shoes.* 'Я думаю, що Боббі молодший намагається посісти його (батькове) місце' (Connolly, 2005, с. 139). Підлеглий дещо зневажливо ставиться до керівника свого відділу, який намагається зробити собі кар'єру, зайнявши посаду батька. Створюється враження, що колеги не засуджують його, проте ставляться до таких дій досить несхвально. До того ж те, що героя називають *Bobby Jr.* посилює відчуття несхвального та негативного ставлення.

Фраземи можуть мати мейоративну оцінку персонажа. Схвалення в такому випадку посилюється образністю, яка, впливаючи на емотивні відчуття читача, робить опис багатшим та виразнішим. Наприклад: *I прошу вибачити і простити, коли кого чим обідив. Али я ніколи не підняв руку на безневинну жінку чи дитя...* (Лис, 2016, с. 222) Цей вислів допомагає нам краще зрозуміти принципи та переконання персонажа.

Фразеологізми можуть вживатися у функції характеристики ситуації. Розглянемо такий вираз: англ. "*Sheriff Hazen's making a progress*" – "*Progress? Where's he been? I haven't seen hide nor hair of him all day*" '«Шериф Хазен має зрушення». «Зрушення? Де ж він? Я його за цілий день жодного разу не бачив»' (Preston, Child, 2004, с. 384) Адекватне сприйняття емотивного стану мовця досягається використанням фразеологізму. Тут простежується невдоволення, осуд та зневага. Вираз *not to see hide nor hair of sb* означає «не бачити когось протягом певного часу». Використання розмовного виразу посадовою особою також вказує на його емоційний стан. Оскільки мова йде лише про один день, усвідомлюємо, наскільки роздратованим є адресант. Звідси стає очевидним, що використання фразеологізму дає більше додаткової інформації, необхідної для правильного розуміння непрості ситуації, що сталася.

Подібне бачимо і в україномовному тексті, пор.: *Взявши Ярка на руки, вона заколикала його з такою ніжністю, що у мене стислося серце* (Шкляр, 2011, с. 258). Наратор, використовуючи фразеологізм, що має значення «тривожиться, хвилюватися, відчуває неспокій за когось» (Білоноженко 1999, с. 797) відображає власні негативні переживання у такій, здавалося б, мирній та зворушливій ситуації.

З викладеного вище робимо висновок про те, що фразеологічні одиниці широко використовуються у англійських і українських художніх творах. Використання фразеологізмів значно посилює виразність та експресивність творчої думки митця художнього твору. Автор послуговується ними для створення відповідного враження у читача про події та персоналії дійових осіб, шляхом переважного використання розмовних та стилістично нейтральних фразеологізмів для опису своїх героїв, їх вчинків та їх сприйняття іншими персонажами.

Таким чином, вибір фразеологічних засобів визначається цілями комунікантів. Уміння обрати фразеологізм із синонімічних за значенням, проте відмінних за функціонально-стилістичним забарвленням, висловів дає змогу досягнути бажаної ілюквативної мети.

Проаналізований матеріал дослідження переконує у тому, що **функційно-стилістичний компонент у значенні фразеологізмів** – це конотативне значення, що створює уявлення про стосунки комунікантів, їхній соціальний статус, ситуацію, за якої відбувалася комунікація, та рівень володіння адресантом мовою.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Анастасьева О. А. Экспрессивность как стилевая черта англоязычного афоризма. *Функциональная лингвистика: сб. науч. работ. Том № 1.* Симферополь, 2010. С. 9–10.
2. Гамзюк М. В. Емотивний компонент значення у процесі творення фразеологічних одиниць: на матеріалі німецької мови. К.: Видавничий центр КДЛУ, 2000. 256 с.
3. Задорожна І. Німецькомовні фразеологічні одиниці з компонентами іменниками “*spraf*”, “*gnade*” та “*freude*” (оцінний, емотивно-експресивний та функціонально-стилістичний аспекти значення). *Науковий вісник Чернівецького університету. Германська філологія.* 2014. Вип. 708–709. С. 78–81.
4. Карасик В. И. Язык социального статуса. М.: «Гнозис», 2002. 333 с.
5. Кузьмин В. П. Оценочность в английской фразеологии и контекст: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. М., 1980. 200 с.
6. Остапенко В. І. Функціонально-стилістичні особливості англійських фразеологізмів з біблійним компонентом. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки.* 2009. Вип. 20. С. 471–475.
7. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантикакий, прагматический и лингвокультурологический аспекты. М.: Языки русской культуры, 1996. 284 с.
8. Фразеологічний словник української мови: в 2 кн. Київ, 1999. Кн. 2. С. 529–980.
9. Шмелев Д. Н. Русский язык в его функциональных разновидностях. М., 1977. 168 с.
10. Ярцева В. Н. Лингвистический энциклопедический словарь [Електронний ресурс]. URL: <http://tapemark.narod.ru/les/567a.htm>

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

11. Карпа І. Піца «Гімалаї». Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2011. 398 с.
12. Кокотюха А. Різник із Городоцької. Харків: Фоліо, 2016. 249 с.
13. Лис В. Століття Якова. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2016. 238 с.
14. Шкляр В. Залишенець. Чорний ворон. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2011. 382 с.
15. Binchy, M. (2004) *Nights of Rain and Stars.* London: Orion, 392 p.

16. Connelly, M. (2005) *The poet*. London: Orion, 481 p.
17. Grisham, J. (1992) *The Pelican Brief*. London: Arrow Books Limited, 371 p.
18. Preston, D., Child, L. (2004) *Still Life with Crows*. NY: Warner Books, 575 p.

***Iryna Zapukhlyak* FUNCTIONAL-STYLISTIC PECULIARITIES OF USAGE OF IDIOMS IN CONTEMPORARY ENGLISH AND UKRAINIAN LANGUAGES**

Summary. The article dwells upon functional-stylistic component of meaning in idioms' semantics. The topicality of the article is stipulated by insufficient attention of the scientists to the components of the meaning of the phraseological units in the contemporary English and Ukrainian languages, in particular to their functional-stylistic peculiarities. The aim of the article is to define and describe the functional-stylistic features of idioms in the contemporary English and Ukrainian languages. The research rests on the following research methods: a continuous sampling method, opposition method, methods of analysis and synthesis, as well as a descriptive method. The connotative meaning has always been in the focus of linguistic studies. It expresses some additional meaning which can have emotive, expressive, cultural, symbolic and functional-stylistic components. It is rather difficult to single out just one component of the meaning as they are interconnected. In contemporary English, the authors of fine art widely use phraseological units to provide the reader with a large amount of information with the help of lexical units of rather small volume that have additional components of meaning. The speaker chooses a particular lexical unit due to the communicative situation, the addressee and his or her level of language knowledge. The aim of the utterance also defines the preferences of lexical units usage. If the speaker asks the addressee to do something, he or she is in the subordinate position and it determines his or her choice of words. Consequently, the functional-stylistic component of meaning is a connotative meaning, that allows to determine the social status of the speakers, their relations, the communicative situation and the level of knowledge of the language of communicants. This study does not fully reveal the peculiarities of the stylistic synonyms functioning, which gives prospects for further research.

Keywords: phraseological unit, connotation, functional-stylistic, components of meaning, stylistically marked, communicative situation, speech act.

Vitae

Iryna Zapukhlyak

Senior Lecturer at the Theory and Practice of Translation Department, Faculty of Foreign Languages, Vasyl' Stus Donetsk National University, Ukraine.

Correspondence: i.zapukhlyak@donnu.edu.ua

Стаття надійшла до редакції 10.12.2018

ОСОБЛИВОСТІ ЕМОЦІЙНО ЗАБАРВЛЕНОЇ ЛЕКСИКИ НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ ДІАНИ СЕТТЕРФІЛЬД «ТРИНАДЦЯТА КАЗКА»

У статті розглядаються особливості природи і функціонування емоційно забарвленої лексики на матеріалі роману Діани Сеттерфільд «Тринадцята казка»; схарактеризовано термінологічний апарат досліджуваної проблеми, простежено роль емоційно забарвленої лексики в художньому творі у лінгвопрагматичному вимірі. Актуальність дослідження мотивована тим, що на сьогоднішній день ця робота є першою комплексною спробою вивчення категорій емоційності, експресивності і оцінки на матеріалі зазначеного твору. З огляду на те, що готичний роман «Тринадцята казка» містить в собі значний пласт емоційно забарвленої лексики, він являє особливу цінність для пропонованого дослідження.

Об'єктом дослідження виступають засоби вираження категорій емоційності та оцінки, які використовуються Д. Сеттерфільд в романі «Тринадцята казка». Предметом дослідження є семантичні, структурні та функційні характеристики емоційних і оцінних одиниць у лінгвопрагматичному вимірі. Під час аналізу нами було розглянуто 813 одиниць, найбільш численними з яких є групи одиниць, представлених на лексичному і стилістичному рівнях. Найменш численною є група фонетичного рівня. В перспективах подальшого дослідження – провести комплексний зіставний аналіз емотивних одиниць на матеріалі оригіналу та в перекладі українською мовою.

Актуальність дослідження обумовлена декількома факторами, перш за все, невизначеністю термінологічного апарату досліджуваної проблеми, необхідністю вивчення ролі емоційно забарвленої лексики в художньому творі у лінгвопрагматичному вимірі. Крім того, на сьогоднішній день це дослідження є першою комплексною спробою вивчення категорій емоційності, експресивності і оцінки на матеріалі роману Діани Сеттерфільд «Тринадцята казка». З огляду на те, що готичний роман «Тринадцята казка» містить в собі значний пласт емоційно забарвленої лексики, він являє особливу цінність в рамках зазначеної площини дослідження.

Об'єктом дослідження виступають засоби вираження категорій емоційності та оцінки, які використовуються Д. Сеттерфільд в романі «Тринадцята казка».

Предметом дослідження є семантичні, структурні та функційні характеристики емоційних і оцінних одиниць у лінгвопрагматичному вимірі.

Мета роботи полягає в проведенні комплексного аналізу найбільш значущих емоційних і оцінних одиниць на матеріалі твору Д. Сеттерфільд «Тринадцята казка».

Для реалізації цієї мети поставлені наступні **завдання**: 1) проаналізувати і систематизувати термінологічний апарат загальнотеоретичного аналізу категорій емоційності та оцінки; 2) провести відбір емоційних і оцінних одиниць, що містяться в досліджуваному тексті;

3) дослідити семантичні, структурні та функційні характеристики емоційних і оцінних одиниць у частиномовному аспекті на усіх мовних рівнях.

Методи дослідження визначаються поставленою метою і завданнями, що зумовили використання емпіричного, описового, дистрибутивного, структурного методів. Статистичний аналіз сприяв деталізації дослідження.

Емоційно-експресивна або конотативна лексика являє собою лінгвістичний феномен будь якої мови; це особливий компонент, за допомогою якого виражається психічний стан мовця, його ставлення до адресата мовлення, об'єкта або предмета, тобто все те, що складає мету емотивної функції слова (Корунець, 2004). Конотативне значення слова тлумачиться як нове вторинне значення, що виникає в мовленні, а з часом засвоюється мовою (Стадній, 2014).

У пропонованій роботі досліджується емоційно забарвлена лексика на матеріалі оригіналу готичного роману Д. Сеттерфільд «Тринадцята казка», який очолив список бестселерів за версією *New York Times* і був названий сучасниками «ною Джейн Ейр».

Роман цікавий тим, що захоплює читача уже з перших сторінок. І заслугою цього є не стільки захоплюючий сюжет, скільки мова, що використовується автором. Усім відомо, що слова мають неймовірну силу. «А якщо ними маніпулює людина уміла і освічена, ці слова за просто можуть взяти вас в полон» (Сеттерфільд, с. 15). Цю цитату цілком можна вважати лейтмотивом усього роману.

Категорії емоційності і оцінки у всіх природних мовах реалізуються на різних мовних рівнях за допомогою різних мовних засобів. Під час цієї роботи було проаналізовано більше 800 мовних одиниць, що відносяться до фонетичного, морфологічного, лексичного і синтаксичного мовних рівнів.

На фонетичному рівні в рамках дослідження було розглянуто 31 лексичну одиницю. Найбільш представленою групою на цьому рівні є група акцентування.

З огляду на те, що «Тринадцята казка» відноситься до жанру готичної літератури, основною рисою якої є наявність так званого «саспенсу» – сюжетного напруження – Д. Сеттерфільд часто вдається до додаткових засобів для створення тривожної атмосфери і для залучення уваги читача до конкретних подій і явищ. Акцентуація поряд зі ступенями порівняння *For longer and longer periods, she had the sense that something had gone wrong with the world* (Setterfield, с. 84); *Aurelius seemed even taller and broader than he really was* (Setterfield, с. 93); [...] *the shadow of the bay crept nearer and nearer* (Setterfield, с. 111) є основними способами створення саспенсу. Використовуючи їх, автор нагнітає атмосферу, створює загадковість і пробуджує інтерес читача і, отже, підсилює його залученість в сюжетний хід роману.

Також на фонетичному рівні в тексті роману застосований метод звукопису: *Aaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaa!* (Setterfield, с. 20) і звукового варіювання: *There was no tap-tap-tap of Hester's feet* (Setterfield, с. 84). Ці прийоми використовуються в художній літературі і, зокрема, в цьому творі для передачі звукової складової сюжету, що робить твір більш об'ємним в плані впливу на читача. Таким чином, під час читання роману в процесі образного мислення виявляються задіяними всі органи чуття: зір (при описі пейзажу за вікном), слух (при передачі звуків), смак (при описі вживаної їжі), нюх (при описі запахів), дотик (частіше при описі погоди або взаємодії персонажів). Це дозволяє читачеві повністю заглибитися в твір і максимально відчувати його.

На морфологічному рівні засобами створення емоційності і оцінності виступають демінутивні суфікси, а саме, зменшувально-пестливі (*wavelets* (Setterfield, с. 4), *rivulets* (Setterfield, с. 153), *foundling* (Setterfield, с. 93)), що є досить нехарактерною ознакою англійської мови в силу її аналітичності (Ситенко, 2011). Однак, слід відзначити, що частіше значення ласки, пестливості, зменшувальності автором передаються синтаксичними словосполученнями *tiny*, *little*, *small* (*tiny room* (Setterfield, с. 11), *tiny baby* (Setterfield, с. 15), *small frown* (Setterfield, с. 14), *small table* (Setterfield, с. 98), *little girls* (Setterfield, с. 36), *little bird* (Setterfield, с. 37), а значення масивності (аугментативності) – *big* (*big house* (Setterfield, с. 41), *big black cat* (Setterfield, с. 59)), *huge* (*huge bolts* (Setterfield, с. 65), *huge hand* (Setterfield, с. 94)), і *grand* (*grand old double door* (Setterfield, с. 59), *grand project* (Setterfield, с. 79)).

Найпоширенішим способом словотвору, беззаперечно характерним для англійської мови на морфологічному рівні, постає безафіксний спосіб словотворення. Яскравим прикладом слугує зрощення, при якому мотивоване слово тотожне синтаксичному поєднанню, наприклад: *John-the-dig* (Setterfield, с. 38), *now-you-see-me-now-you-don't* (Setterfield, с. 85), *lost-and-found* (Setterfield, с. 85), *merry-go-round* (Setterfield, с. 159).

На лексичному рівні однією з найбільших груп, представлених у творі, є група тропів. Вони у величезній кількості використовуються автором протягом усього роману, зокрема, в описі персонажів, погоди, внутрішніх переживань тощо.

Так, лише в одному фрагменті опису зовнішності знаменитої письменниці Віди Вінтер, Д. Сеттерфільд використовує цікаве поєднання епітетів, метафори, гіперболи і алюзії: *It is only an advertising photograph pasted on a billboard in a railway station, but to my mind's eye it has the impassive grandeur of long-forgotten queens and deities carved into rock faces by ancient civilizations* (Setterfield, с. 5).

Ще одним насиченим тропами прикладом є опис ролі правди і брехні, який Віда Вінтер наводить на самому початку книги, де в одному реченні скомбіновано декілька епітетів і метафор: *What succor, what consolation is there in truth, compared to a story? What good is truth, at midnight, in the dark, when the wind is roaring like a bear in the chimney? When the lightning strikes shadows on the bedroom wall and the rain taps at the window with its long fingernails? No. When fear and cold make a statue of you in your bed, do not expect hard-boned and fleshy truth to come running to your aid. What you need are the plump comforts of a story. The soothing, rocking safety of a lie* (Setterfield, с. 3).

Найбільш використовуваними тропами в романі є епітети, за допомогою яких Д. Сеттерфілд зображує предмети і дії більш барвисто і яскраво, тим самим створюючи живе уявлення про прочитане, наближаючи читача до бачення автора. Епітети надають твору художньої яскравості, підсилюють образність мови і, відповідно, впливають на емоційне сприйняття читача.

У «Тринадцятій казці» епітети використані автором в основному задля: 1) опису характерних рис або ознак предмета: *Although the style of the writing was old-fashioned, my first impression was that it had been written by a child* (Setterfield, с. 2); *Simple little stories really, not much to them* (Setterfield, с. 3); 2) «оживлення» предмета: [...] *do not expect hard-boned and fleshless truth to come running to your aid* (Setterfield, с. 3); *stillborn characters* (Setterfield, с. 3); 3) створення необхідної атмосфери: *I felt a strange sensation inside. Like the past coming to life. The watery stirring of a previous life turning in my belly, creating a tide that rose in my veins and sent cool wavelets to lap at my temples. The ghastly excitement of it* (Setterfield, с. 4); 4) формування у читачів своєї думки про описувану подію або персонажа: *I was aware naturally of the various epithets that usually came attached to her name: England's best-loved writer; our century's Dickens; the world's most famous living author; and so on* (Setterfield, с. 5).

Крім епітетів, текст «Тринадцятої казки» наповнений безліччю метафор, які так само, як епітети, створюють образність твору та його неповторну художню своєрідність. Під час аналізу роману були виділені наступні групи метафор: 1) за подібністю функцій: *Sometimes I wonder what he makes of his role as guardian of the bookshop keys* (Setterfield, с. 2); 2) за подібністю оцінки: *A kind heart to go with the wise head on her shoulders* (Setterfield, с. 116); 3) за подібністю дії: *Wind themselves around your limbs like spider silk, and when you are so enthralled you cannot move, they pierce your skin, enter your blood, numb your thoughts.*? (Setterfield, с. 5).

У тексті досліджуваного матеріалу також зустрічається група авторських метафор: болісна хвороба, яка повільно вбиває письменницю, автором описується як вовк: *That black beast that gnaws at my bones whenever he gets a chance. He loiters in corners and behind doors most of the time,*

because he's afraid of these. She indicated the white pills on the table beside her. But they do not last forever. It's nearly twelve and they are wearing off. He is sniffing at my neck (Setterfield, с. 48).

У категорії метафор чітко виділяється ще один літературний троп – текст роману багатий на уособлення. Зокрема, в описі пейзажів Д. Сеттерфільд переносить людські властивості на неживий предмет або явище, тим самим створюючи яскраві і неповторні образи. Так, слова можуть «брати в полон» *take you prisoner* (Setterfield, с. 4), а книги самі «залишають магазин ще до обідньої перерви» *before the morning is out, books are gone* (Setterfield, с. 5).

У творі також зустрічається велика кількість метонімій і порівнянь – головна героїня вчила алфавіт по «Аддісона, Бронте, Вордсворту, Годвін, Діккенсу», пор.: *A is for Austen, B is for Brontë, C is for Charles and D is for Dickens* (Setterfield, с. 7). Вона «пробігає пальцями по корінцях книг, як піаніст по клавішах» *ran her fingertips along the spines, like a pianist along his keyboard* (Setterfield, с. 6), а слова з листів «носилися в її голові, подібно до птаха, що потрапила в мансарду» *The words from the letter were trapped in my head, trapped, it seemed, beneath the sloping ceiling of my attic flat, like a bird that has got in down the chimney* (Setterfield, с. 11).

Всі фігури мови, якими насичений твір, служать для автора засобами розкриття свого художнього світу настільки детально і барвисто, щоб читач повною мірою відчув кожную подію і зрозумів кожного описаного персонажа.

Крім тропів на лексичному рівні виділяються групи прислів'їв і фразеологізмів. Прислів'я в «Тринадцятій казці» зустрічаються рідко, однак, вони відіграють важливу роль у створенні образу персонажа. Всім відомо, що «очі – ворота душі» *the eyes are the gateway to the soul* (Setterfield, с. 5), на думку Маргарет Лі, душі у Віди Вінтер бути не може.

Фразеологізми в даній роботі представлені 5 тематичними групами: з компонентами «голова», «серце», «думки», «місце», «руки» – тими, які, на нашу думку, найбільш часто використовуються автором для опису емоційного фону персонажів.

Розумовий процес Д. Сеттерфільд описує, використовуючи фразеологізми з компонентами «голова» і «думки»: *to enter one's head* (Setterfield, с. 38), *to turn thought in other direction* (Setterfield, с. 74), *to reel between two thoughts* (Setterfield, с. 106); емоційні переживання описуються фразеологізмами з компонентом «серце» і «руки»: *to lose heart over something* (Setterfield, с. 136), *to have heart stopped* (Setterfield, с. 73). Також на лексичному рівні виділяються слова, що мають оцінний компонент, які допомагають автору передавати ставлення персонажа до навколишньої дійсності.

Щодо стилістичного рівня, автором вживаний ще один засіб створення саспенсу – односкладні неповні речення, використання яких допомагає нагнати атмосферу в необхідних мо-

ментах: *Vide in French means empty. The void. Nothingness* (Setterfield, с. 16); *I am alone. No name. No home. No family* [Setterfield, с. 162); *The ghost child. No mother. No name* (Setterfield, с. 154).

Велика представленість цієї групи пояснюється тим, що за жанровою належністю («Тринадцята казка» відноситься до жанру неоготики) почуття тривоги повинно досягти піку в самій кульмінації твору і тільки після – йти на спад. Кульмінація в уже згадуваному матеріалі відбувається у кінцевих главах.

Крім односкладних речень на стилістичному рівні виділяються безсполучниковість і полісиндетон.

Асиндетон надає розповіді динамічності, допомагає описувати швидку зміну подій і образів: *I hop over fire, step around it, dodge the fire that falls on me from above, brush fire away with my hands, beat out the fire that grows in my clothes* (Setterfield, с. 161); *I stumble forward into the flames, collide with her form, grasp her and pull* (Setterfield, с. 161), а полісиндетон підсилює виразність мови: *Karen and Tom and Aurelius: three sets of eyes all resting on Emma and her storytelling* (Setterfield, с. 168).

В процес створення емоційності на стилістичному рівні також залучені: 1) інверсія: *Perhaps I really am nothing* (Setterfield, с. 163); *Once upon a time there came to Angelfield a cousin* (Setterfield, с. 150); 2) повтори: *She wanted to tell me the story before she died; she wanted me to make a record of it* (Setterfield, с. 170); *I knew what Hester saw that day she thought she saw a ghost. I knew the identity of the boy in the garden. I knew who attacked Mrs. Maudsley with a violin. I knew who killed John-the-dig. I knew who Emmeline was looking for underground* (Setterfield, с. 148); 3) слова-інтенсифікатори: *His voice had the unmistakable lightness of someone telling something extremely important* (Setterfield, с. 93), *Perhaps I really am nothing* (Setterfield, с. 163); 4) вступне слово: *Her psychological state, however, was more difficult to determine* (Setterfield, с. 75).

Отже, під час аналізу нами було розглянуто 813 одиниць в лінгвопрагматичному аспекті, найбільш численними з яких є групи одиниць, представлених на лексичному і стилістичному рівнях. Найменш кількісною є група фонетичного рівня. Всі мовні засоби, якими насичений роман Діани Сеттерфільд «Тринадцята казка», служать для автора засобами розкриття свого художнього світу настільки детально і барвисто, задля того, щоб читач повною мірою відчув кожну подію, зрозумів душу кожного описаного персонажа, прожив атмосферу «саспенса», якою пронизаний весь твір.

В перспективах подальшого дослідження – провести комплексний зіставний аналіз емотивних одиниць на матеріалі оригіналу та в перекладі українською мовою.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Корунець І. В. Contrastive Typology of the English and Ukrainian Languages : Порівняльна типологія англійської та української мов. Вінниця : Нова книга, 2004. 460 с.
2. Ситенко О. О. Демінутивні іменникові похідні в українській та англійській мовах. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика». 2011. № 15. С. 99–104.
3. Стадній А. С. Семантичний і функціональний аспекти конотативно маркованих дієслів. Актуальні проблеми філології та перекладознавства : збірник наукових праць. 2014. Вип. 7. С. 156–159.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

4. Сеттерфілд Д. Тринадцята казка [Електронний ресурс]. URL : <https://pda.litres.ru> (дата звернення : 14.11.2018).
5. Setterfield Diane. The Thirteenth Tale [Електронний ресурс]. URL : <http://books-online.com.ua/view.php?book=41162> (дата звернення : 14.11.2018).

***Olha Sytenko* PECULIARITIES OF EMOTIONALLY COLOURED LEXEMES ON THE MATERIAL OF DIANE SETTERFIELD'S NOVEL "THE THIRTEENTH TALE"**

Summary. The importance of the article is determined by several factors, first of all, the uncertainty of the terminology apparatus of the problem under consideration, the necessity to study the role of emotionally coloured vocabulary in a work of art in the linguopragmatic aspect. In addition, to date, this work is the first comprehensive attempt to study the categories of emotionality, expressiveness and evaluation on the material of D. Setterfield's "The Thirteenth Tale". Moreover, taking into account the fact that the Gothic novel "The Thirteenth Tale" contains a significant layer of emotionally coloured vocabulary, it is of particular value for this study.

The object of the study is the means of expressing the categories of emotionality and evaluation used by D. Setterfield in the novel "The Thirteenth Tale". The subject of the study is the semantic, structural and functional characteristics of the emotional and evaluative units in the linguopragmatic aspect. The purpose of the work is to conduct a comprehensive analysis of the most significant emotional and evaluative units on the material of D. Setterfield's "The Thirteenth Tale".

The methods of research are determined by the set goal and the tasks that lead to the use of empirical, descriptive, distributive, structural methods and techniques. During the study, the method of quantitative calculations is used.

During the analysis 813 units are considered, the most numerous of which are groups of units represented on the lexical and stylistic levels. The group of phonetic level is the least quantitative. All linguistic means with which "The Thirteenth Tale" of Diane Setterfield is saturated serve the author to reveal the artistic world so detailed and colorfully for the reader to fully feel each event, to understand the soul of each character described, to live the atmosphere of the "suspense" which penetrates the whole novel. The prospect of the further research consists in conducting a comprehensive comparative analysis of emotional units on the material of the novel under consideration in origin and Ukrainian translation.

Vitae

Olha Sytenko

PhD, Associate Professor, English Philology Department, Faculty of Foreign Languages, Vasyl' Stus Donetsk National University, Ukraine.

Correspondence: o.sytenko@donnu.edu.ua

Стаття надійшла до редакції 20.11.2018

DOI 10.31558/2075-2970.2018.35-36.5
УДК 81'44:81'37(811.111+8111.161.2)

© В. М. Соколова
(Вінниця)

КАУЗАТИВНІ КОНСТРУКЦІЇ ІЗ СЕМАНТИЧНОЮ ОЗНАКОЮ ЕМОЦІЙНОГО СТАНУ В АНГЛІЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

Стаття присвячена зіставному вивченню семантики каузативних конструкцій із семантичною ознакою емоційного стану. Дослідження базується на прикладах уживання конструкцій англійської (*to amaze smb with smth*) та української мов (*вражати кого-небудь чим-небудь*), дієслів емоційного стану у складі каузативних конструкцій. Актуальність статті зумовлена необхідністю системного аналізу семантики каузативних конструкцій (далі КК) емоційного стану у зіставному аспекті. Предметом дослідження є семантика та структура каузативних конструкцій, які виражають емоційний стан в англійській та українській мовах. Мета полягає у проведенні семантичного аналізу одиниць дослідження та визначенні спільних і відмінних ознак англійських та українських каузативних конструкцій емоційного стану. У статті наведена класифікація каузативних дієслів емоційного стану, які утворюють каузативні конструкції, визначена різниця між поняттями 'емоційність' та 'емотивність'. Крім того, визначено відсоткове співвідношення частотності вживання каузативних конструкцій позитивного та негативного емоційного стану в англійській та українській мовах на матеріалі художніх текстів.

Ключові слова: каузативність, каузативна конструкція, каузативна ситуація, емотивність, позитивні / негативні емоції, нейтральні емоції.

1. Вступні зауваження

Вивчення каузативності в зіставному та типологічному аспектах є одним із найбільш актуальних напрямів сучасної лінгвістики. Засновниками теорії каузативності вважаються В. П. Недеялков (Недеялков, 1964), Г. Г. Сильницький (Сильницький, 1974), М. Шибатані (Shibatani, 2002), які заклали основи цієї теорії. У подальшому різні аспекти категорії каузативності на матеріалі багатьох мов світу неодноразово розглядалися низкою науковців, серед яких, зокрема, наукові розвідки О. О. Залужної (Залужна, 2014), Г. О. Золотової (Золотова, 2005), О. С. Корді (Корди, 2004), М. В. Кузнецової (Кузнецова, 1973), Л. І. Кулікова (Kulikov, 1993), І. М. Кучмана (Кучман, 2013), Д. Ю. Сонга (Song, 1996) та інших.

У свою чергу дослідженню різноманітних лінгвістичних засобів вираження емоційного стану присвячені роботи багатьох лінгвістів, зокрема, В. Ю. Апресяна (Апресян, 2013), Н. Д. Арутюнової (Арутюнова, 2009), К. О. Киричок (Киричок, 2013) та інших.

Втім, спостерігається відсутність робіт, в яких вивчається каузативність із семантичною ознакою емоційного стану. Проблема вивчення різних засобів вираження емоційного стану є однією з найбільш актуальних і ставить багато завдань. По-перше, виникають труднощі щодо визначення каузативних конструкцій, які виражають каузативний стан. По-друге, існує необ-

хідність виявлення певних класифікацій, які б виокремлювали каузативні конструкції із семантичною ознакою емоційного стану в окрему групу. По-третє, відсутність зіставно-порівняльного дослідження лексико-семантичних особливостей каузативних конструкцій, які виражають емоційний стан.

Актуальність роботи зумовлена необхідністю системного аналізу семантики каузативних конструкцій (далі КК) емоційного стану у зіставному аспекті.

Об'єктом дослідження є каузативні конструкції емоційного стану в англійській та українській мовах. Наприклад:

(1) англ. *The Party prisoners seemed terrified of speaking to anybody, and above all of speaking to one another* (Orwell, с. 85) 'Партийні в'язні здавались наляканими, щоб спілкуватись з ким-небудь, і перш за все, говорити один з одним';

(2) укр. *Та хоч словом щирим розважити, допомогти* (Багряний).

Предметом є семантика та структура каузативних конструкцій із семантичною ознакою емоційного стану в англійській та українській мовах.

Мета полягає у проведенні семантичного аналізу одиниць дослідження та визначенні спільних і відмінних ознак англійських та українських каузативних конструкцій із семантичною ознакою емоційного стану.

Матеріалом дослідження слугують 1186 каузативних конструкцій (632 конструкції в англійській та 554 конструкції в українській мові), отримані методом суцільної вибірки з текстових джерел англійської та української мов, з-поміж яких, зокрема, Arthur Hailey «Hotel», George Orwell, «1984», В. Барка «Жовтий князь», О. Гончар «Твоя зоря», та інші.

2. Теоретичні засади дослідження каузативності

Каузація як мовна репрезентація причинно-наслідкових відношень – це окремий випадок відношень обставини, які вказують на сукупність певних умов, за якими здійснюються, стаються будь-які явища, події, факти, процеси, пов'язані з чимось, що сприяють на що-небудь, супроводжують кого-небудь або викликають появу чогось (цит. за Залужна, 2014, с. 12).

На думку М. Шибатані, каузативна ситуація має відповідати двом умовам:

1) каузувальна подія та подія, яка каузується, розподілені в часі таким чином, що подія, яка каузується, може відбуватися тільки після каузувальної події;

2) каузувальна подія та подія, яка каузується, є взаємозалежними, а існування тієї події, що каузується, можливе тільки за умови реалізації каузувальної події. Якщо каузувальна подія не має місця, подія, яка каузується, також не має місця (цит. за Залужна, 2014, с. 13).

Основним поняттям категорії каузативності є термін «каузативна ситуація» (далі КС). Застосування терміна «ситуація» в лінгвістиці започатковує Л. Теньєр на позначення дії та її учасників у висловленні (Теньєр, 1988, с. 202). Ю. А. Левицький вважає, що ситуація є фрагментом дійсності, реальною подією, яка реалізується в реченні (Левицький, 2002, с. 109).

Згідно з дослідженнями О. О. Залужної, базову каузативну ситуацію можна представити у вигляді такої формули тлумачення: «*X* дією v_1 каузує *Y* виконувати дію / бути у стані v_2 ». Семантичні ролі актантів розподіляються таким чином: *X* – предмет антецедента (*вчинок*), *Y* – предмет консеквента (*його (він)*). За прийнятою термінологією *X* – це *агенс*, за іншим визначенням *каузатор*; *Y* – *пацієнс*, або за іншою термінологією *каузат* (англ. *causee* досл. ‘той, кого казують’ (Залужна, 2014, с. 14).

Каузативність знаходить своє вираження на всіх рівнях мови. За планом вираження виділяють морфологічний, синтаксичний та лексичний каузатив.

За визначенням В. П. Недялкова та Г. Г. Сильницького, каузативною є ситуація, що складається мінімум із двох мікроситуацій, пов’язаних між собою відношенням каузації або спричинення. Каузувальна ситуація називається *антецедентом*, а ситуація, яка каузується – *консеквентом* (Недялков, 1964, с. 305; Сильницький, 1974, с. 21).

3. Теоретичні засади поняття «емотивність». Класифікація каузативних дієслів емоційного стану

Одним з найголовніших питань емотивної лінгвістики є розмежування понять «емоційність» та «емотивність». На сьогодні емоційність розглядається як психологічне поняття, тобто як здатність індивіда відчувати емоції і почуття і виражати їх різними способами (завдяки мімічним рухам, жестам, нейрон-фізичній реакції, а також вербально). Емотивність є мовною категорією і об’єднує тільки мовні засоби вираження емоцій. Однак в різних дослідженнях можна помітити вузьке і широке розуміння категорії емотивності. В першому випадку до неї належать лише мовні засоби безпосереднього вираження емоцій, в другому – усі можливі засоби вербального вираження емоцій (і засоби вираження, і засоби називання емоцій) (Довгаль, 2015, с. 48).

Емотивність як лінгвістична категорія (і в вузькому, і в широкому розумінні) охоплює багаторівневі засоби позначення емоцій. Такі дієслова називаються емотивними.

Емоційні дієслова можна розділити на дві лексико-семантичні групи: «дієслова емоційного стану» і «дієслова емоційного ставлення».

До лексико-семантичної групи «емоційного стану» належать дієслова із значенням «іспитувати певне емоційне ставлення; бути, знаходитись в певному стані». Особливість цих

дієслів полягає в тому, що вони називають протяжні у часі, замкнуті у суб'єкті емоційні стани, наприклад англ. *enjoy* 'насолоджуватись', *deplore* 'засуджувати'; укр. *турбуватись*, *радіти*. Значення цих лексем можна уявити за допомогою наступної формули тлумачення «Я почуваю / знаходжусь в якому-небудь емоційному стані» або «я переживаю певну емоцію».

ЛСГ «емоційне ставлення» об'єднує дієслова зі спільним значенням «відчувати певне емоційне ставлення до чогось або когось». Дієслова цієї групи називають емоційні зв'язки людини з іншими людьми, предметами, явищами навколишнього середовища, наприклад, англ. *adore* 'обожнювати', *admire* 'захоплюватись', *trust* 'довіряти'; укр. *ненавидіти*, *любити*, *поважати*. Значення цих дієслів може бути представлено за допомогою наступної формули тлумачення: «я відчуваю сильні емоції до когось або чогось» (Довгаль, 2015, с. 49).

Крім того, слід зазначити, що існують інші класифікації дієслів емоційного стану. Щодо семантичної класифікації дієслів, їх можна поділити на позитивні та негативні. К. О. Киричок в своєму дослідженні розглядає дієслова позитивного стану і пропонує наступну лексико-семантичну стратифікацію дієслів позитивного емоційного стану: щастя, радість, веселощі, захват, задоволення, чарівність, інтерес, наснага, спокій та душевне хвилювання. Дослідниця також зауважує, що семантичні групи дієслів приведення об'єкту в різні емоційні стани характеризуються різними ознаками дієслівної семантики. Наприклад, дієслова приведення у стан захвату та наснаги характеризуються наявністю у значенні дієслів семи «посилення емоційної активності» об'єкту, яка означає збільшення емоції. Ознакою дієслів каузації наснаги є поняття «вогонь», а саме від лексеми з цим значенням утворені дієслова англ. *inflammate* 'запалювати'; укр. *запалювати*, що вказує на дуже високий ступінь почуття, яке каузується. Група дієслів каузації стану спокою, навпроти, відображає «зменшення емоційної активності» об'єкту, тобто ослаблення пережитої емоції (Киричок, 2013, 0).

Н. О. Овсепян у своїй лінгвістичній розвідці виділяє наступні негативні емоції: горе, тривога, печаль, злість, гнів, страх, відчай, зневіра, біль, сум, наприклад, англ. *worry* 'турбуватись'; укр. *турбуватись* (Овсепян, 2012, с. 63).

Також, до дієслів емоційного стану належать лексеми, які називають нейтральні емоційні стани, тобто ті, які не є пов'язаними зі станом задоволення або незадоволення, наприклад, в англійській мові цей стан виражений дієсловами англ. *astonish* 'уражати', *surprise* 'здивувати', *amaze* 'вразити', *marvel* 'здивувати'; укр. *вразити*, *здивувати* (Довгаль, 2015, с. 51).

Морфологічна класифікація дієслів каузації емоційного стану представлена двома засобами вираження емоцій:

1) каузативні емотивні дієслова, утворені за допомогою словотвірних засобів. Йдеться мова про пари лексем, одна з котрих є твірною, а друга – похідною. Твірна лексема називає

певну реалію, а похідне дієслово описує каузативну ситуацію за участю такої реалії та вербалізуючу за допомогою твірної основи та словотвірного засобу, який відображає каузативний вплив. Похідні дієслова каузації щастя, вмотивовані вихідними іменниками та прикметниками, виокремлено в англійській та українській мовах, наприклад, англ. *gladness* ‘радість’, *gladden* ‘веселити’; укр. *щастя, ощасливити*.

2) аналітичні каузативні конструкції зі службовими каузативними дієсловами. Дієслова такі, як англ. *make* ‘робити’; укр. *робити* мають основне значення робити, але в аналітичних каузативних конструкціях втрачають своє основне значення та набувають значення «каузувати когось бути», або «каузувати когось робити». У цілому, аналітичні каузативні конструкції на позначення стану щастя формуються за допомогою службового каузативного дієслова та прикметника, наприклад англ. *make someone happy* ‘ощасливити’; укр. *скласти чиєсь щастя* (Киричок, 2014, с. 138).

В своїх дослідженнях В. Ю. Апресян поділяє каузативні агентивні дієслова емоційного стану на конативні (3), (4) та не конативні (5), (6) (Апресян, 2013, с. 56). Наприклад:

(3) англ. *Mike irritated her* ‘Майк роздратував її’;

(4) укр. *Він її роздратував*;

(5) англ. *His behaviour irritated her* ‘Його поведінка роздратувала її’ (Апресян, 2013, с. 56);

(6) укр. *Його витівки її бавили* (Багрянний).

Також В. Ю. Апресян вважає, що дієслова, які утворюють каузативні конструкції та виражають емоційний стан, можуть бути результативними та не результативними (Апресян, 2013, с. 56). Якщо дія каузації та її результат позначаються однією лексемою, дієслово визначається як таке, що містить у своїй семантиці результативну КС, напр., *to frighten*; укр. *налякати* тощо. Але якщо зазначені елементи містяться в семантиці різних лексем, дієслово виражає нерезультативну КС (Залужна, 2014, с. 19), наприклад:

(7) англ. *Saying those words she shocked me into semiwakefulness* (Weisberger, с. 74) ‘Говорячи ті слова, вона шокувала мене до безсоння’;

(8) англ. *A handsome, tough-looking boy of nine had popped up from behind the table and was menacing him with a toy automatic pistol* (Orwell, с. 81) ‘Гарний, міцний хлопчик дев’яти років вискочив з-зі столу і пригрозив іграшковим автоматичним пістолетом’;

(9) укр. *Жахається думкою Мирон Данилович: «Ну, яцір і єсть! Скоро – час головного, який від прірви і мучитель...»* (Барка);

(10) укр. *Та хоч словом щирим розважає, допомагає* (Багрянний).

4. Позитивна та негативна семантика дієслів і конструкцій емоційного стану.

У своєму дослідженні Н. Д. Арутюнова наводить класифікацію каузативних дієслів, яку розробив Д. Круз. Згідно з цією класифікацією існує три типи лексичних каузативних дієслів:

- 1) дієслова каузації вимоги (causation by command);
- 2) дієслова каузації безпосередньою фізичною дією;
- 3) дієслова каузації емоцій (цит. за Арутюнова, 2009, с. 168).

В цьому дослідженні розглядаються дієслова каузації емоцій, наприклад:

(11) англ. *The doctor frightened Mary by giving her an injection* (Арутюнова, 2009, с. 168)

‘Лікар налякав Мері, роблячи їй укол’.

Цей приклад показує, що емоційний стан Мері змінює лікар, але не укол, тобто лікар є каузатором. Це може підтвердити наступна каузативна перифраза. Наприклад:

(12) англ. *The doctor caused Mary to become afraid by giving her an injection* (Арутюнова, 2009, с. 168)

‘Лікар злякав Мері тим, що зробив їй укол’.

Каузативні конструкції, які виражають емоційний стан, також можна вважати директивним типом каузації. У таких конструкціях виражається така каузативна дія, за умовою якої емоційний стан, настрої об’єкта може змінитись. Такий тип каузації може бути представлений наступною формулою тлумачення: “Х каузує Y, змінюючи його емоційний стан”. Наприклад:

(13) англ. *They want modern décor, American food, all the things that will make them feel at home* (Christie, с. 37) ‘Вони хочуть сучасний декор, американську їжу, усе те, що змусить їх почувати себе як вдома’;

(14) укр. *Аж дух тобі перехоплює, коли заглядиш її* (Гончар).

Під час дослідження емпіричного корпусу було виявлено три види каузативних конструкцій (далі КК) каузації емоційного стану: 1) КК, семантика яких виражає негативні емоції; 2) КК, семантика яких виражає позитивні емоції. Відповідні результати представлені у таблиці 1.

Таблиця 1

Семантика позитивних та негативних емоцій в КК

Мова / Семантика емоцій	Англійська мова		Українська мова	
	Кількість (%)	Приклади	Кількість (%)	Приклади
Позитивні емоції	41 (35)	<i>Threat of punishment in her tone caused an odd flush of pleasure</i> (Capote, с. 91) ‘Загроза покарання в її тоні викликала вибух задоволення’	53 (58)	Сама <u>перспектива дороги, передчуття відстаней, що їх доведеться долати, непередбачені труднощі, які можуть виникнути, – все це наелектризовує Заболотного, наснажує бадьорістю</u> (Гончар)
Негативні емоції	77 (65)	<i>She is rather strict. But I didn't let that worry me</i> (Capote, с. 99) ‘Вона досить сувора. Але я не дозволю, щоб це хвилювало мене’	38 (42)	З <u>тривожних перемовлянь пасажирів, що сиділи від того типу неподалік, ми зрозуміли нарешті, чим він посіяв у салоні таку тривогу</u> (Гончар)
Всього	118 (100)		91 (100)	

Аналіз корпусу фактичного матеріалу в англійській та українській мовах демонструє, що в англійській мові КК із семантикою негативних емоцій є більш продуктивними, а в українській мові – навпаки (англ. 77 конструкцій, що складає 65 % від загальної кількості КК каузації емоційного стану, укр. 53 конструкції, 58 % загальної кількості українських КК каузації того ж самого типу).

Слід зазначити, що в обох типах каузативних конструкцій каузації емоційного стану сема, яка виражає почуття часто вживається як інструмент каузативної дії. Проте імпліцитним джерелом спонування, яке породжує виконання каузативної дії може бути і дія з семантикою використання фізичної сили, і вербальна дія, і протиправна. Такий тип каузативних конструкцій найчастіше має семантику реакції щодо усіх цих видів дій. Наприклад:

(15) англ. *You'd almost think that they're trying to wear us down by silence* (Capote, с. 21) ‘Ти б майже подумав, що вони намагаються виснажити нас тишею’.

У прикладі (15) імпліцитним інструментом, який спонукає суб'єкт до зміни емоційного стану є думка. А в українському прикладі (16) інструментом є зовнішній вигляд дороги. Наприклад:

(16) укр. *Дорога просто приголомшила жінок своїм виглядом, вжахнула й пригнітила їх самою безглуздістю* (Гончар).

Також дуже поширеним є використання каузативних конструкцій із вказівкою на емоційний стан з прийменниками *in, into* в англійській мові, в той час як в українській мові використання прийменників не є частотним. Використання пасивного стану з вище згаданими прийменниками із дієсловами *to frighten, to scare, to startle* є дуже поширеним в англійській мові. Наприклад:

(17) англ. *This time Winston was startled into self-forgetfulness* (Orwell, с. 203) ‘Цього разу Уїнстон був введений у забутливість’;

(18) укр. *Вічна легенда про двох братів, вирізьблена на далекому місяці, бентежить душу, як і завжди, як і давно-давно колись в дні золотого дитинства, свою трагедією, свою таємничістю нерозгадану – таємничістю неоправданої, кричущої зради* (Багрянний).

Аналіз емпіричного матеріалу демонструє, що в англійській та українській мовах каузативні конструкції можуть вживатися в активному та пасивному стані (див. табл. 2).

Таблиця 2

Активні та пасивні КК із семантикою емоційного стану

Мова / Тип стану	Англійська мова		Українська мова	
	Кількість (%)	Приклади	Кількість (%)	Приклади
Активний	67 (57)	<i>It fills one with an alarmed feeling...</i> (Hailey, с. 35) ‘Це наповнює людину тривожним почуттям’	64 (70)	<i>Та ось враз: зблиск сяйва! Сяйва безмірного, несяжного, що <u>будь-кого вразить своєю неземною величчю</u></i> (Гончар)
Пасивний	51 (43)	<i>Joan was slightly surprised with his behaviour</i> (Christie, с. 41) ‘Джоан була трішки здивована його поведінкою’	27 (30)	<i>Він <u>був приголомшений цією подією...</u></i> (Гончар)
Всього	118 (100)		91 (100)	

Аналіз корпусу вибірки в англійській та українській мовах показує, що в англійській мові КК активного стану є більш продуктивними (англ. 67 конструкцій, що складає 57 % від загальної кількості КК каузативної емоційного стану; укр. 64 конструкції, 70 % загальної кількості українських КК каузативної того ж самого типу).

5. Висновки

5.1. Каузатив як мовна репрезентація причинно-наслідкових відношень – це окремий випадок відношень обставини, які вказують на сукупність певних умов, за якими здійснюються, стаються будь-які явища, події, факти, процеси, пов’язані з чимось, що сприяють на щонебудь, супроводжують кого-небудь або викликають появу чогось.

5.2. Емотивні дієслова англійської та української мови, які називають певні емоції та почуття, об'єднані у дві лексико-семантичні групи: «дієслова емоційного стану» та «дієслова емоційного ставлення». Дієслова першої групи називають емоції, направлені саме на суб'єкт каузативної ситуації, дієслова другої групи позначають емоції, направлені на людей, предмети або явища навколишнього світу.

5.3. За семантичною класифікацією емотивні дієслова поділяються на позитивні та негативні, які відповідно утворюють лексико-семантичні групи, наприклад, радість, наснага, горе, тривога. Деякі дослідники виокремлюють також дієслова, які виражають нейтральний емоційний стан.

5.4. Аналіз корпусу фактичного матеріалу в англійській та українській мовах демонструє, що в англійській мові КК із семантикою негативних емоцій є більш продуктивними, а в українській мові – навпаки англ. 77 конструкцій, що складає 65 % від загальної кількості КК каузативної емоційного стану, укр. 53 конструкції, 58 % загальної кількості українських КК каузативної того ж самого типу.

5.5. Дослідження виявило, що в англійській мові КК активного стану є більш продуктивними. В англійській мові кількість конструкцій активного стану складає 57 відсотків від загальної кількості емпіричного матеріалу, а в українській мові – 70 % від загальної кількості вибірки.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Арутюнова Н. Д. Предложение и его смысл: Логико-семантические проблемы [6-е изд.]. М. : УРСС, 2009. 383 с.
2. Апресян В. Ю. Семантика эмоциональных каузативов: статус каузативного компонента: НИУ Высшая школа экономика, Москва, Россия, 2013. С. 44–57.
3. Довгаль А. В. Семантические особенности глаголов со значениями 'эмоциональное состояние' и 'эмоциональное отношение': Acta Germano-Slavica VI, 2015. С. 48–52.
4. Залужна О. О. Привативні дієслова в англійській та українській мовах : дис. ... на здобуття ст. канд. філол. наук : 10.02.17. Донецьк, 2014. 283 с.
5. Золотова Г. А. Очерк функционального синтаксиса русского языка / [2-е изд., испр. М. : УРСС, 2005. 351 с.
6. Киричок Е. А. Глаголы каузации положительного эмоционального состояния в немецком, французском, английском, русском языках, Studia Germanica et Romanica : Иноземні мови. Зарубіжна література. Методика викладання: [науковий журнал / голов. ред. В. Д. Каліушенко]. Донецьк : ДонНУ, 2013. Т. 10 № 2(29). 156 с.
7. Корди Е. Е. Модальные и каузативные глаголы в современном французском языке. М. : УРСС, 2004. 168 с.
8. Кузнецова М. В. Каузативность как одна из центральных категорий глагола // Вопросы глагольной семантики: [сб. науч. тр. / ред. Е. Н. Сидоренко]. Симферополь : СГУ, 1993. С. 47–52.
9. Кучман І. М. Особливості перекладу англійських каузативних конструкцій // Науковий вісник Ужгородського університету. 2012. С. 1–2.

10. Левицкий Ю. А. Основы теории синтаксиса : учеб. пособие по спецкурсу. М.: УРСС, 2002. 236 с.
11. Недялков В. П. О связи каузативности и пассивности // Вопросы общего и романогерманского языкознания : доклады и сообщения / [отв. ред. Ю. М. Скребнев]. Уфа : Башкирск. книжн. изд-во, 1964. С. 301–310.
12. Сильницкий Г. Г. Семантические и валентностные классы английских каузативных глаголов : автореф. дис. на соискание уч. степени д-ра филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки, 1974. 43 с.
13. Теньер Л. Основы структурного синтаксиса. М. : Прогресс, 1988. 653 с.
14. Типология каузативных конструкций (морфологический каузатив) / под ред. А. А. Холодовича. Ленинград: Издательство «Наука», Ленинградское отделение, 1969. 312 с.
15. Kulikov, L. I. (1993) Through the Looking-glass, and How Causatives Look There / L. I. Kulikov, N. R. Sumbatova // Causatives and Transitivity / [B. Comrie, M. Polinsky (eds.)]. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins. P. 327–342.
16. Shibatani, M. (2002) Some Basic Issues in the Grammar of Causation The Grammar of Causation and Interpersonal Manipulation / [M. Shibatani (ed.)]. Amsterdam : John Benjamins. P. 1–22.
17. Song, J. J. (1996) Causatives and Causation: A Universal Typological Perspective. London : Longman. 295 p.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

18. Багрянний І. П. Сад Гетсиманський [Електронний ресурс]. URL: http://ukrbooks.com/ua/sad_getsymanskyj/
19. Барка В. Жовтий князь [Електронний ресурс]. URL: <https://www.ukrlib.com.ua/books/printit.php?tid=49>
20. Гончар О. Твоя зоря [Електронний ресурс]. URL: <http://ukrclassic.com.ua/katalog/gg/gonchar-oles/148-oles-gonchar-tvoya-zorya>
21. Нечуй-Левицький І. Кайдашева сім'я [Електронний ресурс]. URL: <https://www.ukr-lib.com.ua/books/printit.php?tid=907>
22. Capote, Truman. (1958) Breakfast at Tiffany's: A Short Novel and Three Stories. New York: Random House. 178 p.
23. Christie, A. (2008) At Bertram's Hotel: Книга для чтения на английском языке. СПб. : КАРО. 352 с.
24. Hailey, A. (2012) Hotel: Книга для чтения на английском языке (Серия «Modern Prose»). СПб. : Антология, КАРО. 480 с.
25. Orwell, G. (2015) 1984 : Книга для чтения на английском языке. Санкт-Петербург : КАРО. 384 с.
26. Weisberger, L. (2006) The Devil Wears Prada. Harper Collins Publishers. 391 p.

Vladyslava Sokolova CAUSATIVE CONSTRUCTIONS WITH THE SEMANTIC MEANING OF EMOTIONAL STATE IN THE ENGLISH AND THE UKRAINIAN LANGUAGES

Summary. The article is devoted to the comparative research of the causative constructions with the semantic meaning of emotional state. The research is based on the examples of the English (*to amaze smb with smth*) and the Ukrainian (*вражати кого-небудь чим-небудь*) constructions, the verbs of the emotional state as a part of the causative constructions. The relevance of the article is determined by the necessity of systematic semantic analysis of the causative constructions denoting emotional state. The subject of the research is the semantics and the structure of causative construc-

tions in the English and the Ukrainian languages. The aim of the research lies in carrying out the semantic analysis of causative constructions and revealing the common and the different features in both languages. The classification of causative verbs with the semantic meaning of emotional state has been shown and the difference between the notions ‘emotionality’ and ‘emotivity’ has been determined. In the given article the frequency percentage of constructions with the semantic meaning of positive and negative states has been defined, and it is based on the examples from the English and the Ukrainian belles-lettres texts.

Key words: causativity, causative construction, causative situation, emotivity, positive / negative emotions, neutral emotions.

Vitae

Vladyslava Sokolova

Assistant at the Germanic Philology Department, Faculty of Foreign Languages, Vasyl' Stus Donetsk National University, Ukraine.

Correspondence: v.sokolova@donnu.edu.ua

Стаття надійшла до редакції 20.12.2018

**СЕМАНТИЧНІ Й ФУНКЦІОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧНІ КАТЕГОРІЇ СЛОВА,
ВИСЛОВЛЮВАННЯ Й ТЕКСТУ**

DOI 10.31558/2075-2970.2018.35-36.6

УДК 811.111'373.612.2

© О. В. Боднар
(Вінниця)

**АНТРОПОМОРФНІ МЕТАФОРИ У АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТАХ
ІНФОРМАЦІЙНО-ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ЖАНРУ**

Статтю присвячено вивченню антропоморфної метафори, основою якої є перенесення рис одного об'єкта на інший. Оскільки одним із основних джерел створення нових метафор є інформаційно-публіцистичні тексти, дослідження, вивчення та класифікації метафор за типами є актуальним саме в цьому жанрі. Особлива увага приділяється метафоричним моделям перенесення рис. Мета статті – з'ясувати комунікативні та структурно-семантичні закономірності створення метафор у газетно-публіцистичних текстах в англійській мові. Матеріалом дослідження в статті виступають метафоричні утворення, отримані методом суцільної вибірки із видань газет «The Economist» за 2013, 2014 та 2017 роки. Автор робить висновок, що найбільш продуктивним створення нових метафор є, якщо джерелом запозичення рис перенесення виступають фізіологічні характеристики людини. Подальшою перспективою є дослідження інших типів метафор у інформаційно-публіцистичних текстах англійською мовою.

Ключові слова: метафора, метафоричні моделі перенесення, антропоморфна метафора, інформаційно-публіцистичні тексти, джерело метафоричного перенесення, ціль метафоричного перенесення.

Одну із важливих і провідних ролей сучасного інформаційного середовища відіграють засоби масової інформації, що формуються та змінюються впродовж розвитку соціуму і мають безпосередній значний вплив на суспільні норми. Кожен із видів ЗМІ застосовує вербальні засоби комунікації, що уможливають інформування широких мас і здійснюють вплив на аудиторію. Ключове місце в цьому посідає метафора, основою якої є перенесення імені одного об'єкта на інший, причому ці об'єкти можуть належати до різних тематичних та понятійних сфер. Оскільки одним із основних джерел створення нових метафор є інформаційно-публіцистичні тексти, дослідження, вивчення та класифікації метафор за типами є актуальним саме в цьому жанрі.

Метафору досліджували багато мовознавців та лінгвістів, філософів та науковців, зокрема Дж. Лакофф (Лакофф, 1995), М. Джонсон (Лакофф, Джонсон, 1990), Г. М. Складєвська (Складєвская, 1993), Н. Д. Артююнова (Артююнова, 1990), Н. Д. Бессарабова (Бессарабова, 1987), М. Брідслі (Бридсли, 1990), Н. В. Кабанчук (Кабанчук, 2014).

Мета дослідження – з'ясувати комунікативні та структурно-семантичні закономірності створення метафор у газетно-публіцистичних текстах в англійській мові. **Об'єктом** дослі-

дження є метафора в сучасних англійських інформаційно-публіцистичних текстах. **Предмет** дослідження – моделі перенесення рис одного об'єкта на інший у створенні метафор.

Методологічною основою стали роботи Дж. Лакофф (Лакофф, 1995), М. Джонсон (Лакофф, Джонсон, 1990), Г. Н. Складревської (Складревская, 1993).

Матеріал дослідження – метафоричні утворення, отримані методом суцільної вибірки із видань газет «The Economist» за 2013, 2014 та 2017 роки. Поставлені мета і завдання вимагають комплексного підходу до методів дослідження. Основним методом дослідження став метод лінгвістичного опису, використано також методи структурного та статистичного аналізу. Для наочності і кращого розуміння до нижче проаналізованих речень із метафорами буде додано переклад українською мовою, в якому підкресленням виділено дослівний переклад метафори, а в квадратних дужках адаптований до норм української мови переклад.

Метафори, які формують матеріал дослідження поділяються на декілька підгруп відповідно до джерел перенесення рис. В рамках кожної із цих моделей буде описано механізм перенесення рис одного об'єкта на інший (ціль перенесення).

У статті викладено частину більш масштабного дослідження метафор, а саме дослідження антропоморфного типу метафор, оскільки після підрахунків частотності вживання стало очевидним, що цей тип є одним із найпоширеніших (84,1 % від загальної кількості вибірки, котра налічувала 750 одиниць). Він налічує 631 метафору, які було розподілено за спільним джерелом перенесення риси на три окремих групи: перша – метафори і джерелом перенесення, що позначає фізіологічні характеристики та особливості людини; друга – метафори, де джерелом перенесення є фізичні параметри людини; третя – джерелом виступають психічні характеристики. Згідно з підрахунками, найпродуктивнішими моделями перенесення є ті, що використовують фізіологічні особливості в якості джерела запозичення рис.

Структурно-семантичний антропоморфний тип включає в себе метафори, в межах яких перенесення було здійснено з такого джерела як характеристики людини, її уміння та навички. В газетно-публіцистичних текстах для опису та характеристики предметів часто використовують лексику зі сфери опису людей, їх зовнішності, рис характеру, здібностей та умінь. Антропоморфний тип у текстах випусків журналу «The Economist» налічує чотирнадцять моделей. Моделі перенесення відрізняються цілком перенесення риси, але мають спільне загальне джерело. Саме за спільним джерелом перенесення антропоморфні метафори було розділено на наступні групи: метафори із джерелом перенесення фізіологічних рис, психологічних рис та фізичних рис.

На дві різні групи було розподілено метафори із джерелом перенесення фізичних та фізіологічних рис. Фізіологічне джерело охоплює слова на позначення рис, що розкривають ме-

ханізми здійснення функцій організму (ріст, розмноження, розвиток, дихання і т. д.), їх зв'язку між собою, регуляцію, пристосування до навколишнього середовища, становлення в процесі розвитку та індивідуального особистісного розвитку. До фізичного джерела відносяться слова на позначення фізичних характеристик та параметрів організму людини, до його будови та зовнішнього вигляду. До групи із джерелом психічних рис належать метафори, в яких перенесені риси пов'язані із внутрішнім світом людини, її настроєм, почуттям, душевним станом.

Перша група метафор охоплює метафори із джерелом перенесення фізіологічних особливостей людини. Подібний спосіб опису економічних, адміністративно-географічних та інших понять чи то явищ (використання фізіологічних особливостей людини), є досить поширеним. Він допомагає створити яскравий та зрозумілий метафоричний образ. Ця група налічує 9 моделей перенесення, розглянутих нижче.

Модель 1: фізіологічні особливості людини → слово на позначення адміністративно-географічного поняття.

– *India has until recently grown faster than all other big emerging economy.* – До недавнього часу, Індія росла [економіка Індії розвивалася] швидше за будь-яку іншу новоутворену економіку.

В наведеному прикладі відбулося перенесення фізіологічної здатності людини рости (*grow*) на ціль перенесення, а саме на слово, що позначає адміністративно-географічне поняття (*India*). Це перенесення було використано з метою зобразити процес економічного розвитку країни. Цей приклад також містить в собі ще одне метафоричне перенесення: у слові на позначення адміністративно-географічного поняття *India* в контексті чітко видно перенесення із слова на позначення економічного поняття *economy*.

Модель 2: фізіологічні особливості людини → інфраструктурне поняття.

– *In May it ordered that cattle, including water buffalo, may no longer be sold in open markets for the express purpose of slaughter. (It – the environment ministry).* – В травні воно наказало [ним було видано] указ, за яким рогата худоба, включно із індійським буйволом, більше не можуть надходити у вільний продаж через умисний намір забою.

В цьому випадку відбувається перенесення здатності людини керувати та давати розпорядження (*order*), що прямо пов'язано із віковою фізіологічною особливістю приймати рішення, на слово-позначення інфраструктурного поняття *the environment ministry* (Міністерство з питань навколишнього середовища). Це перенесення використано для відображення складного робочого процесу створення, редагування та прийняття законопроекту працівниками міністерства.

Модель 3: фізіологічні особливості людини → абстрактні поняття.

– *The few Mr Modi has carried out must be weighed against those he has botched, the areas that have gone without reform, and the sticking plasters that cover up the effects of bad policy rather than deal with their causes.* – Та невелика кількість роботи виконана паном Моді повинна бути порівняна із роботою, де він працював недостатньо ретельно, із областями, котрі пішли без реформи [залишилися нереформованими], та спробами залагодити наслідки поганого управління, а не його причини.

В цій моделі використано здатність людини ходити *have gone* в якості джерела перенесення риси на слово абстрактного поняття, що позначає політичне явище реформи. В зазначеній метафорі міститься перенесення властивостей людей на абстрактне поняття «реформа» з метою показати відсутність динамічного руху у певних сферах інфраструктури країни.

Модель 4: фізіологічні властивості людини → економічне поняття.

– *Most real-estate property is vacant (neither sold nor rented out even after years), because of extremely high value and is likely to become almost dead assets.* – Більшість об'єктів нерухомості є вакантними (не продаються і не здаються в оренду навіть після декількох років) через надзвичайно високу вартість і, ймовірно, стануть майже мертвими активами [безперспективними].

У вищевказаному прикладі було здійснено перенесення стану фізіологічної смерті на ціль перенесення риси «активи», слово на позначення економічного поняття. Це перенесення риси було здійснено для опису перспектив продажу та орендування нерухомості за умови, коли ціна на цю нерухомість так і залишиться дуже високою.

Модель 5: фізіологічні особливості людини – просторове поняття.

– *A new era begins at Uber as Travis Kalanick steps down.* – Разом із крокуванням пана Каланіка вниз [відставкою пана Каланіка] для Убер розпочнеться нова ера.

В цій моделі переноситься фізіологічна властивість людини «крокувати» на просторове поняття «вниз», що у поєднанні дає метафоричний образ із переосмисленим значенням «відставка». Те, що має низхідний напрям, в більшості випадків, означає погіршення, регрес або відміну чогось. У вищевказаному прикладі мається на увазі значення відставки, тобто пониження до повного звільнення.

Модель 6: фізіологічна особливість людини – психологічний стан.

– *Western leaders often shake their heads in disbelief at the sums China spends on its huge projects.* – Лідери західних країн хитають головами у зневірі [із сильним подивом та скептицизмом сприймають] те, які суми грошей Китай витрачає на свої проекти.

Вказана метафора містить в собі перенесення фізіологічної властивості на психічний процес сприйняття та реакції людини на щось. Для опису психологічної реакції чи психологічного стану людини інколи використовуються фізичні дії, що ці психічні реакції супроводжують; в наведеному прикладі такою дією виступає «хитати головою, заперечувати щось». Подібне перенесення може дуже яскраво описати психічний стан, викликаний реакцією на якусь інформацію.

Модель 7: фізіологічні особливості людини – поняття рослинного світу.

– *Peaches bruise.* – Персики в синцях [перетовчені].

Перенесення риси фізіологічного процесу людського організму (утворення синця в результаті пошкодження м'яких тканин пронизаних кровоносними судинами), на слово, що описує поняття рослинного світу «персик». Звісно ж персик не має кровоносної системи, а відповідно і кровоносних судин аби цей процес був можливим. Інколи для позначення характеристик, опису стану чи його змін для рослинних понять використовуються метафоричні перенесення фізіологічних властивостей людини на слово-поняття рослинного світу. Саме таке перенесення наявне у вищезазначеній моделі метафори. Фізіологічна особливість людини переноситься на рослину, що дає змогу описати стан плоду.

Модель 8: вікові фізіологічні особливості людини → соціальна характеристика людини.

– *OECD citizens now in their early 30s have 7 % more than members of Generation X had at that age and over 40 % more than boomers enjoyed when they were similarly short in the tooth.* – Громадяни ОЕСР, народжені на початку 30-х років, мають на 7% більше статків, а ніж представники покоління X у цьому ж самому віці, та на 40 % більше, ніж у дітей буму, коли вони мали такі ж короткі зуби [коли вони були ще такими ж молодими].

Інколи для створення відповідного метафоричного образу на позначення людини чи її характеристик використовують характеристики зовсім відмінних груп людей, соціальних статусів і т. д. У вказаному прикладі джерелом перенесення стала вікова фізіологічна особливість людей малого віку, коли прорізаються зуби. Ціль перенесення – соціальна характеристика людини, а саме категорія осіб, котрі належать до однієї вікової групи. Перенесення властивостей людини певного віку на соціальну характеристику людей загалом було здійснено, щоб описати вікову категорію молоді.

Модель 9: фізіологічна характеристика людини → поведінкова модель.

– *Liberal or not, politicians should step slowly and carefully when it comes to complex moral issues, which, whatever your views, this certainly is.* – Ліберальні чи ні, політики повинні кроку-

вати повільно та обережно [бути дуже обережними], коли мова йде про складні моральні проблеми, які існують незалежно від їх власних поглядів.

Цей приклад метафори відображає перенесення фізичної здатності людини свідомо повільно рухатися на її поведінкову модель, характерну в ситуаціях незнайомих або небезпечних, коли існує потреба бути дуже обережним з метою уникнення небажаних наслідків або бажання уникнути небезпеки.

Друга група метафор – метафори із джерелом перенесення фізичних особливостей людини. Ця група виявилася найменш чисельною: лише 1 модель.

Модель 1: фізичний параметр людини → поведінкова модель.

– *The impulse to go it alone remains strong enough that Mr Xi, still consolidating his position as party chief, felt the need to pay it lip service.* – Сам по собі поштовх рухатися самотійно і далі був достатньо потужним, що пан Ксі, котрий все ще закріплює свої позиції голови партії, вирішив відплатити за його губний сервіс [порожні обіцянки].

В цьому прикладі наявне перенесення фізичного параметру людини на її поведінкову модель. Фізичним параметром виступають губи (*lip*), поведінкова модель – не виконувати обіцянки. Таке метафоричне перенесення було створено для опису особливостей поведінкової моделі (рухати губами, промовляти слова) особи, яка не дотримується даного нею слова.

До третьої групи належать метафори із джерелом перенесення психічних особливостей людини. Всього таких нараховано 4 моделі метафоричного перенесення.

Модель 1: психічна характеристика людини – об'єкт оточуючого світу.

– *The painting was a faithful reproduction of the original.* – Картина була вірним відтворенням [точним відтворенням] оригіналу.

Джерелом перенесення для опису предметних характеристик часто використовують якісні характеристики людини як особистості. У вищенаведеному прикладі джерелом метафоричного перенесення є особистісна характеристика людини – вірність. Ціллю перенесення виступає слово на позначення об'єкта оточуючого світу – відтворення, тобто картина-копія. Оскільки картина не є людиною, а відповідно не може бути вірною, значення слова *faithful* було переосмислене згідно з контекстом. Нове набуте значення цього слова «точний», тобто картинка-копія, що є точним відтворенням оригіналу.

Модель 2: психічні особливості стану людини → абстрактне поняття.

– *But if this trajectory persists, a time may soon come when old folk sigh with impatience as youngsters tell them how much easier life was “when you were my age”.* – Але, якщо подібна траєк-

торія залишиться [стан речей залишиться], скоро настане час, коли літні люди будуть зітхати при словах молоді, котра каже, що жити було легше «коли ви були нашого віку».

Джерелом метафоричного перенесення у вказаному прикладі виступає психічний стан людини – несвідоме бажання дотримуватися попередньої поведінкової моделі, з метою збереження зони комфорту або небажанням змінювати щось. Ціль перенесення – слово на позначення абстрактного поняття траєкторії, що є прямим посиленням до поведінки людини. Ця метафора описує виявлену тенденцію в поведінці людей певної вікової категорії спричиненою їх психічним станом.

Модель 3: психічні особливості стану людини → соціальна характеристика людини.

– *Young people left behind by migrant parents, meanwhile, are more vulnerable to being incarcerated if they have no guardian.* – Тим часом, молоді люди, котрих залишили батьки-мігранти, є більш вразливими для ув'язнення [мають більше шансів потрапити за ґрати], якщо у них немає опікуна.

У цій метафорі зображено перенесення психологічної властивості людини, а саме вразливості особи, на соціальне явище, таке як ув'язнення. Перенесення подібного характеру виступає описом стану речей в країні, де діти, що залишилися без батьківського нагляду, наражаються на небезпеку бути ув'язненими. Тобто, психічна характеристика *more vulnerable* якраз відображає цей ризик, спричинений недостатнім наглядом.

Модель 4: психічні особливості стану людини (якісні характеристики) → фізичні параметри людини.

– *Some keen-eyed people in the Philippines, monitoring the satellite data remotely, spotted the roof's lack of luminosity, showing that Mr Anoché lived under thatch (not tin).* – Декілька людей із зацікавленими очима [дуже уважних та пильних людей] на Філіпінах, віддалено спостерігаючи за даними надані супутником, примітили менш блискучий дах, що свідчило про те, що пан Аноче живе в будинку із солом'яним дахом (не металевим).

Лексика на позначення психічного стану людини чи її особливостей також може використовуватися для опису якостей людини, її визначних рис, здібностей. Вищенаведений приклад демонструє модель перенесення особливостей психічного стану зацікавленості, ентузіазму, людини *keen* на її фізичний параметр *eye*. У цьому перенесенні має місце переосмислення значення слова *keen*, що стало позначати дуже уважних та пильних людей. Мета такого метафоричного перенесення – це точний опис якості людини (пильність, уважність).

У Таблиці 1 можна побачити статистичні показники підрахунків разом із наведеними прикладами.

Таблиця 1

Моделі перенесення антропоморфних метафор

№	Джерело	Кількість моделей (%)	Кількість метафор (%)	Приклад
1	Фізіологічні особливості	9 (64,3 %)	457 (72.4 %)	<i>Most real-estate property is vacant, because of extremely high value and is likely to become almost <u>dead assets</u>.</i>
2	Психічні особливості	4 (28,6%)	133 (21.1 %)	<i>Some <u>keen-eyed people</u> in the Philippines, monitoring the satellite data remotely, spotted the roof's lack of luminosity, showing that Mr Anoché lived under thatch (not tin).</i>
3	Фізичні особливості	1 (7,1 %)	41 (6.5 %)	<i>The impulse to go it alone remains strong enough that Mr Xi, still consolidating his position as party chief, felt the need to pay it <u>lip service</u>.</i>
Всього		14 (100 %)	631 (100 %)	

Після аналізу та розподілу метафор за моделями очевидним є те, що найчисельнішою виявилась перша група метафор із джерелом перенесення фізіологічних рис, котра налічує 9 моделей метафоричних перенесень. Друге місце посіла третя група метафор із джерелом перенесення психічних рис із 4 моделями перенесення, а найменш чисельною виявилась друга група метафор (лише 1 модель), яка джерелом перенесення мала фізичні характеристики людини. Отже, прослідковується наступна тенденція: найпродуктивнішим є метафоричне перенесення, котре в якості джерела використовує фізіологічні особливості людини. Це пояснюється тим, що фізіологічні особливості людини є поняттям ширшим за поняття фізичних або психічних особливостей, тому що описує набагато більшу кількість фізіологічних процесів, рис та особливостей протягом усього людського життя у відповідності до їх віку, під час становлення та розвитку особистості, особливостей функцій організму та їх взаємозв'язок. Фізичні ж особливості окремо описують лише фізичні параметри та характеристики організму. Слова на позначення психічних особливостей описують внутрішній світ людини та її стан, настрій, почуття та емоції

Подальшою перспективою є дослідження інших типів метафор у інформаційно-публіцистичних текстах англійською мовою.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Арутюнова Н. Д. Теория метафоры: Сборник: пер. с англ., фр., нем., исп., польск. яз. Общ. ред. Н. Д. Арутюновой и М. А. Журиной. Москва: Прогресс, 1990. 512 с.
2. Бессарабова Н. Д. Метафора как языковое явление. Значение и смысл слова: художественная речь, публицистика. Под. ред. Д. Э. Розенталя. Москва: Изд-во МГУ, 1987. 200 с.
3. Бридли М. Метафорическое сплетение. Теория метафоры: пер. с англ. Москва: Прогресс, 1990. 201–219 с.

4. Кабанчук Н. В. Семантична класифікація метафори в публіцистиці на матеріалі англійської та української мов. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. № 10, том 2. 2014.
5. Кудрявцева Л. А. Метафорические преобразование в современном языке. НДВШ, Филологические науки. № 5. 1988. 62–66 с.
6. Лакофф Д., Джонсон М. Метафори, якими ми живемо. Теорія метафори. М., 1990. 396 с.
7. Лакофф Дж. Когнитивная семантика. Язык и интеллект. Москва, 1995.
8. Склярёвская Г. Н. Метафора в системе языка. СПб. : Наука, 1993. 148 с.
9. Advanced manufacturing. The Economist Jan. 14th 2017 URL: <https://www.economist.com/news/business/21714394-making-trainers-robots-and-3d-printers-adidass-high-tech-factory-brings-production-back>
10. Cash to the poor. Dec. 12th 2013. The Economist. URL: <https://www.economist.com/news/international/21588385-giving-money-directly-poor-people-works-surprisingly-well-it-cannot-deal>
11. Free exchange. The Economist. Jan. 26th 2017. URL: <https://www.economist.com/news/finance-and-economics/21715654-policymakers-need-consider-quality-well-quantity-jobs-available>
12. India's meat business. The Economist. Jun. 24th 2017. URL: <https://www.economist.com/news/business/21723859-countrys-slaughterhouses-are-envy-rich-world-indias-huge-buffalo-meat-industry>
13. The generation gain. The Economist. Oct. 28th 2017. URL: <https://www.economist.com/news/finance-and-economics/21730674-gap-closing-millennials-are-doing-better-baby-boomers-did>

***Olha Bodnar* ANTHROPOMORPHIC METAPHORS IN ENGLISH TEXTS OF THE INFORMATIONAL AND JOURNALISTIC GENRE**

Summary. The article is devoted to the study of the anthropomorphic metaphors created by transferring the features of one object to another. Since informational and journalistic texts are one of the main sources of creating new metaphors, the research, study and classification of the metaphors into types is relevant in this genre. Attention is paid to the metaphorical feature transferring models. The objective of the article includes distinguishing of the communicative and structural-semantic patterns of metaphors creation in English newspaper-journalistic texts. The material samples of the research are the metaphorical formations obtained by a continuous sampling from the editions of The Economist Newspapers published in 2013, 2014, and 2017. The author states that the most productive way of metaphors creation occurs, if the source of the borrowed feature describes human physiological conditions. The further perspective of the study involves the research on other types of metaphors in the informational and journalistic texts in English.

Keywords: metaphor, metaphorical transfer models, anthropomorphic metaphor, informational and journalistic texts, source of metaphorical transfer, target of metaphorical transfer.

Vitae

Olha Bodnar

Assistant at the Theory and Practice of Translation Department, Faculty of Foreign Languages, Vasyl' Stus Donetsk National University, Ukraine.

Correspondence: o.bodnar@donnu.edu.ua

Стаття надійшла до редакції 23.12.2018

DOI 10.31558/2075-2970.2018.35-36.7
УДК 81-11

© О. С. Джеріх
(Вінниця)

«КОНЦЕПТ» У СУЧАСНІЙ КОГНІТИВНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ ТА ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЇ: ПОНЯТТЯ ТА СТРУКТУРА

Актуальність цієї статті зумовлена когнітивною спрямованістю сучасної лінгвістики. Незважаючи на велику кількість праць про цей феномен, залишається відкритим ряд питань, які стосуються інтерпретації та структури концепту. Метою статті є аналіз підходів до визначення поняття та структури концепту у когнітивній лінгвістиці та лінгвокультурології.

Проаналізовані в сучасній лінгвістиці підходи до визначення концепту дозволяють тлумачити його як ментальне утворення, синтез мовних і немовних засобів вираження, що закріплені у пізнанні як індивідуума так і суспільства, зберігаються у національній пам'яті носіїв мови, відображають національно-культурну специфіку народів та представляють собою одиниці пізнання та інформаційної структури, яка відображає людський досвід. Різниця між «поняттям» та «концептом» полягає в тому, що «концепт» є більш ємним мисленням елементом людського пізнання у порівнянні з «поняттям», оскільки він включає в себе саме поняття, яке є ядерним компонентом, та культурно-етнічний компонент, який відображає мовну картину світу його носіїв.

У мовознавстві виділяють діадну структуру концепту, що складається з ядра та периферії, та тріадну, яка представлена поняттєвим, образним та ціннісним компонентами.

Концепт містить у собі три базові компоненти, а саме образ, інформаційний зміст і інтерпретаційне поле, яке, в свою чергу поділяється на кілька зон (енциклопедична, утилітарна, регулятивна, соціально-культура пареміологічна та інші).

Ключові слова: концепт, когнітивна лінгвістика, поняття, діадна структура, тріадна структура, ядерний компонент, периферія.

У руслі сучасної когнітивної лінгвістики та лінгвокультурології присвячено багато праць дослідженню концептів (роботи Н. Д. Арутюнової, А. П. Бабушкіна, М. М. Болдирєва, О. С. Кубрякової, З. Д. Попової, О. І. Стерніна).

Актуальність статті обумовлено когнітивною спрямованістю сучасної лінгвістики. Незважаючи на велику кількість праць про цей феномен, залишається відкритим ряд питань, які стосуються інтерпретації та структури концепту.

Метою статті є аналіз підходів до визначення поняття та структури концепту у когнітивній лінгвістиці та лінгвокультурології.

Підходи до визначення «концепту». Вперше термін «концепт» запропонував у своїй статті «Концепт і слово» філолог та філософ С. А. Аскольдов, окресливши концепт, як «мисленнєве утворення, яке замінює в процесі мислення низку предметів того чи іншого роду» (Аскольдов, 1997, с. 269). Слід відзначити, що концепт не в усіх випадках виступає субститу-

Джеріх О. С.

**«Концепт» у сучасній когнітивній лінгвістиці та лінгвокультурології:
поняття та структура**

том реальних предметів, а може заміняти аспекти предмета, явища або реальні дії, наприклад, концепт «ввічливість».

Лише у 90-х роках ХХ століття термін «концепт» зміг закріпитися та набути широкого використання у науковій літературі, що пояснюється необхідністю введення у лінгвокультурології та когнітивній лінгвістиці терміна, який окрім поняття включав би в свій склад асоціативні оцінки, конотації та уявлення користувачів. Наприкінці ХХ століття цей термін привернув увагу лінгвістів Д. С. Лихачова та Ю. С. Степанова, які запропонували визначення «концепту» та вказали на відмінності «поняття» та «концепту». За внутрішньою структурою «поняття» та «концепт» є однаковими, що пов'язано з етимологією цих лексем. «Концепт» походить від лат. *concipere* «зачинати», «поняття» зводиться до давньоруського дієслова *пояти* «схопити, присвоїти, одружитися». Тобто з етимологічної точки зору, «концепт» та «поняття» можна вважати синонімами, але в когнітивній лінгвістиці між цими термінами є суттєва різниця. Ю. С. Степанов визначає концепт як «сумарний феномен, який за своєю структурою складається з самого поняття та ціннісного, нерідко образного уявлення про нього людини» (Степанов, 1997, с. 40–43). У великому тлумачному словнику сучасної української мови «поняття» трактується як результат узагальнення суттєвих ознак об'єкта дійсності, розуміння кимсь чого-небудь, що склалося на основі якихось відомостей, власного досвіду, «концепт» отримує в цьому словнику лише коротке тлумачення з філософського огляду та визначається як 'формулювання, загальне поняття, думка'. Крім того, ці терміни відносяться до різних наук: «поняття», передовсім, застосовується в філософії та логіці, «концепт» – притаманний лінгвокультурології, когнітивній лінгвістиці та психології, де він все частіше застосовується в останні десятиліття, що свідчить про зростаюче зацікавлення науковців до дослідження концептів.

Розглядаючи ці терміни в лінгвокультурологічній площині, «концепт» виявляється більш об'ємним мисленнєвим елементом людського пізнання у порівнянні з «поняттям», оскільки він включає в себе саме поняття, яке є ядерним компонентом, та культурно-етнічний компонент, який відображає мовну картину світу його носіїв. В цьому проявляється складна, багатовступенева структура концептів. Називаючи концепти «згустком культури у пізнанні людини», Ю. С. Степанов вбачає різницю між поняттям та концептом в тому, що концепти можна не лише осмислити, а й відчути.

У когнітивних студіях існують різні підходи щодо визначення та тлумачення «концепту». Ряд вчених, серед яких слід відмітити І. А. Стерніна, З. Д. Попову, С. А. Аскольдова, Є. С. Кубрякову, під «концептом» розуміють одиницю мислення, яка закріплена в пізнанні індивідуума та відображає сприйняття ним навколишнього світу. Представники лінгвокогні-

тивного підходу основною функцією концепту вважають заміщення властивостей предметів в індивідуальній свідомості.

Концепт, за Є. С. Кубряковою, являє собою «оперативну одиницю пам'яті, ментального лексикону, квант знання. Це – одиниці пізнання та інформаційної структури, які відображають людський досвід» (Кубрякова, 1994, с. 40–41). На думку І. А. Стерніна та З. Д. Попової, концепт – це «дискретне ментальне утворення, що є базовою одиницею розумового коду людини та являє собою результат когнітивної діяльності особистості та суспільства» (Попова, Стернин, 2007, с. 24).

З іншого боку, в наукових працях таких вчених, як Н. Д. Арутюнова, А. П. Бабушкін, С. Г. Воркачов, В. І. Карасик концепт визначається як одиниця колективного пізнання. У центрі уваги прихильників лінгвокультурологічного підходу знаходиться етнокультурний складник концепту. А. П. Бабушкін у своїй науковій роботі «Типи концептів у лексико-фразеологічній семантиці мови» називає концепти «змістовою одиницею колективного пізнання, що відображає предмет реального або ідеального світу та зберігається у національній пам'яті носіїв мови» (Бабушкін, 1996, с. 50–51). За Н. Д. Арутюновою, концепти утворюють «культурний пласт, який є посередником між людиною та світом» (Арутюнова, 1999, с. 3), тобто формування концептів є результатом взаємодії різних сфер життя: мистецтва, релігії, фольклору, національних традицій, життєвого досвіду тощо.

У сучасному мовознавстві виділяють три основні напрями щодо розуміння концепту: лінгвістичний, когнітивний, культурологічний.

Представники лінгвістичного підходу, серед яких слід назвати С. А. Аскольдова, Д. С. Лихачова, В. В. Колесова, В. М. Телію, вважають, що для кожного словникового значення існує свій концепт та під концептом розуміють весь потенціал значення слова та його конотативні елементи.

Послідовники когнітивного підходу, до яких зокрема належать З. Д. Попова, І. А. Стернін, пов'язують концепт з явищами ментального, або розумового, характеру, визначаючи його як глобальну розумову одиницю, «квант структурованого знання» (Попова, Стернин, 2007, с. 13).

Представники лінгвокультурологічного підходу при розгляді концепту велику увагу приділяють культурологічним особливостям. Так, Ю. С. Степанов, Г. Г. Слишкін розуміють культуру загалом як сукупність концептів і відносин між ними, при цьому концепт вважається центром культури в ментальному світі індивідууму або народу. Лінгвісти, які дотримуються цього підходу справедливо відзначають, що при розгляді різних сторін концепту основна увага повинна приділятися важливості культурної інформації, яку передає досліджуваний кон-

Джеріх О. С.

**«Концепт» у сучасній когнітивній лінгвістиці та лінгвокультурології:
поняття та структура**

цепт. Ю. С. Степанов дотримується думки, що «в структуру концепту входить усе те, що і робить його фактом культури – вихідна форма (етимологія), стисла до основних ознак історія; сучасні асоціації; оцінки тощо» (Степанов, 1997, с. 41).

Незважаючи на розбіжності у визначенні терміна «концепт», більшість лінгвістичних студій окреслюють такі ознаки концептів:

- ментальна природа (концепт розглядається як ментальна одиниця свідомості);
- комплексність (концепт спрямований на всестороннє вивчення мови з урахуванням когнітивних, асоціативних, культурологічних, етнічних особливостей, тощо);
- умовність та нечіткість, що пояснюється різним рівнем індивідуального та колективного пізнання;
- мінливість, що пов'язана з мінливістю навколишнього світу людини (концепт не може бути статичним, оскільки його структура постійно насичується новими елементами).

Отже, заявлені в сучасному мовознавстві підходи до визначення концепту дозволяють кваліфікувати його як ментальне утворення, синтез мовних і немовних засобів вираження, що закріплені у пізнанні індивідуума та суспільства та зберігаються у національній пам'яті носіїв мови. Більшість науковців поділяють думку, що лінгвокультурологічний концепт відображає національно-культурну специфіку народів. Це уможливорює дійти висновку про те, що концепти існують як в індивідуальній свідомості окремої особистості, так і в колективній свідомості певної мовної групи, представляють собою одиниці пізнання та інформаційної структури, яка відображає людський досвід.

Структура концепту. В когнітивній семантиці важливе місце посідає опис та визначення структури концепту, складність якого обумовлена неможливістю проконтролювати процес ментальної діяльності. Для детального опису структури концепту необхідне комплексне системне дослідження усього мовного корпусу, в якому репрезентується той чи інший концепт.

І. А. Стернін та З. Д. Попова вважають, що концепт має певну структуру, та для дослідження концептів пропонують побудову номінативного поля, яке охоплює мовні засоби, що об'єктивують концепт (Попова, Стернін, 2007, с. 75) Під номінативним полем розуміється сукупність мовних вербалізаторів досліджуваного концепту у певний проміжок розвитку суспільства. Основна відмінність номінативного поля від структурних мовних угруповань, таких як лексико-семантичних груп, тематичних груп, синонімічних рядів, лексико-фразеологічних полів, полягає в тому, що номінативне поле носить комплексний характер та включає у свій склад усі перераховані вище групи мовних засобів.

У сучасній лінгвістиці виокремлюють діадну, що складається з ядра та периферії, та тріадну структури концепту, яка представлена поняттєвим, образним та ціннісним компонентами.

Діадну структуру концепту запропонували науковці І. А. Стернін та З. Д. Попова, на думку яких у центрі поля будь-якого концепту знаходиться ядро; найчастіше, це – ключова лексема, що позначає концепт.

Для побудови ядра номінативного поля доцільно виявити ключове слово та його синоніми. Наприклад, ядро номінативного поля концепту *death* охоплює прямі номінації *to die, dead, to pass away*, а також евфемізми *to lie to rest* та оказіональні синоніми *to end up (He will end up as his friend)*. За М. М. Болдыревим, ядро складається з конкретно-образних характеристик, які є результатом повсякденного пізнання світу та накопичення досвіду про реальну дійсність (Болдырев, 2001, с. 29).

У ядрі закріплюються етимологічні особливості концепту та зміст відповідного поняття. І. А. Стернін та З. Д. Попова виділяють два способи побудови ядра номінативного поля, а саме:

1) завдяки підбору синонімів та похідних лексем до ключового слова, при цьому під ключовим словом розуміється така лексична одиниця, яка найбільш вичерпно номінує досліджуваний концепт;

2) через аналіз контекстів, в яких вербалізується досліджуваний концепт, наприклад на матеріалі художніх або публіцистичних текстів.

До ядра номінативного поля належать лексеми, які відзначаються високою частотністю вживання, найбільшою узагальненістю за семантикою та стилістичною нейтральністю.

Окрім лексем, які входять до ядра номінативного поля, виділяють також периферійні компоненти, які виокремлюються шляхом аналізу контекстів або сполучуваності лексем, які вербалізують концепт у мові.

До способів встановлення периферійних компонентів номінативного поля відносять: аналіз художніх та публіцистичних текстів, побудову лексико-фразеологічного, дериваційного, пареміологічного полів.

Тріадну структуру концепту виокремлюють С. Г. Воркачов та В. І. Карасик, які відносять до складу концепту такі складові:

- поняттєву, що відображає ознакову та дефініційну структуру;
- образну, що охоплює когнітивні метафори;
- ціннісну, що розкривається як сукупність значущих орієнтирів вагомих для людини і соціуму.

Поняттєвий конститuent охоплює найсуттєвіші когнітивні ознаки, які відповідають характеристикам об'єкта дослідження, та є близьким до словникової дефініції, причому вміщує в собі найбільш релевантні для окреслення меж досліджуваного концепту диференційні семи, наприклад: трикутник – геометричне тіло, три кути, три лінії, що перетинаються.

До образної складової входять когнітивні ознаки, утворені внаслідок метафоричного або метонімічного переносів, та перцептивні, тобто ознаки, які сформувалися в результаті чуттєвого сприйняття носіями феноменів та явищ реальної дійсності.

Ціннісний елемент концепту характеризується емоційними, естетичними оцінками індивідуумів або суспільства, а також включає в себе оціночні, енциклопедичні, регулятивні, соціокультурні аспекти.

З. Д. Попова та І. А. Стернін виокремлюють три основні структурні компоненти концепту: образний компонент, інформаційний зміст і інтерпретаційне поле (6, с. 75).

Образний компонент складається з перцептивної і когнітивної складової, при чому перцептивна є результатом сприйняття навколишньої дійсності за допомогою органів почуттів, а когнітивна – результатом метафоричного осмислення дійсності. Наприклад, прототипом слова «фрукт» є яблуко, прототипом концепту «смерть» у в європейській культурі є зображення скелета з косою, одягненого в чорний балахон з капюшоном. З іншого боку, в українській культурі смерть переважно зображується у вигляді старої кістлявої жінки з косою. Після Революції гідності в Україні з'явилося та закріпилося в свідомості народу ще одне уособлення смерті, а саме птаха-качки, що перетинає водне плесо. Цей образ зустрічається у народній пісні «Пливе кача по Тисині», яка набула популярності в той час. В Англії, навпаки, смерть завжди зображувалась у вигляді чоловіка, вдягненого у плащ з косою, як у вірші Емілі Декінсон: «Because I could not stop for Death He kindly stopped for me». Перцептивний компонент включає в себе зорові, тактильні, смакові та інші образи, наприклад, троянда червона, смерть чорна, життя яскраве.

Наступним структурним компонентом виокремлюється інформаційний зміст: найбільш істотні когнітивні ознаки того чи іншого предмета. Однак, виключаються усі асоціативні, оціночні, випадкові, оцінні ознаки. Інформаційний зміст містить найсуттєвіші семантичні компоненти словникової дефініції концепту, які диференціюють та визначають денотат. Наприклад, Київ – місто, столиця України; мертвий – істота, нежива.

Інтерпретаційне поле містить більш детальні когнітивні ознаки, які уточнюють, оцінюють та доповнюють інформаційний зміст. Оскільки інтерпретаційне поле неоднорідне, З. Д. Попова та І. А. Стернін виділяють такі підгрупи (Попова, Стернін, 2007, с. 78):

- енциклопедична зона об'єднує когнітивні ознаки концепту; які витікають при більш ретельному вивченні денотата. Для концепту «потойбіччя» можна виокремити такі когнітивні ознаки енциклопедичної зони: рай, пекло, поява Месії та встановлення Царства Божого, Аїд – бог смерті у грецькій міфології, потойбічний суд Осіріса в стародавній єгипетській міфології, для концепту «життя» – зародилося 3,8 мільярдів років тому, гіпотеза самозародження, клітинне життя, нуклеїновмісні організми тощо;

- утилітарна зона відображає прагматичне ставлення людей до певного денотата. Наприклад, для концепту «дача» – вигідно, влітку є куди поїхати, можна вирощувати фрукти та овочі;

- регулятивна зона об'єднує когнітивні ознаки, які визначають, що необхідно робити, наприклад, концепт «здоров'я» – треба дбати про здоров'я змалку, «англійська мова» – треба вивчати, «дорожній рух» – необхідно слідувати правилам;

- соціально-культурна зона містить когнітивні ознаки, які відображають конкретну інформацію про культурні здобутки народу. До концепту «смерть» можна віднести такі ознаки, як Плутон (бог підземного царства в римській міфології), роман Агати Крісті “Death on the Nile”, Лета (річка забуття в Аїді), фільм про чуму «Чорна смерть» Крістофера Сміта;

- пареміологічна зона об'єднує когнітивні ознаки, які вербалізуються у мові за допомогою усталених виразів, прислів'їв, приказок, афоризмів, фразеологізмів тощо. Репрезентації концепту «смерть» в англійській та українській мовах: *the end makes all equal* (перед смертю всі рівні), *a man can only die once* (двічі не вмирають, а однієї не минувати), від смерті ліків нема; пішов на дно раків ловить; вік наш, як година.

- загальнооцінна зона містить в собі когнітивні ознаки концепту, які окреслюють його естетичну, емоційну, моральну та загальну оцінку;

- міфологічна зона та інші.

Запропоноване дослідження поняття та структури «концепту», уможливило дійти таких

ВИСНОВКІВ:

1. Проаналізовані в сучасній лінгвістиці підходи до визначення концепту дозволяють тлумачити його як ментальне утворення, синтез мовних і немовних засобів вираження, що закріплені у пізнанні як індивідуума так і суспільства, зберігаються у національній пам'яті носіїв мови, відображають національно-культурну специфіку народів та представляють собою одиниці пізнання та інформаційної структури, яка відображає людський досвід.

2. Різниця між «поняттям» та «концептом» полягає в тому, що «концепт» є більш ємним мисленнєвим елементом людського пізнання у порівнянні з «поняттям», оскільки він включає

в себе саме поняття, яке є ядерним компонентом, та культурно-етнічний компонент, який відображає мовну картину світу його носіїв.

3. У мовознавстві виділяють діадну структуру концепту, що складається з ядра та периферії, та триадну, яка представлена поняттєвим, образним та ціннісним компонентами.

4. Концепт містить у собі три базові компоненти, а саме образ, інформаційний зміст та інтерпретаційне поле, яке, в свою чергу поділяється на кілька зон (енциклопедична, утилітарна, регулятивна, соціально-культура пареміологічна та інші).

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1999. 896 с.
2. Аскольдов С. А. Концепт и слово. Русская словесность: От теории словесности к структуре текста: Антология / Под общ. ред. В. П. Нерознака. М.: Academia, 1997. С. 267–279.
3. Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1996. 104 с.
4. Болдырев Н. Н. Концепт и значение слова. Методологические проблемы когнитивной лингвистики: научное издание. Воронеж, 2001. С. 25–45.
5. Кубрякова Е. С. Возвращаясь к определению знака. Памяти Р. Якобсона. Вопросы языкознания. 1993. № 4. 45 с.
6. Попова З. Д., Стернин А. И. Когнитивная лингвистика. М.: АСТ: «Восток–Запад», 2007. 226 с.
7. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. М.: Языки русской культуры, 1997. 824 с.

***Olena Dzherikh* “CONCEPT” IN MODERN COGNITIVE LINGUISTICS AND LINGVOCULTURAL STUDIES: DEFINITION AND STRUCTURE**

Summary. The relevance of this article lies in the increased interest in the cognitive aspect of the modern linguistics. Despite the large number of studies on this phenomenon, a number of questions remains open regarding the interpretation and structure of the concept.

The purpose of the article is to analyze the approaches to the definition of the concept and structure of the concept in cognitive linguistics and linguocultural studies.

During the conducted research the following conclusions have been made:

1. According to the analyzed approaches in the modern linguistics the concept is interpreted as a mental unity, the synthesis of language and non-language means that exist in the cognition of both an individual and a society, that are preserved in the national memory of native speakers reflecting national and cultural peculiarities of peoples and representing units of knowledge and informational structure of the accumulated human experience.

2. The difference between the "notion" and the "concept" lies in the fact that the "concept" is a more extensional element of the human consciousness in comparison with the "notion", as it includes the notion, that is considered as a nuclear component, and the cultural-ethnic component that reflects a linguistic picture of the world of its native speakers.

3. In linguistics, there are two approaches to the structure of a concept: the dyadic structure of the concept consisting of the core and the periphery, and the triad structure, which is represented by the notional, figurative and value components.

4. Concept contains three basic components, namely image, informational content and interpretation field, which, in its turn, is divided into several zones (encyclopedic, utilitarian, regulatory, social-cultural paremiological and others).

Keywords: concept, cognitive linguistics, notion, dyadic structure, triad structure, nuclear component, periphery.

Vitae

Olena Dzherikh

Senior Lecturer at the Department of Germanic Philology, Faculty of Foreign Languages, Vasyl' Stus Donetsk National University, Ukraine.

Correspondence: o.dzherikh@donnu.edu.ua

Стаття надійшла до редакції 20.12.2018

РЕАЛІЇ В ХУДОЖНЬОМУ ТЕКСТІ: ПЕРЕКЛАСТИ НЕ МОЖНА ОПУСТИТИ

Статтю присвячено вивченню питання відтворення семантичних та культурних особливостей тексту оригіналу в процесі перекладу. Сам процес перекладу розглядається з лінгвістичної точки зору, особлива увага приділяється прагматичним, культурологічним та соціолінгвістичним аспектам перекладу. Мета статті – розглянути можливі способи передачі реалій та доцільність їх відтворення в іншомовному тексті. Створення адекватного перекладу характеризується як запорука реалізації першочергової мети, як найголовніше завдання перекладача, адже без повного розуміння іншомовної дійсності неможливо в повній мірі відтворити сутність тексту оригіналу в тексті перекладу. Ілюстративним матеріалом в статті виступають окремі частини тексту повісті М. О. Булгакова «Собаче серце». Автор робить висновок, що найбільш оптимальним способом перекладу реалій в художньому тексті є використання декількох прийомів одночасно, якщо передача реалії є доцільною, або повне її опущення, якщо одиниця на позначення реалії не відіграє суттєвого значення в передачі змісту тексту оригіналу.

Ключові слова: переклад, комунікація, мовленнєвий акт, фонові знання, реалія, екстралінгвістичний матеріал, безеквівалентна лексика.

Через невпинну глобалізацію комунікаційних процесів у людей з'являється все більше можливостей для здійснення актів комунікації не тільки в межах однієї мови, а й між носіями різних мов та культур, яким необхідно усвідомлювати, що саме лежить в основі цієї відмінності для того, щоб правильно сприймати інформацію. Тому сучасний світ не можливо уявити собі без діяльності перекладачів, які вільно володіють декількома мовами, та вміють точно передавати форму, і зміст повідомлення.

Мета статті полягає у вивченні прагматичних особливостей перекладу безеквівалентної лексики, зокрема реалій.

Матеріалом дослідження стали приклади способів інтерпретації безеквівалентної лексики, які було відібрано з художніх творів методом порівняльного аналізу текстів оригіналу та перекладу, що дозволяє провести аналіз використання реалій та безеквівалентної лексики в плані способів їх перекладу.

Робота поглиблено вивчає такі проблеми перекладу, як визначення перекладу; сприйняття тексту перекладу споживачем та професіоналом; відтворення національної своєрідності першотвору та питання доцільності перекладу реалій. Практичне застосування результатів роботи можливе при вивченні прагматичних проблем перекладу.

З другої половини ХХ століття переклад розглядається мовознавцями як предмет лінгвістичних досліджень як в плані мови, так і в плані мовлення. На сьогоднішній день існує де-

кілька визначень терміну «переклад», і кожен з науковців при проведенні теоретичного або практичного дослідження на теренах перекладознавства зазвичай вводить своє трактування основоположного концепту. З одного боку, переклад – це процес діяльності перекладача із забезпечення комунікації між носіями різних мов та обміну інформацією між ними; а з іншого – безпосередньо результат перекладацької діяльності, сам текст перекладу, виражений або за допомогою усного мовлення, або зафіксований у системі графічних знаків тієї чи іншої мови.

А. В. Федоров, який вважається одним із засновників радянської теорії перекладу, визначає переклад «перш за все як мовленнєвий твір в його співвіднесенні з першотвором, в його пов'язі із особливостями двох мов та із приналежністю матеріалу до тих чи тих жанрових категорій». Для нього «перекласти – означає виразити правильно і в повному об'ємі засобами однієї мови те, що вже виражено раніше засобами іншої мови» (Федоров, 2002).

Для О. М. Фінкеля «...точність перекладу є поняття комплексне, яке складається з елементів технічного відтворювання деяких структурних моментів твору та з елементів передачі моментів культурного характеру». «Отже перекладом треба назвати лише той випадок, коли збереження чужої стилістики не йде коштом тематики й навпаки. Домогтися в цьому рівноваги оригіналу є мета кожного перекладача; але вкласти це наперед у постійну та непорушну формулу, на жаль, неможливо» (Черноватий, Карабан, 2007).

Я. Й. Рецкер вважав, що «завданням перекладача є передати засобами іншої мови цілісно і точно зміст оригіналу при збереженні його стилістичних і експресивних особливостей». Під «цілістю» перекладу слід розуміти єдність форми і змісту на новому мовному підґрунті. Якщо критерієм точності перекладу є тотожність інформації, яка повідомляється різними мовами, то цілісним (повноцінним або адекватним) можна визнати лише такий переклад, який передає цю інформацію рівноцінними засобами.

Р. Й. Якобсон називає міжмовним перекладом «інтерпретацію вербальних знаків засобами іншої мови» (Якобсон, 1878).

Французький мовознавець Едмон Карі пояснює таку варіативність тим фактом, що саме поняття перекладу постійно змінювалося протягом століть. «Можливо, саме це ускладнювало роздуми багатьох авторів, котрі, погоджуючись з думкою попередників або піддаючи їх критиці, самі не помічали, що не завжди говорили про одне і те ж» (Сагу, 1986)

В даній роботі переклад трактується як передача вихідного повідомлення мовою оригіналу на мову перекладу з максимальним збереженням денотативних, конотативних та прагматичних аспектів рівноцінними засобами мови перекладу.

Споживач текстів перекладу та оригіналу сприймає їх як дві абсолютно ідентичні форми існування одного і того ж повідомлення. Текст перекладу розглядається у всіх відносинах так, як ніби він є оригіналом. Подібна комунікативна рівноцінність передбачається для будь-якого перекладу. Те, наскільки він насправді наближений до оригіналу, як правило, не розглядається, якщо мова не йде про професійне вивчення якості перекладу вченими-мовознавцями. Для комунікантів, якими виступають автор художнього тексту та читач тексту перекладу, важливо, що перекладач в процесі перекладу не просто здійснював акт мовлення мовою перекладу, але й встановлює відносини комунікативної рівноцінності між творами двох різних мов, отожднюючи їх як два варіанти одного і того ж повідомлення.

Найбільш важливою при перекладі є мовна основа акту об'єднання двох різних мовних актів у єдине повідомлення. Подібне об'єднання мовних відрізків різними мовами з різною смисловою та синтаксичною організацією, специфічною для кожної мовної системи, може здійснюватися лише завдяки особливостям цих систем і правилам їх функціонування. Тексти, які об'єднуються в акті перекладу, повинні мати певний ступінь спільності, що забезпечує їх комунікативну рівноцінність.

Отже, головне завдання перекладача – донести інформацію, яку видає автор повідомлення. При цьому головною вимогою до перекладу, а значить і найважливішим критерієм оцінки якості роботи перекладача, є точність передачі змісту і форми першотвору. Перекладач-білінгв в своїй роботі враховує не тільки денотативний і конотативний компоненти змісту, а й прагматичний аспект перекладу, який визначається, насамперед, як установка на отримувача переказу, що вимагає тотожності ефекту, виробленого оригіналом і перекладом. В залежності від лінгвістичного і екстралінгвістичного досвіду учасників процесу комунікації буде залежати трактування тексту, який містить у собі набір знаків і повідомлень.

Для того, щоб створити адекватний текст перекладу, перекладачу необхідно працювати з мовою не тільки як з суто лінгвістичним явищем, а також як з явищем культурним. Мова як знаряддя вербальної комунікації є найважливішою частиною культури, і всі особливості її структури і функціонування можуть вважатися проявами культури відповідного мовного (або етнічного) колективу. Однак слід враховувати складний і опосередкований характер зв'язку мови з іншими елементами культури: навколишній світ, духовне життя і поведінку людей, які відображаються в свідомості людини в певних когнітивних структурах і реалізуються в мовних категоріях і формах. Формування і розвиток когнітивних і особливо мовних структур відбувається не тільки під впливом зовнішніх факторів (інших елементів культури), а й за своїми внутрішніми законами, що визначають існування когнітивних і мовних систем як цілісних утворень.

Оскільки переклад є живою комунікацією, спрямованою, насамперед, на аудиторію, що має інший лінгвістичний і культурний рівень порівняно з носієм іноземної мови, при перекладі підкреслюється як необхідність вивчення побуту і культурних особливостей носіїв мови, на яку робиться переклад, так і необхідність ретельного дослідження культурних відмінностей, які можуть створювати проблеми в процесі перекладу в плані інтерпретації або оцінки повідомлення.

Кожна мова створює своєрідну мовну картину світу, що є однією з причин труднощів, що виникають при перекладі. Структура мови здатна визначати можливі шляхи побудови повідомлень, часом нав'язуючи обов'язкове вживання тих чи інших форм. Але в той самий час мовна форма висловлювання не визначає однозначно зміст висловлювання, що виводиться на основі інтерпретації значень його складових одиниць, а служить лише вихідною базою для розуміння глобального сенсу. Один і той самий зміст може бути виведений з різних мовних структур, і, навпаки, одна й та сама структура може слугувати основою для формування і розуміння різних повідомлень.

Прагматичні проблеми перекладу невід'ємно пов'язані з жанровими особливостями оригіналу. З істотними труднощами при передачі прагматичного потенціалу оригіналу стикаються перекладачі художньої літератури. Прагматичний аспект при перекладі художніх творів відіграє істотну роль, так як він разом з іншими компонентами перекладу багато в чому визначає адекватність самого перекладу.

Сприйняття або несприйняття будь-якої інформації залежить від екстралінгвістичних знань. Будуючи повідомлення, відправник завжди стоїть перед вибором, яка інформація повинна бути словесно виражена в тексті, а яка може лише матися на увазі, так як вона повинна бути відома одержувачу. Від правильного підходу, скажімо, до проблеми передачі національного колориту здебільшого залежить вирішення основного питання теорії і практики перекладу – проблеми точності перекладу. Як відомо, існують дві основні стратегії перекладу, в тому числі і художніх творів – це дослівний переклад і вільний переклад. Однак найбільш оптимальним на сьогоднішній день є поєднання точності та творчої свободи. Критерії точності повинні мінятися залежно від стилю, жанру і роду літератури, до якого належить твір в цілому. Художній переклад в значно більшій мірі є творчістю.

Слід також зауважити, що коли мова заходить про переклад літературних творів, перекладач не може не брати до уваги такий фактор, як національна своєрідність першотвору. Національне забарвлення – цілком конкретна особливість літературного твору, яка може бути виражена і більш, і менш яскраво. Виражається вона найчастіше, але, звичайно, не виключно,

або в образах, які найбільш безпосередньо відображають матеріальну обстановку і соціальні умови життя народу (зокрема, в характері і вчинках дійових осіб), або в насиченості ідіоматикою (в широкому сенсі слова).

Національне забарвлення завжди зачіпає цілу сукупність рис в літературному творі, ціле поєднання особливостей, хоча деякі з них можуть бути більш яскраво окреслені, ніж інші. І, звичайно, не існує універсального «прийому» перекладу, який спеціально слугував би для його відтворення: в домені передачі національної своєрідності це ще менш можливо, ніж по відношенню до інших особливостей оригіналу.

Національна своєрідність першотвору нерозривно пов'язана з історією суспільства і з історією народу, що, по суті, має бути складовою частиною екстралінгвістичного багажу будь-якого перекладача. Тому елементи оригіналу, які безпосередньо пов'язані з історією даного народу, так звані історичні реалії, вимагають до себе особливої уваги.

Перекладачу необхідні фонові знання для того, щоб не просто розглядати текст перекладу сам по собі, а й знаходити зв'язки з іншими творами автора, з його творчою особистістю, встановлювати зв'язок між перекладним матеріалом і живою дійсністю, відображеною в даному творі. При перекладі не можна відривати перекладений твір від його національних коренів і пересаджувати його на іноземний ґрунт. Зовні ця тенденція проявляється іноді в дрібницях, які в сукупності можуть повністю змінити колорит твору, і переклад втрачить право називатися перекладом. Наприклад, якщо замінити чайник в руках місіс Хадсон на самовар на столі, а ім'я детектива з Шерлока на Шуріка, то історія сера Артура Конан Дойля вже не буде такою канонічно британською, бо перекладач позбавить її цілої квінтесенції поетонімів, які славно роблять її історією про всесвітньовідомого ерудита, логіка та прототипа будь-якого детектива.

За словами Белінського, близькість до оригіналу полягає в передачі не букви, а духу твору (Строганов, 2010). Кожна мова має свої засоби, особливості та властивості, які характерні лише для неї. Щоб правильно передати образ або фразу, іноді в перекладі їх потрібно абсолютно змінити. Відповідний образ так само, як і відповідна фраза, полягає не завжди у видимому протиставленні слів.

Стиль і жанр, особливості творчої особистості письменника, тобто контекст в найширшому сенсі слова, повинні обов'язково враховуватися при перекладі навіть самого крихітного фрагменту твору. Перекладач повинен використовувати всі свої фонові знання, щоб зрозуміти та зберегти художні якості прози, яка ним перекладається. Для цього важливо позбутися штучності і натягнутості. Переклад повинен звучати як оригінальний твір, щоб читач не міг відрізнити текст перекладу від оригіналу.

Крім того, відтворення першотвору нерозривно пов'язане з поглибленим його розумінням. Без знання життя, соціального середовища, історичної епохи не можна створити художнього перекладу. А, відповідно, без глибокого розуміння першотвору неможливо створити правильного, точного перекладу, так саме, як і не буде правильним і точним переказ, який не передавав би національної своєрідності оригінального тексту.

Лінгвістичним втіленням національного колориту є фразеологічні одиниці, до складу яких входять прислів'я і приказки. Ці синтаксичні одиниці завжди володіють яскравим стилістичним забарвленням, тим самим надаючи тексту національний присмак. Для передачі матеріалу такого роду в першу чергу необхідно залучати фонові знання, так як переклад фразеологізмів, насамперед, залежить від позамовного контексту. Наприклад, без знань про те, що в межах англійського лінгвокультурного простору старим дівам судилося няньчити мавп в пеклі, неможливо коректно перекласти фразу «*to lead apes in hell*».

При перекладі прислів'їв і приказок слід остерігатися того, щоб укладені в англійських еквівалентах образи не суперечили контексту твору перекладу. Наприклад, якщо в російській повісті, скажімо, з побуту поміщиків минулого століття, зустрінеться приказка «*стрелять из пушек по воробьям*», її в жодному разі не можна перекласти як «*to crack a nut with a steam-hammer*», оскільки екстралінгвістичний багаж перекладача повинен підказати йому, що паровий молот є чужим всьому контексту відображеному в повісті середовища. В деяких випадках, коли контекст підказує збереження колориту, слід перекласти фразеологічну одиницю дослівно і дати перекладацький коментар.

Одним із головних лінгвістичних явищ, для роботи з якими перекладач спирається на свої екстралінгвістичні знання, є реалії. У Л. Н. Соболева терміном «реалія» позначаються побутові і специфічні національні слова і звороти, що не мають еквівалентів у побуті, а отже, і в мовах інших країн, та слова з національного побуту, яких немає в інших мовах, тому що немає цих предметів і явищ в інших країнах (Соболев, 1955).

В реаліях найбільш наочно проявляється близькість між мовами і культурою: поява нових реалій в матеріальному і духовному житті суспільства веде до їх номінації в мові, причому час появи неологізму можна встановити досить точно. Так, лексика чуйно реагує на всі зміни суспільного життя.

В порівнянні з іншими словами, відмінною рисою реалії є характер її предметного змісту, тобто тісний зв'язок предмета, поняття, явища з народом, країною з одного боку, і історичним відрізком часу – з іншого. Звідси випливає, що реаліям притаманний відповідний національний колорит, який робить з нейтральної одиниці «національно-забарвлену» реалію. Колорит –

це та забарвленість слова, якої воно набуває завдяки приналежності його референта до даного народу, певної країни або місцевості, конкретної історичної епохи (Іванілова, 2017).

Перекладач та носії мов оригіналу і перекладу будуть сприймати реалію по-різному. Звичайно, найпростіше буде зрозуміти її зміст носію мови оригіналу, який в силу своєї заглибленості в мовне та культурне середовище не має жодних труднощів в декодуванні інформації, закладеної в текст автором вихідного тексту (за умови, що ця людина має достатній життєвий досвід та екстралінгвістичний багаж). На відміну від носія іноземної, носій мови перекладу може зовсім не зрозуміти денотативного та конотативного значень реалії, бо в його картині світу відсутній концепт, який описується тією чи іншою лексичною одиницею на позначення реалії. Його фонових знань може бути недостатньо для розуміння культурного контексту або національного забарвлення, тому йому необхідно скористатися допомогою посередника міжмовної комунікації, яким виступає перекладач-білінгв.

Екстралінгвістичні знання перекладача повинні охоплювати не тільки інформацію про культуру, зумовлену його рідною мовою, а й факти про позамовну дійсність країни або місцевості, мовою якої користується автор оригіналу. І чим ширші ці знання, тим більше реалій перекладач зможе побачити в іншомовному тексті. Коли перекладач розуміє, що бачить перед собою семантично і стилістично важливу лексичну одиницю, він зможе передати її тими засобами мови перекладу, які досягнуть найкращого результату в передачі повідомлення автора першотвору.

Найчастіше до реалій відносять слова (*майовка, декабристы, щи, пятак*), лексичні одиниці і словосполучення, які семантично рівні слову (*белый террор, красный террор, нечистый дух, белый билет*). Говорячи про фразеологічні одиниці, потрібно сказати, що реаліями вважаються як звичайні стійкі словосполучення всіх типів (ідіоми, прислів'я, приказки), так і фразеологічні одиниці, складовим компонентом якого є реалія (*...калачом не выманишь, ... и ешь его с кашей, не все коту Масленица*) (Іванілова, 2017).

Переклад безеквівалентної лексики в цілому і реалій зокрема, є умовним поняттям у словниковому порядку, тобто, дуже часто неможливо підібрати прямі лексичні відповідники, зафіксовані в словнику. Як правило, значення такої лексики передається за допомогою контексту. Незважаючи на це немає такого слова, яке не могло б бути перекладеним на іншу мову хоча б описово, тобто поширеним сполученням слів даної мови.

Способи передачі реалій зводяться до двох основних шляхів:

- перекладацької транслітерації і транскрипції (наприклад, реалії *большевик, меньшевик* перекладаються як *Bolshevik* і *Menshevik* відповідно; *водка* перекладається як *vodka*, а *Большой* (театр) – *the Bolshoi*);

- використання власних семантичних ресурсів мови перекладу для передачі значення реалії (наприклад, *шляйка* ‘stray mongrel’, *МСПО* ‘MSFS’ (Moscow State Food Stores), *двадцативенный* ‘twenty kopecks-worth’, *домоуправление* ‘management committee of the block of flats’, *ростбиф* ‘a chunk of underdone roast beef’, *примус* ‘kerosene stove’.

Вибір способу перекладу безеквівалентної лексики та реалій зокрема залежить від характеру тексту, від значимості реалії в контексті, від характеру самої реалії, її місця в лексичних системах вихідної мови та мови перекладу. Самі мови, які беруть участь у процесі міжкультурної комунікації, мають важливе значення, особливо в плані їх словотворчих можливостей, їх літературної та мовної традиції. У кожному окремому випадку, покладаючись на контекст, власне чуття і свої фонові знання, перекладач обирає найбільш відповідний шлях передачі безеквівалентної лексики.

Для перекладу реалії перекладач найчастіше вдається до використання семантичних еквівалентів. Наприклад, фраза «*Царство ему небесное*», яка є характерною саме для російської дійсності, була перекладена як «*God rest his soul*», що є аналогічним виразом в англійській мові. Також за допомогою семантичних еквівалентів було перекладено такі суспільно-політичні реалії як *гражданин* ‘citizen’, *господин* ‘gentleman’, *сударыня* ‘madam’, *товарищ* ‘comrade’.

Крім того, перекладачі дуже часто взагалі відмовляються від використання реалій. При цьому, зрозуміло, втрачається національне забарвлення першотвору та відчуття історичної дійсності, часу, в який відбуваються події в тексті оригіналу. Також, в тексті перекладу в багатьох випадках реалії можуть бути змінені на нейтральну лексику, яка передає зміст в цілому, але, одночасно з цим, не здатна повністю відобразити колорит оригінального тексту.

Розглянемо це явище на прикладі повісті М. О. Булгакова «Собаче серце», де ми знаходимо таке речення: «*И вот когда он вылупит из себя мировую революцию, Энгельса и Николая Романова, угнетенных малайцев и тому подобные галлюцинации, а займется чисткой са-раев – прямым своим делом, – разруха исчезнет сама собой*», яке було перекладено таким чином: «*Every one of them needs to hit himself on the back of the head and then when he has knocked all the hallucinations out of himself and gets on with sweeping out backyards – which is his real job – all this "ruin" will automatically disappear*». Очевидно, що всі наявні у першотворі реалії, пов’язані з історичною епохою повісті, відсутні у тексті перекладу.

Немає сумнівів, що професійній перекладач вирішив пожертвувати реаліями, які ілюструють історичну дійсність повісті «Собаче серце», не без вагомої причини. При роботі

з текстом перекладу перед нами повстало питання: чому елементи, надзвичайно важливі з точки зору створення повноцінного та адекватного перекладу, було опущено?

Такий переклад має право на існування і, звичайно, є коректним і адекватним, тому що реалії нерозривно зв'язані з ментальністю народу, який користується мовою оригіналу, з конотативністю і асоціативністю слів, які використовує автор першотвору. Такі реалії, як *мировая революція*, *Энгельс*, *Николай Романов* для російськомовних читачів є символами часу та невід'ємними елементами пост-революційної та радянської дійсності. Їм не треба пояснювати, чому автор називає все це «галлюцинації», вони інтуїтивно відчують, що він мав на увазі. Носію мови оригіналу одразу зрозуміло, що автор натякає на те, як бездумно витрачалися час і ресурси у післяреволюційній Росії. Замість того, щоб займатися власними справами, та відбудувати власну країну після громадянської війни, радянська влада шукала, кому надати допомогу за кордоном (тут «*угнетенным малайцам*»). Для того, щоб передати всю цю інформацію читачеві, який є носієм іншої мови, перекладачу необхідно було б робити величезні примітки. Якщо перекладач залишив би реалії, як вони і були представлені в оригіналі, це був би просто набір слів, не зрозумілий для читачів. Тоді переклад не виконував би свою головну функцію – передачу інформації, а значить його не можна було б вважати адекватним.

Іноді, замість повного ігнорування реалії в іншомовному тексті, перекладач використовує метод родовидової заміни. В тексті першотвору ми маємо речення: «*У нее и верхушка правого легкого не в порядке и женская болезнь на французской почве...*». В даному випадку можна зробити висновок, що мова йде про венеричне захворювання. Для того, щоб зробити сексуальний підтекст даної характеристики менш помітним, перекладач свідомо опускає евфемізм і заміняє його на більш нейтральне «*...she's having her period...*». Тепер не треба робити величезних приміток стосовно характеру загадкової хвороби англomовному читачу. Крім того, в англomовній традиції для опису цієї хвороби може використовуватися ряд власних евфемізмів, які не мають нічого спільного з Францією.

В цілому, найбільш доцільним способом перекладу реалій в художньому тексті є використання декількох прийомів одночасно для того, щоб отримати повний, проте не перенавантажений текст, максимально наближений до свого семантичного двійника – тексту оригіналу. Виключне використання тільки одного зі способів перекладу реалій може призвести до надлишкової кількості іншомовного словесного матеріалу (транскрибовані або транслітеровані лексичні та синтаксичні одиниці), або до збільшення обсягу тексту (при описовому перекладі). Це також може призвести до втрати національної забарвленості або семантичного збіднення лексичних одиниць. Таким чином, близькість до оригіналу полягає не тільки в передачі форми тексту, а в максимальному відтворенні духу твору.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Іванілова В. О. Структурні та семантичні особливості реалій на матеріалі повісті М. О. Булгакова «Собаче серце». Типологія мовних значень у діахронічному та зіставному аспектах. Вінниця, 2017. Вип. 33–34. С. 68–77.
2. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. Учебное пособие. М. : ЭТС. 2002. 424 с.
3. Пособие по переводу русской художественной прозы на английский язык. М. : Издательство литературы на иностранных языках, 1956. 146 с.
4. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода. Дополнения и комментарии Д. И. Ермоловича. М. : Р. Валент, 2004. 240 с.
5. Соболев Л. Н. О переводе образа образом. М.: Вопросы художественного перевода, 1955. 293 с.
6. Строганов М. В. Словарь филологических терминов В. Г. Белинского. Тверь, 2010. 444 с.
7. Федоров А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы). М. : Издательский Дом «Филология три», 2002. 416 с.
8. Фененко Н. А. Две стратегии перевода реалій. Вестник ВГУ. 2009. № 1. С. 121.
9. Черноватий Л. М., Карабан В. І. «Олександр Фіекель – забутий теоретик українського перекладознавства». Вінниця: Нова книга, 2007. 440 с.
10. Якобсон Р. Про лінгвістичні аспекти перекладу. В кн.: Питання теорії перекладу в зарубіжній лінгвістиці. М. : Міжнародні відносини, 1978.
11. Cary, E. (1986) Comment faut-il traduire? Lille.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

12. Булгаков М. А. Собачье сердце: повести. СПб. : Азбука, Азбука-Аттикус, 2015. 256 с.
13. Bulgakov, M. (2001) Heart of a Dog, edited by Avril Pyman. Bristol Classical Press.

***Viktoriiia Ivanilova* REALIAS IN LITERARY TEXT: TO TRANSLATE OR NOT TO TRANSLATE**

The article is dedicated to the study of the connections between the reproduction of semantic and cultural peculiarities of the original text during the translation process. The translation process itself is examined from the linguistic point of view, with particular attention paid to the pragmatic, culturological and sociolinguistic aspects of translation. The purpose of the article is to consider possible ways of translating the realias and expediency of their implementation in the text written in a foreign language. The relevance of the topic of the research is justified by the fact that the creation of an adequate translation is the most important task of the translator, and without full understanding of extralinguistic factors it is impossible to fully reproduce the essence of the original text in the text of translation. Abstracts from the novel by M. O. Bulgakov “Heart of a Dog” are used as illustrative material for the article. The conclusion of the article is that the most practical way of translating realities in the literary text is to use several techniques simultaneously, if the transfer of the realities is expedient, or its complete omission, if the unit does not play a significant role in conveying of the content of the original text. The study examines closely such problems of the theory of translation as the analysis of culture-specific vocabulary and the reproduction of the author's style and national originality in the process of translation. The result of the research may be used in translation studies researches as well as in the relevant linguistic university courses.

Keywords: translation, translation studies, communication, speech act, background knowledge, extralinguistic material, non-equivalent vocabulary, culture-specific vocabulary realia, extralinguistic material.

Іванілова В.О.

Реалії в художньому тексті: перекласти не можна опустити

Vitae

Viktorii Ivanilova

Assistant at the Theory and Practice of Translation Department, Faculty of Foreign Languages,
Vasyl' Stus Donetsk National University, Ukraine.

Correspondence: v.ivanilova@donnu.edu.ua

Стаття надійшла до редакції 03.12.2018

DOI 10.31558/2075-2970.2018.35-36.9
УДК 81`42:811.112.2

© А. В. Ізмалкова
(Вінниця)

МОВНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ТАКТИКИ «АКЦЕНТУВАННЯ УВАГИ НА ПОТРЕБАХ ПОКУПЦЯ» В РЕКЛАМНОМУ ДИСКУРСІ

Стаття присвячена дослідженню мовних засобів вираження комунікативної тактики «акцентування уваги на потребах покупця» як однієї з тактик реалізації комунікативної стратегії маніпуляції в рекламному дискурсі на прикладі рекламних текстів автомобілів німецькою та англійською мовами. Метою дослідження є виявлення структурних та комунікативних особливостей текстів реклами автомобілів німецькою та англійською мовами. Специфіка досліджуваної теми передбачає застосування контекстуально-інтерпретаційного та прагматичного аналізу тексту для встановлення мотивів і цілей автора рекламних текстів, а також оцінки ефективності впливу обраної комунікативної тактики на реципієнта; контент-аналізу для виявлення частоти використання окремих мовних засобів. У результаті дослідження були виділені та охарактеризовані структурні та комунікативні особливості текстів реклами автомобілів німецькою та англійською мовами, зокрема були проаналізовані лексичні, синтаксичні та стилістичні засоби, характерні для тактики «акцентування уваги на бажаннях покупця» при реалізації стратегії маніпуляції.

Ключові слова: комунікативна стратегія, комунікативна тактика, рекламний дискурс, рекламний текст, мовна маніпуляція, потреби

Протягом багатьох століть реклама супроводжує людину в усіх сферах її життя. Вважається, що реклама виникла ще в античні часи як один з видів масової комунікації та слугувала інструментом масового розповсюдження інформації задля регулювання суспільних відносин та координації діяльності суспільства на етапі урбанізації (Ученова, 1999, с. 18–19).

Переломним моментом в історії розвитку реклами стала середина XIX століття, коли на фоні масового виробництва товарів в європейських країнах почало формуватися суспільство споживання, а реклама стала невід'ємною частиною маркетингу (Ученова, 1999, с. 110–136).

У сучасному суспільстві реклама відіграє роль зручного інструмента, який виконує широкий спектр завдань: від інформування та впровадження певних політичних, релігійних, культурних думок та ідей у свідомість суспільства до сприяння збуту товарів, створення попиту на товар або послугу та отримання прибутку. Через це в останній час інтерес до вивчення реклами, а разом з нею і рекламного дискурсу, особливо його маніпулятивних властивостей, постійно зростає.

Реклама виступає об'єктом дослідження багатьох наук, таких як лінгвістика, соціологія, психологія, культурологія, економіка та ін. З лінгвістичної точки зору реклама та рекламний дискурс досліджується низкою багатьох науковців. Н. Яніх розглядає особливості планування

та модель рекламної комунікації, аналізує тексти реклами німецькою мовою на рівні лексики, синтаксису, граматики та фразеології, зв'язок тексту та зображення в рекламі. Г. Майєрс досліджує зв'язок мови тексту з їх соціальним контекстом, Г. Кук аналізує дискурс рекламних оголошень англійською мовою з точки зору як мови, так і контексту комунікації; Х. Кафтанджиєв досліджує лінгвістичні та екстралінгвістичні особливості заголовків та основних текстів реклами, а також розкриває поняття рекламної стратегії та тактики. Однак, незважаючи на популярність цієї теми, в наукових роботах досі відсутнє чітке розділення комунікативних стратегій і тактик, що використовуються при реалізації рекламного дискурсу, а також недостатнім є дослідження лексичних, синтаксичних та стилістичних засобів, характерних для тієї чи іншої комунікативної тактики, що обумовлює новизну цього дослідження.

Метою статті є виявлення структурних та комунікативних особливостей текстів реклами автомобілів німецькою та англійською мовами в рамках «тактики акцентування уваги на потребах покупця» як однієї з тактик комунікативної стратегії маніпуляції.

Для досягнення цієї мети були поставлені такі **завдання**:

- 1) вивчити комунікативні особливості тактики акцентування уваги на потребах покупця;
- 2) скласти корпус текстів реклами автомобілів, в яких використовується стратегія акцентування уваги на потребах покупця;
- 3) проаналізувати структуру рекламних текстів;
- 4) виділити та розглянути особливості лексичних одиниць, характерних для тактики «акцентування уваги на потребах покупця»;
- 5) дослідити синтаксичні взаємозв'язки в рекламі;
- 6) проаналізувати стилістичні засоби, використані в рекламних текстах автомобілів.

Об'єктом дослідження є тексти реклами автомобілів німецькою та англійською мовами.

Предметом дослідження є мовні засоби вираження тактики «акцентування уваги на потребах покупця» при реалізації комунікативної стратегії маніпуляції в рекламі автомобілів на лексичному, синтаксичному та стилістичному рівнях.

Матеріалом дослідження стали 60 текстів реклами автомобілів німецькою мовою (17 540 знаків) та 60 текстів англійською мовою (15 889 знаки) з журналів «Der Spiegel», «Focus», «Stern» та ін. (німецькою мовою) та «The Economist», «NewStatesman» та ін. (англійською мовою) за період 2014–2017 років.

У сучасному суспільстві з перенасиченим схожими за якостями товарами ринком перед рекламістом постає потреба завоювати інтерес споживача. Найчастіше це відбувається шляхом встановлення зв'язку між певними суспільними цінностями, які викликають позитивні

емоції у реципієнта, та придбанням товару (Janich, 2012, с. 229–230). Реклама повинна не просто звертати увагу на товар, а схилити реципієнта до думки про його беззаперечну важливість для вдоволення тієї чи іншої потреби та спонукати до купівлі (Гулак, 2004, с. 11–19).

Сприйняття людини сильно залежить від суб'єктивних очікувань. Чим важливіше щось для особи, тим з більшою вірогідністю вона зверне на це увагу (Spieß, 2008, с. 2–3). З огляду на це проводиться аналіз потреб людини, що стає основою рекламного тексту. В разі, якщо такі потреби відсутні, ілюзія невдоволення потреби створюється штучно за допомогою певних рекламних технік, після цього увага акцентується на можливості задовольнити потребу реципієнта за допомогою придбання рекламованого товару. Ілюзія невдоволення потреби і є поштовхом до дії, мотивом купівлі (Kirchler, 1999, с. 227–228; Попова, 2002, с. 281).

Для виділення окремих підходів, які використовуються при складанні рекламних текстів, необхідно чітко розділити потреби людини. Найбільш вживаною є класифікація потреб людини за пірамідою Маслоу, у якій найважливішими є фізичні потреби (дихання, їжа, сон і т. ін.), що знаходяться в основі піраміди, за ними йдуть потреба в безпеці, соціальні потреби, потреба в повазі та потреба в самореалізації (на вершині піраміди). Згідно з точкою зору А. Х. Маслоу в першу чергу людина задовольняє потреби, які знаходяться в основі піраміди, і лише тоді, коли вони повністю задовільнені, переходить до наступної категорії потреб. Так, наприклад, людина починає прагнути задовольнити свою потребу в безпеці лише тоді, коли в неї задовільнені всі фізичні потреби (Maslow, 1970, с. 35–46, 97–98).

Говорячи про рекламу, необхідно також враховувати, що для кожного окремого товару актуальним буде окремий набір потреб. Таким чином, фізичні потреби не будуть актуальними для реклами автомобіля. Однак слід враховувати, що, з одного боку, чим нижче за пірамідою знаходяться потреби, тим більший ефект вони будуть мати на реципієнта, але, з іншого боку, якщо певні потреби вже задовільнені, реципієнт може взагалі не сприйняти рекламу, яка намагається актуалізувати такі потреби. Тому при складанні реклами важливо спочатку визначити цільову аудиторію та актуальні для них потреби.

На сьогоднішній день автомобіль для суспільства став не просто поєднанням технічних елементів, яке слугує для переміщення людей, але й предметом гордості його власника. Окрім прямих функцій автомобіля споживач очікує отримати від нього такі додаткові суспільні переваги, як вираження своєї індивідуальності, демонстрацію свого статусу через статус автомобіля, повагу інших осіб тощо. Не менш важливим очікуванням від автомобіля також вважається безпека та надійність.

Для актуалізації в реципієнта певної потреби використовується тактика “акцентування уваги на потребах покупця”. Враховуючи вищезазначені очікування, в ході дослідження рек-

лами автомобілів німецькою та англійською мовами в рамках тактики “акцентування уваги на потребах покупця” були виділені такі підходи до створення рекламного тексту:

1) акцентування уваги на високому статусі автомобіля, який реалізує потреби людини в повазі та самореалізації;

2) акцентування уваги на безпеці та надійності, які реалізують потребу людини в безпеці;

Оскільки автомобіль часто вважається предметом розкоші, акцентування уваги на його високому статусі можна назвати одним з найдієвіших, а тому найрозповсюдженіших підходів до складання рекламного тексту. Такий підхід вказує реципієнту на можливість реалізувати потреби в повазі та самоствердженні шляхом придбання рекламованого автомобіля.

З лінгвістичної точки зору акцентування уваги на високому статусі автомобіля знаходить вираження на лексичному, стилістичному та синтаксичному рівнях. Головну роль при цьому відіграють лексичні засоби (такі як прикметники, іменники, словосполучення тощо, які вказують на неповторність, вишуканість, статусність автомобіля), напр.:

нім. *Das Beste kennt keine Alternative. Die neue C-Klasse. Ab 15. März bei ihrem Mercedes-Benz Partner. Souverän im Auftritt. Einzigartig im Details. Die neue C-Klasse überzeugt nicht nur mit ihrem sportlichen Design in effizienter Leichtbauweise, sondern auch durch zahlreiche innovative Assistenzsysteme – sowie einen großzügigen, luxuriös gestalteten Innenraum, der den Maßstab ihrer Klasse neu definiert.* (Der Spiegel № 11, 2014) ‘Краще не знає альтернатив. Новий С-клас. З 15 березня у Вашого партнера Mercedes-Benz. Незрівнянний за зовнішнім виглядом. Унікальний у деталях. Новий С-Клас вражає не тільки своїм спортивним дизайном за рахунок ефектної легкої конструкції, але й численними інноваційними системами допомоги – а також просторим, розкішним дизайном інтер’єру, який змінює стандарт свого класу’.

В цьому прикладі для акцентування уваги на статусі автомобіля були використані такі лексичні засоби: субстантивований прикметник *das Beste* ‘краще’, прикметники *souverän* ‘незрівнянний’, *einzigartig* ‘унікальний’, які наголошують на неповторності автомобіля, виділяють його та його власника поміж інших, і таким чином піднімають його престижність, підносять власника автомобіля над іншими; іменникове словосполучення *sportliches Design* ‘спортивний дизайн’, яке створює асоціацію з успішними учасниками автомобільних переговорів і робить ілюзію успішності власника автомобіля; іменникове словосполучення *großzügiger, luxuriös gestalteter Innenraum* ‘просторий, розкішний дизайн інтер’єру’, яке підкреслює гарний, престижний зовнішній вигляд рекламованого товару. Усі вищевказані характеристики, на думку потенційного покупця, повинні підвищити рівень поваги до нього.

Окрім того, в прикладі зустрічається іменник *Design* ‘дизайн’, запозичений з англійської мови, та іменник *Details* ‘деталі’, запозичений з французької мови. Іншомовні слова відігра-

ють особливу роль у рекламі, оскільки вони носять іміджевий характер, роблять продукт більш інтернаціональним і модним в очах реципієнта. Однак слід враховувати, що залежно від рівня володіння реципієнтом іноземною мовою іншомовна лексика може викликати різні асоціації, що може привести до неправильного розуміння тексту або взагалі відсутності його розуміння (Janich, 2012, с. 40). При цьому використання іншомовної лексики в німецькій мові зустрічається частіше, ніж в англійській. Це може бути пов'язано з тим, що англійська мова є міжнародною, тому її використання в таких мовах, як німецька – це дуже розповсюджене явище.

У англійській рекламі *Ford SYNC 3* використовуються прикметники, які вказують на ексклюзивність деталей автомобіля (*exclusive* ‘ексклюзивний’, *unique* ‘унікальний’, *premium* ‘елітний’), а також прикметник *leather* ‘шкіряний’. Використання назв дорогих матеріалів (*leather* ‘шкіра’, *gold* ‘золото’, *silver* ‘срібло’ тощо) розповсюджене в англійській рекламі, на відміну від німецькомовної:

англ. ... *Exclusive alloy wheels*

Unique vignale styling

Premium leather seats (NewStatesman 21–27 Oct 2016)

‘Ексклюзивні диски

Унікальний стиль Vignale

Елітні шкіряні сидіння’.

Також в англійській рекламі був знайдений ряд рекламних текстів з використанням слова *luxury* ‘розкіш’.

англ. *Time to redefine luxury.*

The All New Genesis. (The Economist Dec 6–12 2014)

‘Час надати нове визначення розкоші.

Новий *Genesis*’.

англ. *DESIGNED TO GIVE YOU THE LUXURY OF TIME (New Statesman 13–19 Nov 2015)*

‘Створений для того, щоб надати Вам розкіш часу’.

У рекламі *FORD MONDEO* акцент зроблено на витонченому дизайні автомобіля за допомогою таких лексичних засобів, як: іменники (*style* ‘стиль’, *sophistication* ‘витонченість’, *head-turner* ‘той, що звертає на себе увагу’), іменникові словосполучення (*sleek curves* ‘витончені вигини’, *bold lines* ‘сміливі лінії’, *elegant interior* ‘елегантний інтер’єр’), прикметники (*sophisticated* ‘витончений’, *refined* ‘покращений’):

англ. *Style with sophistication.*

ALL-NEW FORD MONDEO

Ford Dynamic LED Headlights

Ізмалкова А. В.

Мовні засоби вираження тактики «акцентування уваги на потребах покупця» в рекламному дискурсі

Sleek curves, bold lines and an elegant interior - the All-New Mondeo is quite a head-turner.

But it isn't just the looks that are refined: the technology you'll find inside is equally sophisticated... (NewStatesman 28 Nov – 4 Dec 2014)

‘Витончений стиль.

НОВИЙ FORD MONDEO

Динамічні світлодіодні фари Ford.

Витончені вигини, сміливі лінії та елегантний інтер’єр – новий Mondeo справді звертає на себе увагу.

Але покращений не тільки зовнішній вигляд: технологія, яку Ви знайдете всередині також витончена...’.

Для актуалізації в реципієнта потреби в безпеці в англійській мові використовується повторення таких лексичних засобів, як іменники *safety* ‘безпека’ та *convenience* ‘впевненість’, а також дієслово *protect* ‘захищати’ та прикметник *safe* ‘безпечний’, напр.:

англ. ...*The new Tucson is all about change. It's the all-new compact SUV that overtakes the status quo with its all-round excellence. Thoroughly rewarding drivability, unrivalled interior space, and advanced technologies that extend safety, convenience and passenger comfort... (The Economist Oct 10–16 2015)* ‘новий Tucson – це, перш за все, зміни. Це абсолютно новий компактний позашляховик, який випереджає статус кво своєю всебічною досконалістю. Відмінна керуваність, неперевершений інтер’єр і передові технології, які підвищують безпеку, впевненість і комфорт пасажирів...’.

англ. ALL-NEW FORD MONDEO (...)

Take the rear seatbelts with built-in airbags that give your passengers unprecedented protection... (NewStatesman 28 Nov – 4 Dec 2014).

‘АБСОЛЮТНО НОВИЙ FORD MONDEO

Скористайтесь заднім ременями безпеки з вбудованими подушками безпеки, які надають Вашим пасажирам безпрецедентний захист’.

В німецькій мові з метою акцентування уваги на безпеці використовують повторення іменника *Sicherheit* ‘безпека’, напр.:

нім. *Durch modernste Assistenzsysteme sind Sie dabei immer mit erhöhter Sicherheit und größtem Komfort unterwegs... (Vogue, April 2015)* ‘З новими системами допомоги Ви завжди знаходитесь у підвищеній безпеці з великим комфортом в дорозі...’

Лексичні засоби можуть також бути використані в складі стилістичних (метафори, гіперболи і т. ін.) або синтаксичних (однослівні, односкладні речення, парцеляція, еліпсис) засобів для посилення акценту на них, напр.,

нім. *Das neue BMW 2er Coupé: Fahrfreude verdichtet. Das Original ist zurück. Im neuen BMW 2er Coupé leben die Gene des legendären BMW 2002 weiter. Kompromisslos sportlich. Dynamisch desigt. Entdecken Sie ehemalige Präzision und intensive Emotionen. Erleben Sie das neue BMW 2er Coupé und finden Sie ihre eigenen zwei Worte. (Der Spiegel № 13, 2014)* ‘Новий BMW Coupé 2 серії: Із задоволенням за кермом. Оригінал повернувся. В новому BMW Coupé 2 серії живуть гени легендарного BMW 2002. Безкомпромісно спортивний. Має динамічний дизайн. Відкрийте для себе колишню точність і інтенсивні емоції. Спробуйте новий BMW Coupé 2 серії та знайдіть для себе власні два слова’.

У поданому рекламному тексті німецькою мовою для забезпечення більш інтенсивного ефекту від тактики «акцентування уваги на потребах покупця» та кращого сприйняття лексики, що вказує на високий статус автомобіля, застосовуються такі мовні засоби: стилістичні (метафора *leben die Gene des legendären BMW 2002 weiter* ‘живуть гени легендарного BMW 2002’, яка вказує на те, що марка автомобіля має свою давню історію, що, з одного боку, викликає більше довіри, а, з іншого боку, піднімає статус автомобіля в очах реципієнта), синтаксичні (неповні речення *Kompromisslos sportlich. Dynamisch desigt.* ‘Безкомпромісно спортивний. Має динамічний дизайн’).

У наступному прикладі за основу була взята відома споживачу з дитинства казка про Білосніжку:

нім. *Spieglein, Spieglein an der Wand.*

Kein Märchen: Ob Leser oder renommierte Jury, am Ende gewinnt immer der Schönste. So wie der Mazda2 beim Goldenen Lenkrad, dem Red Dot Design Award und der Design Trophy... (Cosmopolitan 11.2015)

‘Любе дзеркальце, скажи.

Це не казка: будь то читач або престижне журі, зрештою, завжди виграє найгарніший. Так само, як і Mazda2 у Золотому кермі, Red Dot Design Award та Design Trophy...’

Білосніжка виділялась з-поміж інших своєю неповторною красою, яка стала предметом заздрості її мачухи. Тут слід зазначити, що цей рекламний текст був опублікований в журналі *Cosmopolitan*, орієнтованому на жінок, для яких краса вважається одним з найважливіших критеріїв для досягнення успіху у соціальних відносинах. Використовуючи крилатий вислів *Spieglein, Spieglein an der Wand* ‘Любе дзеркальце, скажи’ автори реклами порівнюють автомобіль Mazda з Білосніжкою, роблячи натяк на те, що інші власники автомобілів будуть заздрити його красі, додаючи впевненості власниці рекламованого автомобіля та задовольняючи її потребу в повазі та самоствердженні. Окрім того, в цьому рекламному тексті використана гіпербола *gewinnt immer der Schönste* ‘завжди виграє найгарніший’.

Ізмалкова А. В.

Мовні засоби вираження тактики «акцентування уваги на потребах покупця» в рекламному дискурсі

В тексті реклами автомобіля *BMW* англійською мовою використані такі стилістичні засоби: стійкий вислів *easy on the eye* ‘приємний для ока’, анафора *Easy on the eye. Easy on your tax return.* ‘Приємний для ока. Приємний для Вашого податкового звіту.’

англ. *Easy on the eye. Easy on your tax return. (New Statesman 20–26 Nov 2015)* ‘Приємний для ока. Приємний для Вашого податкового звіту.’

У наступній рекламі автомобіля *BMW* для більшого виділення прикметників, які наголошують на першокласному вигляді автомобіля, був використаний такий стилістичний засіб, як неповні речення:

англ. *The graceful sweep of a low, stretched roofline, the muscular stance of a stylish Coupe', with the practicality of five doors. Coupe'. Striking to look at but practical for company car drivers with CO₂ emissions as low as 106 g/km...* (*New Statesman 18 Dec 2015 – 7 Jan 2016*) ‘Граціозний розмах низької, розтягнутої лінії даху, мускулиста посадка стильного *Coupe'* з практичністю п'яти дверей. *Coupe'*. Вражаючий за зовнішністю, але практичний для водіїв автомобілів компанії з викидами CO₂ до 106 г/км...’

Аналіз текстів реклами автомобілів німецькою та англійською мовами показав, що актуалізація потреби в безпеці використовується відносно рідко (10 % реклами англійською мовою (6 текстів з 60) та 3 % реклами німецькою мовою (2 тексти з 60)), при цьому актуалізація потреб в повазі та самостверженні через акцентування уваги на високому статусі, зовнішньому вигляді та унікальності автомобіля використовується в 33 % реклами німецькою мовою (20 текстів з 60) та 45 % реклами англійською мовою (27 текстів з 60). Таке рідке використання актуалізації потреби в безпеці може бути пов'язане з тим, що у сучасному світі потреба в безпеці у людей, які можуть дозволити собі купити автомобіль, вже задовільнена та в більшості випадків не буде досягати потрібного ефекту.

В результаті аналізу частоти використання мовних засобів вираження тактики «акцентування уваги на потребах покупця» при реалізації стратегії маніпуляції в німецькій мові було виявлено 88 одиниць мовних засобів, що характерні для цієї тактики. З них 70,45 % лексичних засобів, що підвищують статус автомобіля (23,86 % слів іншомовного походження (21 одиниця), 14,77 % іменників (13 одиниць), 12,5 % словосполучень (11 одиниць), 12,5 % прикметників (11 одиниць), 4,55 % субстантивованих прикметників (4 одиниці)); 2,27 % лексичних засобів, що наголошують на безпеці автомобіля (2 одиниці); 11,36 % стилістичних засобів (10 одиниць), 15,91 % синтаксичних засобів (14 одиниць).

В англійській мові тактика «акцентування уваги на потребах покупця» виражена за допомогою 110 мовних одиниць, з них 65,46 % лексичних засобів, що підвищують статус авто-

мобіля (26,36 % прикметників (29 одиниць), 21,82 % іменників (24 одиниці), 12,73 % словосполучень (14 одиниць), 2,73 % слів іншомовного походження (3 одиниці), 0,91 % дієслів (1 одиниця), 0,91 % прислівників (1 одиниця)); 8,18 % лексичних засобів, що наголошують на безпеці автомобіля (5,45 % іменників (6 одиниць), 1,82 % іменникових словосполучень (2 одиниці), 0,91 % прикметників (1 одиниця)); 11,82 % стилістичних засобів (12 одиниць), 15,45 % синтаксичних засобів (16 одиниць).

Таким чином, під час дослідження текстів реклами автомобілів німецькою та англійською мовами були виявлені такі структурні та комунікативні особливості: стратегія маніпуляції в рекламі автомобілів за допомогою тактики акцентування уваги на потребах покупця реалізується, головним чином, на лексичному рівні. Найбільшу роль відіграє лексика, що підкреслює позитивний імідж автомобіля, його високий статус і унікальність, які обіцяють реципієнту вдоволення його потреб у повазі та самоствердженні (напр., прикметники: нім. *elegant* ‘елегантний’, *luxuriös* ‘розкішний’, *einzigartig* ‘неповторний’ / англ. *graceful* ‘граціозний’, *elegant* ‘елегантний’, *stylish* ‘стильний’, *sports* ‘спортивний’; іменники: нім. *Ideallinie* ‘ідеальна лінія’, *Stil* ‘стиль’, *Design* ‘дизайн’ / англ. *luxury* ‘розкіш’, *exclusivity* ‘ексклюзивність’, *sophistication* ‘витонченість’ і т. ін.). При цьому синтаксичні та стилістичні засоби грають допоміжну роль. Синтаксичні засоби, роблячи акцент на певній ділянці тексту, звертають увагу реципієнта на певні лексичні засоби (напр., неповні речення: нім. *Souverän im Auftritt*. ‘Незрівнянний за зовнішнім виглядом’ / англ. *Breathtaking by design*. ‘Захоплюючий дизайн’). Стилiстичні засоби слугують для кращого запам’ятовування рекламного тексту (напр., нім. гіпербола *Das Beste kennt keine Alternative* ‘Краще не знає альтернатив’, анафора *Mach es besser. Mach es mit Stil*. ‘Роби це краще. Роби стильно’, англ. анафора *Easy on the eye. Easy on your tax return*. ‘Приємний для ока. Приємний для Вашого податкового звіту’, метафора *Lincoln MKZ (...) wears a refreshingly bold look on its face* ‘Lincoln MKZ (...) має освіжаюче сміливий вигляд’).

До перспектив подальших досліджень може належати зіставний аналіз особливостей рекламного дискурсу в німецькій, українській та англійській мовах, а також дослідження структурних та комунікативних особливостей інших тактик, за допомогою яких реалізується стратегія маніпуляції.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гулак Т. В. Ценностные структуры современного рекламного дискурса (на материале российской коммерческой и политической рекламы): дисс. ... канд. филол. наук. Харьков, 2004. 103 с.
2. Ученова В. В., Старых Н. В. История рекламы. М.: ЮНИТИ, 1999. URL: http://inpiskr.ucoz.ru/_ld/0/14__-_.pdf (дата обращения: 09.01.2019).

3. Попова Е. С. Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте. Известия Уральского государственного университета. Екатеринбург, 2002. № 24. С. 276–288.
4. Janich, N. (2012) Werbekommunikation pragmatisch. Handbuch Werbekommunikation. Sprachwissenschaftliche und interdisziplinäre Zugänge. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag GmbH & Co. KG,=. 508 S.
5. Kirchler, E. (1999) Wirtschaftspsychologie. München: Psychologie Verlags Union. 450 S.
6. Maslow, Abraham H. (1970) Motivation and Personality. New York: Harper & Row,=. 369 S.
7. Spieß, E. (2008) Psychologische Aspekte der Werbung. Werbung und Werbesprache: eine Analyse im interdisziplinären Kontext / Béatrice Dumeche (Hrsg.). Pro lingua; 40 Wilhelmsfeld: Egert. 341 S.

***Anna Izmalkova* LANGUAGE MEANS TO EXPRESS THE COMMUNICATIVE TACTIC OF “FOCUSING ON PURCHASER’S NEEDS” IN ADVERTISING DISCOURSE**

The relevance of the study lies in the increased interest in researching advertisements, as well as its manipulative features. The study of the communicative aspects of advertising attracted the attention of many linguists (N. Janich, G. Cook, G. Myers, H. Kaftanjiev etc.). However, not all aspects of this issue are sufficiently covered in the scientific literature. Despite the popularity of this topic, there is still no clear division of communicative strategies and tactics used to implement advertising discourse, as well as sufficient study of lexical, syntactic and stylistic means significant to each of these tactics in scientific papers.

The purpose of the article is to identify the structural and communicative peculiarities of the texts of automobile advertising in the German and English languages.

Specific of researched subject provides the using of: contextual-interpretative and pragmatic text analysis to point out motives and goals of the advertising texts’ author, as well as to evaluate the efficiency of the chosen communicative tactic’s influence on a recipient; content-analysis to determine the frequency of using of certain language means.

During the conducted research the following structural and communicative features were found: 1) the strategy of manipulation in the automobile advertisements using the tactic of “focusing on purchaser’s needs” is realized mainly on the lexical level; 2) lexical means are the most important, as they emphasize the positive image of the car, its high status and uniqueness, satisfying recipient’s needs for respect and self-esteem; 3) syntactic and stylistic means play a secondary role: syntactic means, focusing on a certain section of the text, draw attention of the recipient to certain lexical means; stylistic means serve for better memorizing of an advertising text.

The methods of the study may be used in studying of the structural and communicative peculiarities of other communicative tactics and strategies, as well as in comparative analysis of the advertising discourse in the German, English and other languages.

Keywords: communicative strategy, communicative tactic, advertising discourse, advertising text, language manipulation, needs

Vitae

Anna Izmalkova

Assistant at the Germanic Philology Department, Faculty of Foreign Languages, Vasyl’ Stus Donetsk National University, Ukraine.

Correspondence: a.izmalkova@donnu.edu.ua

Стаття надійшла до редакції 30.11.2018

DOI 10.31558/2075-2970.2018.35-36.10
УДК 811.124*373

© Т. М. Компанець
(Вінниця)

ВЕРБАЛЬНІ ЗАСОБИ ВТІЛЕННЯ ПРИРОДНИЧОГО ФРАГМЕНТУ АНТИЧНОЇ КАРТИНИ СВІТУ

У статті крізь призму когнітивного підходу досліджуються фрагменти концептуальної та мовної картин світу латиномовного соціуму Давнього Риму. Визначена роль міфологічного світосприйняття як суттєвого чинника концептуалізації природничих реалій. На основі аналізу окремих іменників-дендронімів виявлені особливості мовного членування навколишнього світу відповідно до рівня природознавчих уявлень античних народів. Встановлені лексико-семантичні ознаки латиномовного природничого фрагменту античної картини світу.

Ключові слова: концепт, концептуальна і мовна картини світу, національна ментальність, класичні мови, міфологічна свідомість, лексика, дендроніми.

Актуальність дослідження мовних картин світу віддалених епох зумовлена потребою осмислення рецепції античної спадщини, зростанням інтересу до концептуальних та вербальних моделей картини світу, які переймають на себе функції збереження національної ідентифікації та духовно-культурних пріоритетів. Відповідно лексичний ресурс класичних мов усвідомлюється не тільки як основа античної ментальності та греко-латинських концептів, а і в подальшому сприймається як міцне підґрунтя для сучасних надбань і досягнень.

Метою запропонованої статті є аналіз складників структури мовної картини світу, що відобразилася в латинській природничій лексиці, а саме у дендронімах (назвах дерев), у координатах бачення об'єктивної реальності.

Для досягнення поставленої мети передбачено розв'язання таких **завдань**:

- 1) реконструювати фрагмент первісного стану античної картини світу;
- 2) визначити сутнісні характеристики лінгвістичних основ картини світу, яка перебуває у тісному зв'язку з природознавчими уявленнями стародавніх римлян;
- 3) дослідити семантичні особливості латинських назв вічнозелених дерев, як безпосереднього складника вербальної моделі античної картини світу;
- 4) проаналізувати культурно маркований зміст у семантиці мовних одиниць.

Об'єкт дослідження – латинська природнича лексика як той мовний рівень, який тісно пов'язаний із позамовною реальністю і найдинамічніше відбиває світобачення народу, у тому числі і на віддалених хронологічних зрізах. Увагу зосереджено на тих лексичних одиницях, які визначають специфіку античного мовно-культурного простору й передають ключові по-

няття (концепти) латиномовної картини світу. Таким чином, когнітивна спрямованість назв дерев як засобу імплікації знань про світ, авторські інтенції (тобто інтенції представників народу-носія мови), щодо поданого сегменту лексики, постають **предметом** аналізу.

Основне джерело матеріалу – писемні пам'ятки класичного періоду латинської мови: «Naturalis Historia» («Природнича історія») римського енциклопедиста Плінія Старшого, поеми Вергілія «Bucolica» («Буколіки») та «Georgica» («Георгіки»), а також уривки із прозаїчних і поетичних творів інших латинських авторів на природничу тематику. Враховано дані, які містяться в лексикографічних джерелах (Дворецкий 2000, Totius Latinitatis Lexicon 1858–1875; Ernout, Meillet 1910; Walde 1910). Залучення творів римських письменників дає підстави чіткіше охарактеризувати індивідуально-авторську картину світу, а у словниках різних типів відображена специфіка семантизації концептів, подаються особливості «внутрішньої» форми слова та максимальна вербальна репрезентація концептуальної сфери.

Концепт – одне з ключових понять сучасного мовознавства. Проблеми дефініції концепта були в центрі уваги визначних вітчизняних і зарубіжних лінгвістів: Н. Д. Арутюнної, С. О. Аскольдова-Алексєєва, А. Вежбицької, Л. С. Вигодського, Д. С. Ліхачова, О. О. Потебні, Ю. С. Степанова. У працях більшості учених категорія «концепт» нерозривно пов'язана з поняттям «картина світу», під яким розуміють насамперед глобальний, всеохоплюючий образ світу, який є результатом усієї духовної активності людини. Класичним (з лінгвокультурологічних позицій) стало визначення концепту, запропоноване Ю. С. Степановим: «Концепт – це ніби згусток культури у свідомості людини; те, у вигляді чого культура входить у ментальний світ людини; ... те, через посередництво чого людина сама входить в культуру, а у деяких випадках і впливає на неї, ... той пучок уявлень, понять, знань, асоціацій, який супроводжує слово» (Степанов, 2001, с. 43). Разом з тим зазначимо, що серед мовознавців утвердилася думка про обмежену кількість концептів. Концептами виступають лише ті лексеми, що сприймаються свідомістю як актуальні і знакові, мають велику кількість одиниць для своєї фіксації, відображені у фразеологічному фонді, художніх дефініціях і постають носіями культурної пам'яті народу. Концепт має складну структуру: до неї входить все, що має відношення до структури поняття, а також те, що робить концепт «фактом культури – вихідна форма (етимологія); стисла до основних ознак історія; різноманітні асоціації та оцінки». Отже, концепт являє собою «основний осередок культури у ментальному світі людини» (Степанов, 2001, с. 43).

Людина і природа – дві основні сутності цього світу, що нерозривно пов'язані між собою. Із самого початку все життя і діяльність людини – це пізнання оточуючого світу, взаємодія з природою у всій різноманітності її форм і проявів. Рання архаїка – період, коли навіть у

соціальної структурі визначальне значення мали родові («природні») стосунки, коли людина не відділяла себе від природи і сприймала її саме як природу – всесвіт, універсум. Римський поет Вергілій у поемі «Георгіки», одухотворяючи світ природи, по-філософському стверджував: *Nos natura modos primum dedit, // Sivarum fruticumque viret nemorumque sacrorum* (Verg. Georg. 2.20). ‘Так природой самою устроено, чтобы зеленели, // Всякого рода леса, и кусты, и священные рощи’ (Пер. С. Шервинского) (Вергилий, 1971, с. 78).

Середземноморська флора в античні часи відзначалася багатством і величезним різноманіттям, тому обмежуючи матеріал, в центрі нашої уваги – назви на позначення хвойних вічнозелених дерев, що перебрали на себе статус концептів: сосна, кедр, ялина, тис.

Вічна зелень, хвойність, приємний бальзамічний запах цілої низки дерев втілювали життєдайність, нездоланну силу, символізували вічність, безсмертя, постійність і наполегливість.

Проаналізований лексичний матеріал дає підстави стверджувати, що на позначення не-в’янутих, вічнозелених дерев, трави, кущів у латинській мові не було окремого слова, яке б об’єднало ці природні реалії на основі спільної семантики «вічнозелений». Натомість, серед дериватів, утворених від дієслова *vireo, ere* ‘бути зеленим, зеленіти’ знаходимо партиципціальні утворення *sempervirens, perpetuo virens: cedrus – arbor perpetuo virens* (Forcell., t. 2, p. 129) – ‘кедр – вічнозелене дерево’. Римські автори засвідчують, що на віллах багатих римлян в одному із внутрішніх двориків обов’язково знаходився сад вічнозелених дерев *viridarium* (Plin. N.H 18.2.1; Cic .2. Att. 3), що символізував багатство, могутність, самовпевненість і нездоланні сили. *Viridarium* – локативний іменник, утворений за допомогою суфікса *-arium* від прикметника *viridis* ‘зелений’. Латинські лексикографічні джерела пояснюють значення іменника *viridarium* наступним чином: *est locus virentibus arboribus herbisque amoenus* (Forcell.,t. 6, p. 355) – ‘вірідіарій – це місце приємне зеленими деревами і травами’. Священна зелень, ніжне листя і молоді гілки вічнозелених дерев – лавра, маслини, мирта – *verbenaе* відігравали важливу роль в духовному житті римлян. *Verbenaе* носили на голові феціали (римські жерці) під час проведення переговорів з приводу порушення домовленостей, проголошення війни чи укладання миру.

Історично першою формою світоглядної свідомості, в межах якої сформувалася розгорнута картина світу, була міфологічна свідомість. Основні напрямки інтерпретації міфу, а саме символізм, алегоризм, евгемеризм, започаткувалися у класичну давнину. Так, Платон уявляв міфологію як символічне змалювання оточуючого середовища (ФЭС, 1997, с. 343–344). Софісти і стоїки під міфом розуміли моральні сентенції, які виражалися символами і алегоріями,

а Евгемер, абстрагуючись від усього надприродного, бачив у міфах розповіді про реальні події (ФЭС, 1997, с. 437).

Античні традиції сприйняття міфології продовжилися у пізніших трактуваннях учених. Міфологія, на думку О. О. Потебні, «є історія міфічного світогляду, у чому він би не втілювався: у слові і сказанні, або матеріальному пам'ятнику, звичаї та обряді» (Потебня, 1976, с. 426). О. М. Фрейденберг вважає, що називати міфом лише словесно виражену оповідь було б найчистішою умовністю: «насправді таким же міфом служать і дії, і речі, і мова, і побут первісної людини, тобто вся її свідомість і все те, що спрямовано на цю свідомість» (Фрейденберг, 2008, с. 28). Буття картини світу у мові інтерпретується як існування одиниць у синтагматиці та парадигматиці, тексті і системі. «Міфологія як засіб глобального концептування, – зазначає Д. С. Раєвський, – немислима поза парадигматичним аспектом, поза нерозривною єдністю міфологічної оповіді (сюжетів, подій) і міфологічних уявлень (світосприйняття, міфічної картини світу)» (Раевский, 1985, с. 22).

Cedrus (*Cedrus libani* L.) кедр – хвойне вічнозелене дерево, один із найстаріших видів рослин на планеті. Про великі кедрові ліси згадується в епосі давніх шумерів за тисячу років до нашої ери. Дерево вирощували тільки великі боги, а в раю кедр ріс ще до створення світу. Відповідно до сказання, коли перших людей вигнали з раю, то Адам взяв із собою кілька зерняток дерев. Серед них були кедр, сосна і кипарис, саме ці дерева дали життя першим деревам на землі. Найшанованіші та найвпливовіші грецькі і римські боги та герої увічнювалися в бюстах із кедрової деревини. Римські імператори, намагаючись зберегти кедрові гаї для своїх власних потреб, прикріплювали на деревах таблички з написом *proprietas senatus populi que Romani* ‘власність сенату і римського народу’. Кедр в античній ментальності символізував владу і міць, повноцінність буття і в той же час уособлював гордість і зарозумілість. У прагматичному аспекті деревина кедрового дерева використовувалася античними народами для спорудження храмів богів і палаців правителів, саркофагів єгипетських фараонів.

Латинська лексема *cedrus* (Vitr. 2.9.13; Ovid. Am. I.14.12; Plin. N.H 12.125; Verg. Georg. 3.414) використовувалася на позначення як дерева, так і смоли. На той час римському натуралісту Плінію було відомо про два види дерева: лідійське і фінікійське *duo eius genera, Lycia et Phoenicia* (Plin. N.H 13.52). Друге значення *cedrus* ‘благовоніє духмяна смола, яку отримували із кедрового дерева з ритуальною метою’. У латинській мові *cedrus* запозичено з грецької, де фіксується з часів Гомера (Одіссея, VIII). Етимологічні джерела практично однотайні, позначаючи слово як невідомого середземноморського походження, можливо фінікійського (Ernout, Meillet, 1910, с. 196). Рефлекси латино-грецького *cedrus* знаходимо у більшості сучасних мов Європи:

англ. *cedar*, нім. *Zeder*; фр. *cedre*, ісп., іт., порт. *cedro*; польс. *cedr*; укр., рос. *кедр*, болг. *кедър*, серб. *кедар*.

Одне із найкрасивіших дерев середземноморських тропіків – італійська сосна, пінія (*Pinus pinea* L) згадується в міфах про Діану, Кібелу, бога морів Посейдона. Пінія вважалася улюбленим деревом одного із самих життєрадісних богів античного світу козлоногого Пана. За легендою дерево отримало назву від імені німфи Пітіс. Палко покохала Пітіс веселого пустотливого Пана. Але це кохання викликало великі ревності у Борея, бога холодного північного вітру. Із ревностей Борей перетворив німфу на красиве вічнозелене дерево на ім'я Пітіс, а Пана часто зображали із сосновим вінком на голові.

У латинській мові серед групи найменувань вічнозелених хвойних дерев лексема *pinus* (Ov. Met. 14.637; Fast. 1.412; Plin. N.H 16.33.1; Verg. Georg. 389; Ecl. 7.65; Hor. Epod.16.57) займає особливе місце. Пінія була окрасою римських садів, про що знаходимо підтвердження у 7-й еклозі Вергілія: *Fraxinus in silvis pulcherrima, pinus in hortis, // Populus in fluviis, abies in montis altis* (Verg Ecl. 7.65) 'ясен – найкрасивіший у лісах, пінія – у садах, тополя – біля річок, ялина – у високих горах'. Багато лінгвістів сходяться на думці, що це слово збереглося в італійській мовній гілці з періоду спільноіндоєвропейської мовної єдності.

Давні мовознавці намагалися пояснити походження лексеми *pinus*, виходячи з ментального сприйняття світу природи, формуючи у такий спосіб «народну етимологію». У даному випадку базисом для тлумачення походження слова стала особливість колючого гілля. *Pinus – nomen arboris picae, ita ab acumine foliorum vocatae; pinum etiam antique acutum nominadant* (Isid. 17. Orig. 7.31) 'пінія – назва соснового дерева, (воно) так назване через гострі кінчики листя; пінію в старовину також називали колючкою' (Totius Latinitatis Lexicon 1875, t. IV: 679).

Щодо сучасних тлумачень походження слова *pinus*, то автори етимологічних словників латинської мови приходять до висновку, що можна вважати спорідненими *pinus* 'сосна', і *pituita* – 1) 'сік, який витікає із просвердленого стовбура дерева'; 2) 'слиз', 'мокротиння' (Ernout, Meillet, 1910, с. 901; Walde, 1910, с. 585). Ботанічне значення слова *pituita* Пліній пояснює так: *fungorum origo non nisi ex pituita arborum* (Plin. N.H 22.47.1) 'щодо походження губчатого наросту, то це є ніщо інше, як 'сік дерева'. Катон подає медичне значення терміна *pituita* 'слиз', 'мокротиння', 'нежить' (Cato. Agr. 156.4). Отже, латинське *pinus*, а також давньогрецьке гомерівське *πιτυς* 'сосна' та *pituita* 'слиз', 'мокротиння' походять від і.-є. **pitu-daru* – що може означати 'дерево, що виділяє рідину, смолу', де перша складова **pitu* – трактується у значенні 'рідина', 'смола'. На думку П. Фрідріха, в середземноморському ареалі до споріднених латинського *pinus*, і давньогрецького *πιτυς* на позначення сосни можна приєднати і албанське *pišë*

‘ялина’, ‘сосна’ (Friedrich, 1970, с. 53). Т. В. Гамкрелідзе і В’яч. Вс. Іванов, досліджуючи походження назв вічнозелених хвойних дерев у індоєвропейських мовах, підкріплюють проаналізовані приклади памірським *pit* ‘ялиця’ і роблять висновок про те, що ‘діалектний розподіл співвідносних слів (греко-арійський, італійський, албанський) засвідчують спільно-індоєвропейський характер основи **p^[h]it^[h]* у значенні ‘сосна’, ‘ялиця’ (Гамкрелідзе, Іванов, 1984, с. 631). За семантичною подібністю до проаналізованої лексичної одиниці слід віднести латинське *picea* (Plin. N.H 16.18.1; 19.3; Verg. Georg. 2.438; 3.450; Aen. 9.87) ‘сосна звичайна’ або ‘шотландська’ (*Pinus silvestris* L). Про особливості цього дерева знаходимо пояснення насамперед у Плінія: *Picea montes amat atque frigora* (Plin. N.H 16.40) ‘сосна любить гори і холод’. Римський енциклопедист подає таке уточнення: ...*situs eius est in excelso montium, sed maria fugerit* (Plin. N.H. 19.3) ‘... її (сосни) місцезнаходження високо в горах, а морів уникає’, але найважливіша характеристика, яка має значення для уточнення семантичної характеристики найменування, міститься в рядках: *Picea plurimam resinam fundit* (Plin. N.H. 16.18.4) ‘сосна дає дуже багато глею’. Про смолистість та велику кількість глею дерева *picea* неодноразово засвідчує Вергілій (Verg. Georg. 2.263; 438; 3.450). Отже, можна погодитися з тезою, згідно якої прикметник *piceus* є ад’єктивним дериватом іменника *pix, picis* ‘смола’ і як субстантив *picea* (scil. *arbor* ‘дерево’) вживався на позначення сосни звичайної, а також одного з видів ялини (Дворецкий, 2000, с. 586).

За даними лексикографічних джерел у поетичному дискурсі слово *pinus* набиало метонімічного значення, а саме предмети і речі, виготовлені із соснової деревини: корабель, весло, факел, вінок. Так, в одній із своїх од Горацій (Hor. Carm. I.14) іменує корабель *Pontica pinus* ‘понтійська сосна’ з подальшим уточненням *silvae filia nobilis* ‘дочка благородного лісу’. Порівняймо також у Овідія: *medius tua pinus in undis navigat* (Ovid. Ars amat. 2.9) ‘твій човен (букв. пінія) плаває на відкритих хвилях’. Про значення хвойних дерев у римському господарстві говорять рядки Вергілія: *dant alios aliae foetus, dant utile lignum // Navigiis pinus, domibus cedrumque cupressosque* (Verg. Georg. 2.440) ‘(ліси) приносять багато прибутку, дають корисну деревину, для мореплавання – пінію, для будинків – кедр і кипарис’. І у господарстві італіків сосна, як і інші породи дерев, знаходила найрізноманітніше застосування. Так, землероби, щоб уникнути суперечок з сусідами і судових позовів, висаджували на межах своїх ділянок пінії (*pinos*), кипариси (*cupressos*), в’язи (*ulmos*). Порівняємо у Вергілія: *ipse thymum pinosque ftrens de montibus altis // tecta servat late circum* (Verg. Georg. 4.112) ‘коли чебрець і пінії принесе з високих гір, хай сам їх насаджує (хазяїн) широко навколо житла’. Колумелла свідчить, що деякі породи дерев, у тому числі і сосни (*piceae*), годилися для підпірок, до яких прив’язували виноградні лози (Col. R.R. 26,1).

Про диференційний підхід носіїв латинської мови до сутності конкретних реалій і свідоме вживання відповідних словесних позначень свідчать чітко вмотивовані назви інших вічно-зелених дерев відповідно до їх характеристик та функціонального призначення. Карликова сосна, яка відрізнялася тим, що давала велику кількість терпентину (скипидару), який використовувався у тому числі і для смолоскипів, мала назву *taeda* (Plin. N.H. 16.15; 19.2; Caes. V.G. 3.101; Ovid. Fast. 4.741). Як зазначається у сучасних етимологічних джерелах, слово *taeda* мало середземноморське походження і було запозичене через етруське посередництво (про що свідчить буква t-) з грецької мови, у якій δάς, δαδός означало ‘смолоскип’ (Ernout, Meillet, 1951, с. 1188). Семантика іменника *taeda* надавала широкі можливості для метафоричних переходів, а саме: а) ‘смолоскип’; ‘смоляна тріска, що горить, як знаряддя катування’; б) ‘весільний смолоскип’; ‘шлюб, одруження’. Пор. *praetendere coniugis taedas* ‘тримати попереду весільної церемонії шлюбні смолоскипи’, переносно ‘вступати у законний шлюб’ (Дворецкий, 2000, с. 758). Про іншу сосну, яка давала мало смоли і проростала в основному на морських узбережжях, згадує Пліній під назвою *tibulus* (Plin. N.H. 16.39). Римський автор наводить таке пояснення: *Pinaster ... easdem arbores alio nomine esse per oram Italiae, quas tibulos vocant, plerique arbitrantur* ‘більшість вважає, що *pinaster* – це ті самі дерева, які під іншою назвою *tibulus* називають на узбережжі Італії’. Ж. Андре супроводжує номінацію *tibulus* позначкою ‘долатинський субстрат’ (Andre, 1956, с. 316).

На позначення ялини (*Picea abies* L.) в латинській мові засвідчена назва *abies* (Plin. N.H. 16.39; Verg. Georg. 2.68; Aen. 8.91). Намагання середньовічного етимолога Ісидора Сивільського розтлумачити походження дендроніма *abies*, виходячи із фонетичного збігу з дієсловом *ab-eo, ire* ‘підноситися’, ‘височіти’ на тій підставі, що ялина з поміж інших дерев видається, підноситься у височину, можна віднести до «народної етимології». Пор.: *Abies sic appellata, quod prae ceteris arboribus longe eat (h. e. abeat) et in excelsum promineat* (Isid. 17. Orig. 7.32) ‘ялина так названа, через те, що з поміж інших дерев дуже підноситься і видається у височину’ (Totius Latinitatis Lexicon 1875, t. 1, с. 11). Сучасні вчені-етимологи не вбачають виваженої аргументації у такому поясненні, залишаючи у словниках зазначену лексему з позначкою «з невідомого середземноморського джерела» та порівнюють латинське *abies* з грецьким ἐλάτη – ‘ялина’ (Walde, 1910, с. 34). Метафора «предмет, річ з ялинової деревини», що має розширену семантику: 1) ‘корабель’, 2) ‘спис’, 3) ‘дощечка для письма’ вносить додаткове значення у концептуалізацію поняття *abies*. Порівняємо у Вергілія : *et casus abies visura marinos* (Verg. Georg. 2.68) ‘і ялина призначена для того, щоб побачити морські небезпеки’; *labitur unda vadis abies* (Verg. Aen. 8.91) ‘плине по хвилях просмолена ялина’; *longa transverberat abiete pectus* (Verg. Aen. 11.667) ‘довгою ялиною (ялиновим списом) проколює груди’.

Вічнозелене хвойне дерево тис (*Taxus baccata* L.) не належить до дерев, які б за значущістю могли б репрезентувати флору Апеннінського півострова, але Юлій Цезар у своїх творах неодноразово згадує про великі тисові ліси у Галлії та Германії. Пор.: *Taxo, cuius magna in Gallia Germanique copia est ...* (Caes. B.G. 3.101) ‘тис, якого великі запаси є у Галлії і Германії’ Не залишили поза увагою тис Пліній та Вергілій, у творах яких зустрічається дендронім *taxus* (Plin. N.H. 16.20.1; Verg. Ecl. 9.30). Показово, що обидва римські автори сприймають навколишню природу на рівні тогочасних знань, уявлень і трактувань, через те одноставно засвідчують, що листя і плоди тиса мають отруйні властивості. Так, Пліній говорить, що стріли потрібно змочувати соком тиса, це робило їх більш смертоносними. Більше приділив уваги тису Вергілій, зазначивши, що дерево краще розросталося у холодному кліматі. Пор.: (*amat*) *aquilonem et frigora taxi* (Verg. Georg. 2.113) тис (любить) північний вітер і холод’. У іншому місці римський поет стверджує, що тис годився для виготовлення луків: *Ituraeos taxi torquentur in arcus* (Verg. Georg. 2.448) ‘тиси гнулися в ітурійські луки’. Як дбайливий хазяїн Вергілій забороняє насаджувати тиси біля вуликів, бо вважає, що квіти дерева роблять мед гірким: *Sic tua Cyrrhaeas fugiant examina taxos* (Verg. Ecl. 9.30.) ‘хай твої рої остерігаються кернійського (корсиканського) тиса’ і супроводжує дендронім *taxus* епітетом *nocentes* ‘шкідливий’. Важлива в аспекті вербалізації архаїчної картини світу лексема *taxus* з етимологічної точки зору являє собою спірний випадок. На думку одних лінгвістів, латинське *taxus* співвідноситься з грецьким *τόξον* ‘лук’, ‘кривизна’. А. Вальде також пропонує гіпотезу згідно якої *taxus* можна вважати похідним словом від д.-і. **tuaksos* і порівнює з *tvakšah* ‘сила’, *tvakštyāh* ‘сильний’ та давньогрецьким *σάκος* ‘щит’. Власне кажучи, тис названий міцним, сильним деревом за властивість деревини не псуватися, опиратися гниттю (Walde, 1910, с. 765). Іншої точки зору дотримуються А. Ерну та А. Мейє, пов’язуючи *taxus* з прикметником *toxicus* ‘отруйний’ (Ernout, Meillet, 1951, с. 1205).

Проаналізований матеріал дає підстави стверджувати, що семантична структура латинських дендронімів, їх кількість та особливості функціонування віддзеркалюють окремий фрагмент архаїчного світосприйняття, «консервуючи» інформацію про матеріальну культуру та духовний світ античного суспільства. Дендроніми характеризуються під кутом зору відповідності функціональним вимогам. З одного боку, простежується чітка прагматика застосування у господарстві деревини, глею, скипідару, ароматизаторів, з іншого боку, вічна зелень, нев’янучість втілювали етичні та моральні цінності, що давало можливість використовувати вінки, гірлянди, корони з вічнозелених дерев з ритуальними і символічними цілями.

З генетичної точки зору зазначені лексеми являють собою розмаїту картину, оскільки поряд із словами безперечно індоєвропейського походження, зустрічаються запозичення з невідомих давніх мов середземноморського ареалу.

Порівняння корпусу прямих і переносних значень дає можливість стверджувати, що метафоричне вживання дендронімів було властиве, які мислили поетичними образами, що відповідно розширювало і збагачувало мовну картину світу, але з часом поетичний образ бліднув і закріплювався у мові як стерта метафора.

Таким чином, необхідність подальшого дослідження структурування картини світу та її субстанціональної сфери не викликає сумнівів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Блаватский В. Д. Природа и античное общество. М.: Наука, 1976. 87 с.
2. Вежбицкая А. Семантические универсалии и описание языков. М.: Языки русской культуры, 1999. 780 с.
3. Вейсман А. Д. Греческо-русский словарь. СПб.: Вейсман, 1899. 1368 с.
4. Вергилий. Буколики; Георгики; Энеида / Пер. с лат., вступ. статья М. Г. Гаспарова. М.: Худож. лит., 1971. 540 с.
5. Гамкрелидзе Т. В., Иванов Вяч. Вс. Индоевропейский язык и индоевропейцы: реконструкция и историко-этимологический анализ протоязыка и протокультуры. Тбилиси: Изд-во Тбилисского ун-та, 1984. Ч. 2. 1328 с.
6. Голосовкер Я. Э. Логика мифа. М.: Наука, 1987. 224 с.
7. Дворецкий И. Х. Латинско-русский словарь. 6-е изд., испр. М.: Рус. яз., 2000. 846 с.
8. Колшанский Г. В. Объективная картина мира в познании и языке. М.: Наука, 1990. 107 с.
9. Корнилов О. А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. М.: ЧеРо, 2003. 349 с.
10. Межжеріна Г. В. Людина в мовній картині часів Київської Русі. К.: Вид. Центр КНЛУ, 2006. 448 с.
11. Потебня А. А. Эстетика и поэтика. М.: Искусство, 1976. 614 с.
12. Раевский Д. С. Модель мира скифской культуры. М.: Наука, 1985. 256 с.
13. Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры: изд. 2-е, испр. и доп. М.: Академический проект, 2001. 990 с.
14. Философский энциклопедический словарь / сост. Е. Ф. Губский, Г. В. Кораблева, В. Д. Лутченко. М.: ИНФРА-М, 1997. 576 с.
15. Фрейденберг О. М. Миф и литература древности. Екатеринбург: У-Фактория, 2008. 895 с.
16. Abbe, A. (1965) The Plants of Virgil's Georgics. Ithaca: Cornell University Press. 140 p.
17. Andre Jacques (1956). Lexique des termes de botanique en Latin. Paris: C. Klincksieck. 343 p.
18. Daubeny, C. (1865) Essay on the trees and shrubs of the ancients. London: Oxford. 172 p.
19. Ernout, A., Meillet, A. (1951) Dictionnaire etymologique de la langue latine. Histoire des mots. Paris: C. Klincksieck. 1409 p.
20. Friedrich, P. (1970) Proto-Indo-European Trees: The Arboreal System of a Prehistoric People. Chicago: The University Press. 200 p.
21. Önnersfors, A. (1956) Pliniana, in Plinii Maioris Naturalem historiam studia, grammatica, critica. Uppsala, Weisbaden. 196 p.
22. Oxford Latin Dictionary (1968). Oxford: Clarendon press. 2123 p.

23. Plinii Secundi (1832) *Naturalis historiae libri XXXVII. Recensuit et commentariis criticis indicibusque instruxit I. Silig Gothae.* Lipsiae: Teubner. 380 p.

24. Sargeaunt, J. (1920) *The Trees, shrubs and plants of Vergil.* Oxford, B. H. Blackwell, broad street. 167 p.

25. *Totius Latinitatis Lexicon (1858–1875) / Opera et studio Aeg. Forcellini et in hac editione post tertiam auctam et emendatam a I. Furlaneto.* T. I–VII. Prati: Aldianis.

26. Vergili, P. M. (1830) *Bucolica et Georgica.* Lipsiae: Hahn. CLX, 600 p.

27. Vergili, P. M. (1907) *Aeneis / In usu scholarum iterum recognovit O. Ribbeck / Publius Vergilius Maro.* Lipsiae: Teubner. 409 p.

28. Walde, A. (1910) *Lateinisches etymologisches Wörterbuch.* Heidelberg, Carl Winter's Universitätsbuchhandlung. 1044 S.

***Tatiana Kompanets* VERBAL MEANS OF NATURAL FRAGMENT IMPLEMENTATION OF ANCIENT WORLD-VIEW**

Summary. The article deals with the reconstruction of ancient world model on the basis of Latin nouns, denoting evergreen trees. Analysis of lexis extracted from written sources on scientific topics has shown a specific character of language reflection of the world in accordance with natural concepts of ancient Romans.

The purpose of the research is to analyze the constituents of ancient world-view, reflecting in Roman natural lexis, viz dendronyms (tree names). The novelty of this research lies in the analysis of the natural lexis in aspect of ancient language world-view.

The material under consideration gives us the possibility to claim, that semantic structure of Roman dendronyms, their number and peculiarities of functioning reflects the separate fragment of archaic perception, saving information about material culture and mental world of classic society. From one point of view we can track the clear practical sense of usage of wood, tar, turpentine, flavourings; from another point of view – evergreenness shows ethical and moral values, give a possibility to use wreaths, flower-chains, crowns made from evergreen trees for the ritual and emblematic purposes. From genetic point of view there are lexis of indoeuropean, unknown and Roman origin in corpus of dendronyms.

Classic world view is determined as reality, comprised of archaic concepts, reflected in lexis of Latin. Dendronomical segment of classical world view is characterized by different structure-semantic organization. Classical world model reflects common knowledge of tree characteristics, characterized linguistic community of ancient world.

Undoubtedly, the further research of world view structure and their substantial sphere will enlarge the ontological aspect of modern linguistic.

Keywords: concept, conceptual and language world view, national mentality, classical languages, lexis, dendronyms.

Vitae

Tatiana Kompanets

Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor at the Department of the Romance Languages and World Literatures, Vasyl' Stus Donetsk National University, Ukraine.

Correspondence: t.kompanets@donnu.edu.ua

Стаття надійшла до редакції 27.09.2018

НАШІ АВТОРИ

- БОДНАР**
Ольга Василівна асистент кафедри теорії і практики перекладу Донецького національного університету імені Василя Стуса, м. Вінниця
- ГРИГОШКІНА**
Ярослава Володимирівна кандидат філологічних наук, доцент кафедри теорії і практики перекладу Донецького національного університету імені Василя Стуса, м. Вінниця
- ДЖЕРІХ**
Олена Сергіївна старший викладач кафедри германської філології Донецького національного університету імені Василя Стуса, м. Вінниця
- ЗАЛУЖНА**
Ольга Олексіївна кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології факультету іноземних мов Донецького національного університету імені Василя Стуса, м. Вінниця
- ЗАПУХЛЯК**
Ірина Михайлівна старший викладач кафедри теорії і практики перекладу Донецького національного університету імені Василя Стуса, м. Вінниця
- ІВАНІЛОВА**
Вікторія Олегівна асистент кафедри теорії і практики перекладу Донецького національного університету імені Василя Стуса, м. Вінниця
- ІЗМАЛКОВА**
Анна Вікторівна асистент кафедри германської філології Донецького національного університету імені Василя Стуса, м. Вінниця
- КОМПАНЕЦЬ**
Тетяна Михайлівна кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри романських мов і світової літератури факультету іноземних мов Донецького національного університету імені Василя Стуса, м. Вінниця
- ПОДОЛЯН**
Вероніка Сергіївна студент, спеціальність «Переклад (англійська, німецька мови)» Донецького національного університету імені Василя Стуса, м. Вінниця
- СИТЕНКО**
Ольга Олександрівна кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри англійської філології факультету іноземних мов Донецького національного університету імені Василя Стуса, м. Вінниця
- СОКОЛОВА**
Владислава Миколаївна асистент кафедри германської філології Донецького національного університету імені Василя Стуса, м. Вінниця

CONTRIBUTING AUTHORS

- Olha V. BODNAR*** Assistant at the Department of Theory and Practice of Translation, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsya
- Olena S. DZHERIKH*** Senior Lecturer at the Department of Germanic Philology, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsya
- Iaroslava V. HRYHOSHKINA*** Candidate of Philology, Associate Professor at the Department of Theory and Practice of Translation, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsya
- Viktoriia O. IVANILOVA*** Assistant at the Department of Theory and Practice of Translation, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsya
- Anna V. IZMALKOVA*** Assistant at the Department of Germanic Philology, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsya
- Tatiana M. KOMPANETS*** Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor at the Department of the Romance Languages and World Literatures, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsya
- Veronika S. PODOLIAN*** Student, specialty "Translation (English, German)", Faculty of Foreign Languages, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsya
- Vladyslava M. SOKOLOVA*** Assistant at the Department of Germanic Philology, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsya
- Olha O. SYTENKO*** Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor at the English Philology Department, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsya
- Olga O. ZALUZHNA*** Candidate of Philology, Associate Professor at the English Philology Department, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsya
- Iryna M. ZAPUKHLYAK*** Senior Lecturer at the Department of Theory and Practice of Translation, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsya

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

***ТИПОЛОГІЯ МОВНИХ ЗНАЧЕНЬ
У ДІАХРОНІЧНОМУ ТА ЗІСТАВНОМУ АСПЕКТАХ***

ВИПУСК 35–36

Мови видання: українська, англійська, німецька, іспанська.

Думки авторів можуть не збігатися з позицією редколегії.

Підписано до друку 12.03.2019 р.
Формат 60×84/8. Папір офсетний.
Друк – цифровий. Умовн. друк арк. 16,9
Тираж 300 прим. Зам. № 39

Донецький національний університет імені Василя Стуса
21021, м. Вінниця, вул. 600-річчя, 21.
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру
серія ДК № 5945 від 15.01.2018 р.