

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНИХ МОВ

КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА МЕТОДИКИ ВИКЛАДАННЯ  
ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

**МОЛОДІ ФАХІВЦІ — МАЙБУТНЄ НАУКИ**

**Збірник наукових праць студентів**

**Випуск 15**

*Електронний ресурс*

**Харків – 2023**

УДК 81'243:37.013.77 (082)

*Затверджено до розміщення в мережі Інтернет  
рішенням Науково-методичної ради  
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна  
(протокол № 3 від 19 грудня 2023 року)*

**Редакційна колегія:**

**Шастало В. О.** – канд. філол. наук, доцент, кафедра англійської філології та методики викладання іноземної мови;

**Морозова І. І** – В.О. зав. кафедри англійської філології та методики викладання іноземної мови, кандидат філологічних наук, доцент.

**Оніщенко Н. А.** – доцент, кандидат філологічних наук кафедри романо-германської філології

**Парамонов Б. І.** – голова СНТ факультету іноземних мов, викладач кафедри іноземних мов професійного спрямування

**Адреса редакційної колегії:** 61022 м. Харків, майдан Свободи 4, ХНУ імені В. Н. Каразіна, факультет іноземних мов, к. 7-78, тел. (057) 707-55-66.

Молоді фахівці – майбутнє науки: Збірник наукових праць студентів.  
[Електронний ресурс]. – Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2023. Вип. 15. – (PDF 228 с.)

Збірник присвячено дослідженню проблем семантичних та прагматичних аспектів тексту і дискурсу, лінгвокультурології, навчання іноземних мов у середніх та вищих навчальних закладах. Матеріалом дослідження є сучасні європейські мови.

Для студентів, які навчаються за спеціальністю 035 Філологія.

**URI <https://ekhnuir.karazin.ua/handle/123456789/18341>**

**УДК 81'243:37.013.77 (082)**

© Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2023

## ЗМІСТ

**Бєлєвцова А.Ю., Кузнєцова О.В.**

НЕВЕРБАЛЬНІ МАРКЕРИ СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКОНАННЯ У СУЧАСНОМУ  
АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ ПРОМОВ  
БОРИСА ДЖОНСОНА)..... 6

**Блєвєрова О.В., Легейда А.В**

РЕТРОСПЕКТИВА ДОСЛІДЖЕННЯ БІОГРАФІЧНОГО МЕДІАТЕКСТУ ЯК  
ОБ'ЄКТУ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ..... 16

**Валєнтєєва А., Шастало В.О.**

ПОНЯТТЄВО- ЦІННІСНА ТА ОБРАЗНА СКЛАДОВІ КОНЦЕПТУ HONESTY /  
ЧЕСНІСТЬ В АНГЛОМОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ.....22

**Висицька Ю.С., Солощук Л.В.**

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ НАДВЕРБАЛЬНИХ КОМПОНЕНТІВ  
КОМУНІКАЦІЇ У ПОБУТОВОМУ ТА ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОМУ ТИПАХ  
СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ.....32

**Заїченко Ю. О., Мірошниченко М.Ю.**

КОНЦЕПЦІЯ ПАМ'ЯТІ В РОМАНІ КАТІ ПЕТРОВСЬКОЇ  
«МАБУТЬ ЕСТЕР».....43

**Заславська В.М., Пашкова А. В.**

РОЛЬ АСИНХРОННОГО НАВЧАННЯ У СУЧАСНИХ УМОВАХ.....50

**Максимова О. В., Набокова І. Ю.**

МОВЛЕННЄВА ПОВЕДІНКА ПЕРШОЇ ЛЕДІ ДЖИЛЛ БАЙДЕН ЯК ЕЛІТАРНОЇ  
ДИСКУРСИВНОЇ ОСОБИСТОСТІ.....57

**Мельникова І. А., Морозова О. І.**

ЕКОЛОГІЧНА ІДЕНТИЧНІСТЬ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ  
ДОКУМЕНТАЛЬНОМУ ФІЛЬМІ.....64

**Мовчан В.К., Пашкова А.В.**

ОСОБЛИВОСТІ ІСПАНСЬКОГО ГУМОРУ ТА ЙОГО ПЕРЕКЛАД  
УКРАЇНСЬКОЮ.....71

**Нечепоренко Є.Є., Бондаренко Є.В.**

МЕТАФОРА КОНЦЕПТУ АРОМАТ В АНГЛОМОВНІЙ РЕКЛАМІ ПАРФУМІВ (НА ПРИКЛАДІ МАТЕРІАЛІВ ТЕКСТІВ ЕЛЕКТРОННИХ ДЖЕРЕЛ).....	76
<b>Осика М. В., Оржицький І. О.</b>	
РОЛЬ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У РОМАНІ «ДОН КІХОТ» МІГЕЛЯ ДЕ СЕРВАНТЕСА ТА ПЕРЕКЛАД ЇХ НА УКРАЇНСЬКУ У ВЕРСІЇ М. ЛУКАША ТА А. ПЕРЕПАДІ .....	83
<b>Переверзєва Д. О., Кукушкін В.В.</b>	
ЖІНОЧЕ МОВЛЕННЯ У ПРАЦЯХ ЗАХІДНИХ ЛІНГВІСТІВ: ТЕОРЕТИЧНІ ПІДВАЛИНИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	91
<b>Пономаренко Н. С., Морозова І.І.</b>	
КОМУНІКАТИВНИЙ ПРИНЦИПИ УВІЧЛИВОСТІ В ЖІНОЧОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОЇ КОМЕДІЇ ХІХ СТОЛІТТЯ).....	97
<b>Пономарьова А.А., Язловицька О.В.</b>	
МОВНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ВВІЧЛИВОСТІ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ.....	104
<b>Псюр А. А., Морозова І.І.</b>	
ТЕОРІЇ УВІЧЛИВОСТІ У ВИВЧЕННІ ДИСКУРСУ.....	111
<b>Ріпчанська К. Р., Морозова О.І.</b>	
РОЗВИТОК МЕДІАГРАМОТНОСТІ СТУДЕНТІВ ПІД ЧАС ЗАНЯТЬ ІЗ ЧИТАННЯ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ .....	117
<b>Рябко А. А., Матюхіна Ю. В.</b>	
ЛЮБОВНИЙ ДИСКУРС: ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ЗІЗНАННЯ В КОХАННІ В АНГЛОМОВНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	122
<b>Сасіна Ю.Р., Шевченко І.С.</b>	
ДИСКУРСИВНІ СТРАТЕГІЇ SMALL TALK У ТВОРАХ ДЖ. ОСТІН.....	130
<b>Свідлова К.О., Шпак О.В.</b>	
ЕКОЛОГІЧНІСТЬ БРИТАНСЬКОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРІАЛІ ВИСТУПІВ БОРИСА ДЖОНСОНА).....	137
<b>Світоносова Л.О., Оніщенко Н.А.</b>	
АНТРОПОНІМИ У АНГЛОМОВНОМУ ФЕНТЕЗІ ТА ЇХ ПЕРЕДАЧА В ПЕРЕКЛАДАХ НІМЕЦЬКОЮ МОВОЮ .....	142
<b>Севідова А.І., Кукушкін В.В.</b>	

СЕКСИЗМИ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІА-ДИСКУРСІ США ТА БРИТАНІЇ.....	154
<b>Сєгодіна І. Ю., Сатановська Г. С.</b>	
МІФОПОЕТИЧНА СТРУКТУРА РОМАНУ Е.-Е. ШМІТТА «УЛІСС З БАГДАДУ» .....	163
<b>Ткаченко О. С., Матюхіна Ю. В.</b>	
ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОГОЛОШЕНЬ ЗНАЙОМСТВ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ).....	172
<b>Тюріна К.О., Шастало В.О.</b>	
SEMANTIC ANALYSIS OF ANTHROPONYMIC PHRASEOLOGY IN THE ENGLISH LANGUAGE.....	182
<b>Цемох Д.О., Шпак О.В.</b>	
ЕКОЛІНГВІСТИЧНА СПЕЦИФІКА АНГЛОМОВНОГО ВІЙСЬКОВОГО ДИСКУРСУ .....	193
<b>Шерняк В.О., Нефьодова О.Д.</b>	
СТРУКТУРНІ, СЕМАНТИЧНІ ТА ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ УТВОРЕННЯ РЕЄСТРАЦІЙНИХ НОМІНАЦІЙ КОРИСТУВАЧАМИ АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	198
<b>Шорохова П.Ю., Нефьодова О.Д.</b>	
МЕХАНІЗМ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ПРЕЦЕДЕНТНОГО ВИСЛОВЛЕННЯ “BLOOD, SWEAT AND TEARS” ДО АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ ТЕКСТІВ.....	205
<b>Штефан А. В., Оржицький І. О.</b>	
ЧИЛІЙСЬКА ЕТНОКУЛЬТУРНА ПОЕЗІЯ У СУЧАСНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРІ.....	212
<b>Яковлєва Н.С., Самаріна В. В.</b>	
ЧИ ЗАМІНЯТЬ ПРОГРАМИ-ПЕРЕКЛАДАЧІ ЛЮДЕЙ У МАЙБУТНЬОМУ?.....	221

УДК 811.111'221'42:32

**НЕВЕРБАЛЬНІ МАРКЕРИ СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКОНАННЯ У СУЧАСНОМУ  
АНГЛОМОВНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ  
(НА МАТЕРІАЛІ ПРОМОВ БОРИСА ДЖОНСОНА)**

Бєлєвцова А.Ю. (Київ)

Науковий керівник: канд. філол. наук Кузнєцова О. В.

**Анотація:** Стаття присвячена вивченню невербальних засобів реалізації стратегії переконання у сучасному англомовному політичному дискурсі на матеріалі промов Бориса Джонсона. У роботі з'ясовано особливості переконання як одного з провідних механізмів мовленнєвого впливу у політичному дискурсі та визначено основні невербальні маркери переконання у комунікативній поведінці Бориса Джонсона.

**Ключові слова:** жести, міміка, невербальні засоби, політичний дискурс, стратегія переконання.

**Summary:** Bielievtsova A.Y. **Nonverbal aspects of the implementation of the persuasion strategy in political discourse (based on the speeches of Boris Johnson).** The article is devoted to the study of nonverbal means of implementing the strategy of persuasion in modern English-language political discourse based on the speeches of Boris Johnson. The work establishes the features of persuasion as one of the leading mechanisms of verbal influence in political discourse and identifies the main non-verbal markers of persuasion in the communicative behavior of Boris Johnson.

**Key words:** gestures, facial expressions, non-verbal means, political discourse, persuasion strategy.

Актуальність роботи полягає у підвищеному інтересі сучасної науки до питань політичної комунікації та політтехнологій. Політична сфера комунікацій у якості основної своєї мети має вплив на аудиторію – конкретну людину (політичного опонента) чи широкі маси людей (виборців). Ця мета досягається різними способами, за допомогою застосування цілого арсеналу мовленнєвих стратегій і тактик, а також засобів PR, іміджевих стратегій, невербальних та надвербальних засобів комунікації та ін.

Комунікативна поведінка політичного діяча є, з одного боку, його особистісною рисою, яка розкриває характер, темперамент політика, його манеру поведінки на публіці. З іншого боку, над зовнішнім виглядом, поведінкою, а також над промовою політиків працює безліч людей – стилісти, дизайнери, іміджмейкери та лінгвісти. Невербальна поведінка політичних лідерів також є важливим елементом їх іміджу та мовленнєвої особистості. Невербальні маркери можуть здійснювати на аудиторію іноді потужніший вплив, аніж мовні засоби виразності.

Невербалика у промовах та виступах політиків підкріплює мовленнєві стратегії, зокрема й стратегію переконання, як одну з провідних стратегій політичного дискурсу. Стратегію переконання у сучасному мовознавстві досліджували такі вчені, як Н. Колотілова [3], Л. Данилевська [2], С. Романюк [9], О. Третяк [11], Л. Павлюк [8] та ін. Аналіз публікацій цих вчених свідчить про комплексний характер сучасної теорії аргументації. Втім, на сьогодні лишається недостатньо висвітленим питання невербальних аспектів реалізації стратегії переконання у сучасному англomовному політичному дискурсі, зокрема – на основі промов Бориса Джонсона.

Новизна дослідження полягає у тому, що вперше вивчено невербальні особливості поведінки британського політика Бориса Джонсона у рамках реалізації ним стратегії переконання у його промовах 2022 р. Об'єкт дослідження – невербальні аспекти комунікативної поведінки політичного лідера. Предмет дослідження – невербальні засоби реалізації стратегії переконання у політичному дискурсі. Мета роботи полягає у вивченні невербальних засобів реалізації стратегії переконання на матеріалі промов Бориса Джонсона.

Політичний дискурс є демонстрацією боротьби, для якої важливі видовищність, певні форми та стилі мови. Присутність адресата-глядача визначає можливість «гри напоказ», влаштовану для потенційних виборців. Адресат намагається зробити процес гри більш вражаючим, викликати емоційний відгук. Громадське призначення політичного дискурсу полягає в тому, щоб навіяти адресатам необхідність «політично правильних» дій, оскільки це вигідно тим, хто прагне влади. Мета політичного дискурсу полягає не у тому щоб описати, а у тому щоб переконати та спонукати до дії. Поставлені цілі у політичному дискурсі досягаються завдяки певним комунікативним стратегіям та тактикам [6, с. 142].

Комунікативні стратегії й тактики є частиною мовленнєвого впливу, який О. А. Селіванова визначає як мовленнєву дію адресанта, яка керується цільовою установкою мовного спілкування та дискурсивною практикою сфери спілкування, яка спрямовується на зміни мислення, психічного стану адресата, оцінки ним якогось явища незалежно від типу комунікативної взаємодії [10, с. 226].

Більшість сучасних дослідників стратегій і тактик політичної комунікації (зокрема, Л. Павлова, В. Якимчук, Н. Лопатюк та ін.) виділяють такі стратегії і тактики у рамках політичного дискурсу [7; 12]:

- стратегія створення іміджу;
- стратегія боротьби за владу;
- стратегія утримання влади;
- стратегія переконання.

Стратегія переконання, у свою чергу, включає переконання через аргументацію (тактика обґрунтованих оцінок; тактика контрактивного аналізу; тактика вказівки на перспективу; тактика ілюстрування), а також вплив, з метою спонукання до певних вчинків (тактика обіцянки; тактика заклику).

Переконання, в цілому, є одним із основних механізмів мовленнєвого впливу. Переконання – вплив на свідомість особистості через звернення до її власного критичного судження. Основу методу переконань становить відбір, логічне впорядкування фактів і висновків відповідно до єдиної функціональної задачі, логічний доказ, можливо, укупі з емоційним тиском, покликани забезпечити свідоме прийняття реципієнтом системи оцінок і суджень у злагоді з іншою точкою зору [1, с. 40].

До основних механізмів мовного впливу також відносять такий засіб переконання як аргументація. Аргументація вважається логіко-емоційним методом стимулювання, що пов'язано із наявністю в ній елемента мовного навіювання і її безпосереднім проявом у мовної комунікації. Аргументація багато в чому залежить від соціального, просторового і тимчасового контексту та має своєю кінцевою метою не знання саме по собі, а переконання у прийнятності якихось положень [13]. Тому в сфері комунікації для аргументації велике значення має широкий спектр оцінок, важливий для досягнення впливу. Мова тут йде про такі якості аргументації як доступність, сила, переконливість.

Переконання як мовленнєва стратегія реалізується здебільшого за допомогою мовного рівня комунікації, однак важливе значення тут відіграє й позамовний рівень. Виборці часто будують своє ставлення до політика не лише на основі

сприйняття послідовності його слів та дій, ефективності ним наведених аргументів, але й базуючись на самопрезентації та стилі спілкування політичного діяча. Самопрезентація визначається зовнішнім виглядом, манерами та жестами комунікатора. Зазвичай, політик «розробляє» свій стиль спілкування за допомогою сукупного ефекту поєднання тих чи інших поведінкових елементів. Наприклад, він може демонструвати бадьорість, фізичне здоров'я за допомогою енергійної жестикуляції, демонструвати свою впевненість за допомогою відповідних невербальних маркерів тощо.

У найпопулярніших класифікаціях жестів [4; 5] наводяться такі невербальні маркери впевненості та спрямованості на переконання співрозмовника, як тримання рук за головою або ж тримання рук за спиною. Поза також має комунікативне значення і відображає не тільки душевний стан людини, а й її наміри, бажання розмовляти. Зацікавлена у спілкуванні людина зосереджується на співрозмовнику, нахилиється у його бік всім тілом, а якщо не хоче слухати – то відступає. Людина, яка хоче заявити про себе, встане прямо, але якщо їй не потрібно підкреслювати свій статус – приймає скромну, розслаблену позу [5].

Окрему систему складають ритміко-інтонаційні невербальні засоби: інтонація, гучність, темп, тембр, тон. Радість і недовіра зазвичай передаються високим голосом, гнів і страх також досить високі, але в більш широкому діапазоні тону, сили і висоти. Темп мовлення також відтворює певний стан людини: швидкий темп показує переживання і тривогу; повільний – зарозумілість або втому.

Звертаючись до вивчення невербального компоненту комунікативної поведінки британського політика Бориса Джонсона, слід зауважити, що він є одним із найяскравіших політичних діячів сучасності. За свою політичну кар'єру Борис Джонсон зарекомендував себе як непередбачувана, досить імпульсивна людина. Жести, міміка Бориса Джонсона здебільшого енергійні, часто невимушені, хаотичні. Як політик Борис Джонсон схильний до порушення правил ділового етикету, а також до емоційності, експресивності.

Спостереження за публічною поведінкою Бориса Джонсона під час спілкування з журналістами чи парламентських дискусій та виступів дозволяє виокремити кілька невербальних маркерів, притаманних цьому політичному лідеру. Це, зокрема, такі жести та пози, як:

- Жест «Вікторія» (вказівний та середній пальці руки спрямовані вгору у формі латинської літери «V») часто використовується Борисом Джонсоном як знак привітання під час публічної діяльності. Цей жест у контексті британського політичного дискурсу містить чітку алюзію на Вінстона Черчіля, який використовував цей жест під час Другої світової війни.

Такий жест є частиною самопрезентації політика, він сприймається як маркер ширості, відкритості, а також відповідає демонстративному типу поведінки Бориса Джонсона. Самопрезентація цього британського політичного діяча значною мірою побудована на асоціюванні його з Черчілем, тому використання такого жесту є частиною іміджевої кампанії Бориса Джонсона.

- Великий палець вгору – ще один неформальний жест, який часто використовує Борис Джонсон під час своєї появи на публіці. Цей жест може демонструватися однією або двома руками та є маркером оптимізму, впевненості.

- Долоня донизу – такий жест Борис Джонсон часто використовує у своїх промовах, доповнюючи ним словесні висловлювання. Цей жест вважається маркером домінування. Під час дебатів у парламенті такий жест нерідко використовується політиком, щоб подавити волю опонентів, змусити аудиторію слухати та сприймати аргументи мовця.

- Потирання чола та голови – такий жест Бориса Джонсона є більш імпульсивним та невимушеним аніж попередні. Він швидше є звичкою самого політика, аніж спланованим або тренуваним жестом вмілого оратора. Як правило, людям притаманно торкатися чола або голови, коли вони відчувають якісь сильні емоції – переживання, гнів, нервування.

- Прикривання рота рукою – цей жест також можна віднести до невимушених, оскільки він є маркером сумнівів, невпевненості та не належить до невербальних маркерів впливу на аудиторію. Наявність таких жестів у поведінці

Бориса Джонсона підтверджує його імпульсивність, невимушеність його поведінки, схильність відкрито виражати свої мимовільні емоційні стани.

- Розмахування кулаком – також характерний для Бориса Джонсона жест. Піднятий над собою та зжатиї кулак вказує на сильну волю оратора, його агресивність, впевненість у собі. Борис Джонсон, зазвичай, використовує такий жест щоб виразити своє обурення чимось, змусити опонентів замовкнути або ж «проломити» скептицизм співрозмовника.

- Поза «руки на поясі» сигналізує про цілеспрямованість, готовність до активної діяльності. Така позиція притаманна Борису Джонсону та підкреслює такі його риси, як енергійність, активність, впевненість у собі. У середовищі політиків, яке є високозмагальним, така поза вказує на готовність людини до конкуренції, може бути маркером певного виклику іншим.

Як показує аналіз невербальної поведінки Бориса Джонсона, йому здебільшого притаманні пози та жести, що виражають впевненість, енергійність, прагнення контролювати ситуацію та управляти аудиторією. Втім, іноді цьому політику притаманні й невимушені, спонтанні жести, які виражають нервування, переживання, невпевненість. Імпульсивність у невербальній поведінці Бориса Джонсона іноді призводить навіть до грубого порушення ділового етикету. Наприклад, під час одного з візитів до Франції британський політик дозволив собі покласти ноги на кофейний столик під час розмови з президентом Франції Емануелем Макроном. Така поза є грубим порушенням етикету та трактується як прояв неповаги чи навіть образи на адресу співрозмовника.

Аналіз промови Бориса Джонсона під час візиту до України 25 серпня 2022 р. дозволяє визначити, що для політика притаманні активні рухи руками під час промови. Зокрема, Борис Джонсон часто використовує вказівний жест (спрямований на об'єкт вказівний палець) стосовно свого співрозмовника (Володимира Зеленського), або ж вказує на співрозмовника рукою з відкритою долонею. Такий жест використовується для того, щоб привернути увагу співрозмовника, коли мовець звертається до нього. Цей жест є елементом

стратегії переконання, акумулюючи увагу співрозмовника та збільшуючи його сприйнятливість до аргументів оратора.

Також притаманні поведінці Бориса Джонсона під час промови такі жести, як виставлена перед мовцем долоня ребром, а також «рубачі» рухи долонею у такому положенні – цей жест дозволяє оратору сфокусувати увагу аудиторії на аргументах, які він наводить у цей момент, а також є проявом рішучості, впевненості. Ще один жест, який використовує Борис Джонсон під час промови – це долоні рук з розчепіреними пальцями, розведені в сторони – це також жест, що дозволяє оратору підкреслити важливість аргументів, які він наводить.

Поза Бориса Джонсона під час промови характеризується періодичним переступанням з ноги на ногу, поверненням всього тулуба до співрозмовника (Володимира Зеленського) коли оратор звертається до нього, або апелює до його підтримки своїх слів. Погляд оратора весь час звертається до аудиторії, оратор встановлює зоровий контакт зі слухачами промови, таким чином реалізуючи вплив на них, контролюючи увагу аудиторії.

Просодичні характеристики мовлення Бориса Джонсона характеризують його як вмілого оратора, який використовує помірний темп мовлення, впевнений тембр голосу, інтонаційно виділяє найважливіші елементи промови. Для Бориса Джонсона притаманне використання великих, поширених речень, де підрядні складові об'єднуються сполучниковим зв'язком. Такі речення сприймаються слухачем досить складно, оскільки вміщують у собі велику кількість інформації одночасно, тому важливим є саме правильне інтонування такого тексту оратором. У потоці інформації Борис Джонсон використовує акценти, наголошуючи окремі слова, які є ключовими для розуміння його основної думки та позиції. Таким чином політик реалізує стратегію переконання, інтонаційно виділяючи у своєму мовленні ключові аргументи. Наприклад, у наступному фрагменті промови Борис Джонсон наголошує слова *February* та *insane*:

(1) «*I want to remind you / Vladimir / that when you rang me / at four o'clock in the morning on that grim day / in February / and you told me the news that we had been*

*dreading that Putin had been so insane / as to invade a sovereign European country»* [1].

Наголошені слова також виділені у мовлення паузами, що дозволяє оратору сфокусувати увагу слухачів саме на цих фрагментах речення. Окрім того, це дозволяє створити певний ритм мовлення, який допомагає аудиторії стежити за ходом думок оратора. Паузація є одним із ключових засобів невербального впливу оратора на просодичному рівні та активно використовується Борисом Джонсоном. Цей політик схильний використовувати паузи у мовленні досить часто як спосіб виділення ключових елементів своєї промови, наприклад:

(2) «*I told you then that we were / shoulder to shoulder with you / and that is as true / today / as it was in that horrific moment» [1].*

Тут використовується паузація для виділення вислову *shoulder to shoulder*, який також виділяється у мовленні оратора наголосом. У такий спосіб Борис Джонсон фокусує увагу аудиторії на підтримці британського народу щодо України та переконує у повній прихильності британського уряду до України у її боротьбі проти загарбників. Наголошені також лексеми *true* та *horrific*, які є оцінними та експресивно насиченими й підкреслюють позицію оратора щодо подій, про які він говорить.

У наступному проаналізованому уривку з промови Бориса Джонсона яскраво простежується використання інтонації, пауз, наголосу для виділення ключової думки всього виступу політика:

(3) «*And just as he fatally underestimated Ukraine / he also underestimated the price / the world / was willing / to pay / to support Ukraine. We have / and we will / and even though / we must accept / that after six months of war / the price / is indeed a high price» [1].*

Борис Джонсон використовує паузи перед кожним складовим елементом висловлювання та наголошує їх, щоб сфокусувати увагу аудиторії на цій думці. Окрім того, оратор у момент виголошення цього фрагменту промови фокусує свій погляд на аудиторії, встановлюючи зоровий контакт, використовує вказівний жест, у такт ритміці своєї промови кілька разів опускаючи вказівний палець перед

собою (емфатичний жест). Така сукупність невербальних засобів акумулюється оратором для реалізації стратегії переконання – а даному випадку йдеться про переконання української аудиторії у беззаперечній підтримці Великобританії та інших цивілізованих країн світу.

Висновки. Відтак, аналіз невербального компоненту політичного дискурсу показав, що невербальна поведінка політика є частиною його іміджу та мовленнєвої особистості, яка залежить не лише від його особистісних якостей, але також професіоналізму, ораторських здібностей, харизми. Невербальні засоби активно використовуються політичними лідерами для здійснення впливу на аудиторію, зокрема й для реалізації стратегії переконання. Аналіз невербальної поведінки Бориса Джонсона дозволив з'ясувати, що цьому політику притаманні енергійні, вольові жести та пози, він є вмілим оратором, який активно застосовує у якості засобів переконання невербальні елементи кінесичного (жести та міміка), проксемічного (пози) та просодичного (інтонація, темп, тембр мовлення, паузи).

Перспективи подальшого дослідження полягають у вивченні вербальної, невербальної та надвербальної складової політичного іміджу та мовленнєвої особистості Бориса Джонсона у їх сукупності та взаємодії.

## **Література**

1. Гулей М. Д. Переконання як основна стратегія політичного дискурсу. *Проблеми семантики слова, речення та тексту*. 2017. № 38. С. 39-42.
2. Данилевська Л. Логіко-філософські передумови навчання аргументування як феномену в спілкуванні. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*: зб. наук. пр. Київ: Політехніка, 2006. №3 (18): Філософія. Психологія. Педагогіка. С. 153-161.
3. Ковалинська І. В. Невербальна комунікація. Київ: Вид-во «Освіта України», 2014. 289 с.
4. Львовочкіна А. М. Етнопсихологія: навч. посіб. Київ: МАУП, 2002. 144 с.
5. Максименко С. Д. Загальна психологія: навч. посіб. Київ: МАУП, 2000. 256 с.
6. Мозер М. Комунікативні тактики та стратегії в політичному дискурсі. *Філософія та політологія в контексті сучасної культури*. 2020. № 12(1). С. 141-146.
7. Павлова Л. В. Комунікативні стратегії і тактики в англомовному політичному

медіадискурсі. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Сер.: Філологія. Соціальні комунікації*. Т. 29 (68), № 3. 2018. С. 55-60. 8. Павлюк Л. Демократичний дискурс: історичні сценарії і тенденції «Транзитивного» розвитку. *Вісник Львівського університету: зб. наук. ст.. Серія Журналістика*. Вип. 23. Львів: Видавництво ЛНУ. 2013. С. 86-95. 9. Романюк С. К., Ковальчук Т. Г. Невербальні компоненти в рекламному дискурсі. *Актуальні проблеми філології та методики викладання гуманітарних дисциплін*. Рівне: РДГУ, 2012. С. 9-11. 10. Селіванова О. О. Мовленнєвий вплив в комунікативній взаємодії. *Психолінгвістика*. 2012. Вип. 10. С. 223-229. 11. Третяк О., Ставченко С. Антикризові політичні технології: зміст та значення в умовах політичної трансформації. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії*. 2022. Випуск 44. С. 247-253. 12. Якимчук В., Лопатюк Н. Комунікативні стратегії і тактики в політичних промовах В. Зеленського. № 835-836: *Науковий вісник Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича. Германська філологія*. 2022. С. 127-134. 13. Benoit W. L. The Functional Theory of Political Campaign Discourse. URL: [http://folius.narod.ru/vol\\_18\\_benoit.htm](http://folius.narod.ru/vol_18_benoit.htm)

#### **Джерела ілюстративного матеріалу**

14. Prime Minister Boris Johnson gives a speech in Ukraine. 10 Downing Street. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=ZtsOxSZq\\_Do&ab\\_channel=10DowningStreet](https://www.youtube.com/watch?v=ZtsOxSZq_Do&ab_channel=10DowningStreet)

## РЕТРОСПЕКТИВА ДОСЛІДЖЕННЯ БІОГРАФІЧНОГО МЕДІАТЕКСТУ ЯК ОБ'ЄКТУ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Блєверова О.В. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол.нук, доц. Легейда А.В.

**Анотація:** Стаття присвячена ретроспективі досліджень біографічних медіатекстів (включаючи і автобіографії), аналізу їх лінгвістичних аспектів та розглядає їхню роль у формуванні образів відомих осіб та вплив на суспільну думку. Дослідження також включає вивчення мовної стратегії та маніпуляції читачем або глядачем.

**Ключові слова:** англomовний біографічний дискурс, біографічний дискурс, біографія, медіатекст, мовні засоби, мовні стратегії.

**Blievierova O.V. Retrospective of research of biographical media text as an object of linguistic research.** The article is devoted to a retrospective of research of biographical media texts (including autobiographies), an analysis of their linguistic aspects, and examines their role in the formation of images of famous persons and their influence on public opinion. The study also includes the study of language strategy and manipulation of the reader or viewer.

**Keywords:** biographical discourse, biography, English-language biographical discourse, language means, language strategies. media text.

Глибоке розуміння сучасної лінгвістики неможливе без аналізу текстів у контексті різних жанрів та дискурсів. Однак, наше розуміння мови та тексту суттєво збагачується, коли наша увага спрямовується на конкретні медіа-специфічні жанри, наприклад такі як біографічні медіатексти. Біографічні медіатексти – це носії інформації про життя та діяльність особистостей, створені через використання різних лінгвістичних та аудіовізуальних засобів. Їх слід розглядати як частину культурної спадщини, яка відображає історію та різноманітні соціокультурні контексти.

Біографічний медіатекст є досить своєрідним об'єктом лінгвістичного дослідження, який з'єднує в собі біографічну інформацію та аудіовізуальний контексти. Цей жанр тексту виникає як результат співпраці біографів, журналістів та редакторів, і відрізняється особливою структурою, стилем і мовою. Лінгвістичні дослідження в області біографічних медіатекстів дозволяють вивчати, аналізувати та розуміти, як мова та стиль впливають на сприйняття біографічної інформації, а також як цей жанр розвивається в залежності від

соціокультурних та технологічних змін. Ретроспектива досліджень біографічного медіатексту свідчить про те, що цей об'єкт здобуває все більше популярності серед дослідників лінгвістики та медіа ресурсів.

Метою даної статті є розгляд ретроспективи аналізу біографічного медіатексту. Ми оглянемо ключові аспекти цього напрямку і дослідимо, як розвиток сучасних медіа-технологій і зміни в суспільстві впливають на способи створення і споживання біографічних медіатекстів. Зокрема, будуть розглядатись питання вибору жанрових форматів, мовних засобів та медіа-платформ, що використовуються при створенні біографічних медіатекстів, а також спробуємо розглянути їхній вплив на формування образів різних особистостей в суспільній свідомості.

Актуальність цього дослідження полягає в тому, що на сьогоднішній день, біографічні медіатексти є одним з ключових елементів сучасної культури, оскільки Інтернет, кіно, телебачення та друковані видання створюють унікальні можливості для висвітлення життєвих історій на різноманітних платформах. Розуміння мовленнєвих стратегій та семіотичних засобів біографічних медіатекстів відкриває двері до розуміння сутності культурних інновацій та тенденцій.

Об'єктом дослідження є біографічні медіатексти.

Предметом дослідження є мовні засоби, структурні особливості та стилістичні рішення, які використовуються в біографічних медіатекстах.

Новизна цього дослідження полягає в тому, що воно розглядає біографічний медіатекст у контексті лінгвістичних досліджень, а також в аналізі зв'язку мови, візуальних та аудіовізуальних компонентів у створенні життєпису особистості та його вплив на сприйняття аудиторією. Хоча біографії та життєписи досліджуються істориками, психологами, та культурологами, лінгвістика може додати новий шар розуміння шляхом аналізу мовних засобів, структури, термінології та стилістичних особливостей, які використовуються у таких текстах.

Сама біографія як жанр може поділятися на «художню біографію, літературну біографію, романізовану біографію, та фактографічну художню

біографію...Ці жанрові позначення біографії синонімічні, оскільки основним жанротвірним принципом у кожному випадку є співвідношення в координатах факт/вигадка, адже основа сюжетної оповіді в белетризованих біографіях документальна, однак автор із об'єктивних і суб'єктивних причин домислює факти».[1, с.20]. Загалом біографічний та автобіографічний дискурс як об'єкт лінгвістичного аналізу мають описуватись за наступними ознаками: жанрові форми, функція, мета, хронотоп, співвідношення суб'єктивного та об'єктивного, концепти, що формують дискурс, мовні засоби та комунікативні стратегії які використовуються для життєпису особистості. Більшість медіатекстів біографічного напрямку містять в собі наступні ознаки та особливості: хронологічна структура, наративний стиль, наявність цитувань (або самої особистості, або знайомих із нею людей та свідків подій що описуються), наявність наочних медіа матеріалів (фото, відео, аудіо тощо).

До функцій біографічного медіатексту можна віднести наступні:

- Просвітницька функція: допомагають в навчанні та науковій діяльності, розповідаючи про життя та досягнення видатних особистостей, надають приклади успіху та натхнення для інших людей;

- Дослідницька функція: Для вчених біографічні медіатексти можуть стати одним з джерел для вивчення соціокультурних та історичних процесів через приклад конкретної особистості;

- Інформативна функція: Біографічні медіатексти надають інформацію про особистість, її біографію, освіту, професійну кар'єру, внесок у суспільство, інші важливі деталі життя;

- Соціальна функція: біографічні медіатексти сприяють формуванню ідентичності та самосвідомості людей, розкриваючи різні аспекти людської природи та досвіду;

- Виховна функція: біографічні матеріали можуть використовуватися в освітньому процесі для виховання, навчаючи студентів та учнів важливим життєвим урокам та цінностям;

• Популяризація культурних та історичних аспектів: медіатексти біографічного напрямку можуть допомагати популяризувати культурні та історичні аспекти певних епох, подій та особистостей.

В дослідженні біографій та автобіографій важливо визначити ключові моменти життєвого шляху особистості як у культурному так і в соціальному контексті. Ці дослідження умовно можна поділити на дві групи: «перша група – це біографічні дослідження, спрямовані на вивчення життєвого шляху особистості на основі безпосередньої взаємодії з нею.... Друга група – біографічні дослідження, в межах яких вивчається життєвий шлях особистості без безпосередньої взаємодії із нею. В цьому випадку йдеться мова про аналіз історичних постатей, художників, музикантів, письменників тощо. Використовуються біографії, автобіографії, щоденники, листи, свідчення очевидців, а також продукти діяльності.»[3, с.2] Перше що приходить на думку про першу групу біографічних досліджень це інтерв'ю, які можуть розміщуватись в мережі як у відео форматі, так і у форматі медіатексту, який включатиме в себе супровідні фото та відеоматеріали. Також в деяких випадках в біографічних медіатекстах може доступна аудіо версія інтерв'ю, або супровідної до нього статті як це демонструється на прикладі біографії Єлизавети II[6]. Також слід зазначити, що в поданому медіатексті присутні посилання на біографічні тексти про всіх згаданих особистостей (Королева-мати, Георг VI, Принцеса Маргарет, Філіп, герцог Единбурзький, Чарльз III або Карл III, Діана, принцеса Уельська, та інші члени Королівської родини)[7;8;9;10;11;12]; також окремим посиланням в медіатексті додаються всі супровідні фото та відеоматеріали, і до кожної статті доступна аудіо версія. Додатково представлена біографічна інформація у вигляді інтерактивного генеалогічного дерева, яке містить посилання на всі вищезазначені біографії.

Також біографічні тексти та медіатексти можуть містити в собі і навчально-виховну функцію, що розглядається на прикладі досліджень біографій відомих американських лікарів-письменників ХХ століття [4]. Саму структуру біографічних медіатексті можна розглянути на прикладі біографій Перших Леді

США[5], де вона визначається наступним чином: 1. дані про народження; 2. дані про родину; 3. особиста інформація; 4. сімейне життя; 5. президентське життя; 6. дані про смерть. Значним подіям присвячуються окремі розділи[5]. Зазвичай в офіційних біографіях автор дотримується офіційно-ділового стилю і уникає зайвих емоційно забарвлених слів. Також такі тексти можуть містити в собі цитати, які є вже більш автобіографічним елементом.

Варто також зазначити що сьогодні з розвитком сучасних технологій (авто)біографічні медіатексти можуть подаватись в форматі блогу. «При використанні блогу в якості джерела біографічної інформації варто звернути увагу на те, до якого типу даних він може бути віднесений. Аналогом традиційного щоденника стає блог спрямований на самовираження, пов'язане із переживаннями. Разом із тим до джерел аналогічних листуванню слід віднести блоги-спілкування» [2]. Незважаючи на проблеми аналізу, презентація (авто)біографічної інформації в такому форматі є найбільш технологічною, оскільки в ньому можна використовувати будь-які медійні та мовні засоби.

Що стосується автобіографій, вони досліджувались приблизно за тими ж параметрами, але в їх дослідженні треба враховувати деяку суб'єктивність та упередженість, адже людина яка пише, або розповідає про себе не завжди об'єктивно оцінює факти. Саме тому дослідження автобіографій трохи складніше як з історичної так і з лінгвістичної точки зору.

Подальші перспективи досліджень біографічних та автобіографічних медіатекстів мають досить великий потенціал як з історичної так і з лінгвістичної точки зору. Перш за все це зумовлено браком подібних досліджень, оскільки сам по собі жанр медіа тексту є досить новим і продовжує стрімко розвиватись разом із сучасними технологіями.

#### Висновок:

В реаліях сьогодення з розвитком технологій біографічні медіатексти стали більш цікавими та доступними. Використання медіа значно полегшило розуміння та сприйняття біографічних матеріалів та зробило їх вивчення більш цікавим та плідним. В найближчому майбутньому електронні медіа-ресурси мають потенціал

повністю витіснити паперові книги та видання, і тим самим сформувати підґрунтя до подальших досліджень.

## Література

1. Бистров Я.В.. Англомовний біографічний нарратив у вимірах когнітивної лінгвістики і синергетики : монографія / Яків Володимирович Бистров. – К. ; Івано-Франківськ : Видавець Кушнір Г.М., 2016. – 320 с. URL:[http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/3603/1/%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F\\_02.03.pdf](http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/3603/1/%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F_02.03.pdf) (Дата звернення: 13.10.2023).
2. Вернік Ю. Блоги як новітні джерела біографічної інформації / Ю. Вернік // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. – 2011. – Вип. 31. – С. 626-632. URL: [file:///C:/Users/a%20b/Downloads/npnbuimviv\\_2011\\_31\\_53.pdf](file:///C:/Users/a%20b/Downloads/npnbuimviv_2011_31_53.pdf) (Дата звернення: 14.10.2023)
3. Климчук В.О., Мойсієнко Я.В. Життєвий шлях творчої особистості: принципи біографічного дослідження // Соціальна психологія. – 2007. – №6. – С. 32-44. URL:<https://core.ac.uk/download/pdf/12084133.pdf> (Дата звернення: 13.10.2023)
4. Лисанець Ю., Беляєва О., Гаврильєва К., Ефендієва С., Таран З. Біографії лікарів-письменників США ХХ століття як навчально-виховний ресурс для студентів ЗВМО Полтавський державний медичний університет, Полтава, 2023. с.72-76 URL:[https://www.researchgate.net/publication/373125893\\_The\\_biographies\\_of\\_20th-century\\_US\\_physician-writers\\_as\\_an\\_educational\\_resource\\_for\\_medical\\_students](https://www.researchgate.net/publication/373125893_The_biographies_of_20th-century_US_physician-writers_as_an_educational_resource_for_medical_students) (Дата звернення: 13.10.2023)
5. Мозгова А.В., Структура англомовних біографічних текстів про перших леді США//Інститут філології Київського університету імені Бориса Грінченка URL:[https://core.ac.uk/display/300405059?utm\\_source=pdf&utm\\_medium=banner&utm\\_campaign=pdf-decoration-v1](https://core.ac.uk/display/300405059?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1) (Дата звернення: 14.10.2023)

## Список джерел ілюстративного матеріалу

6. Britannica, The Editors of Encyclopaedia. "Elizabeth II". Encyclopedia Britannica, 12 Oct. 2023, URL:<https://www.britannica.com/biography/Elizabeth-II> (last accessed 18 October 2023).
7. Britannica, The Editors of Encyclopaedia. "Elizabeth". Encyclopedia Britannica, 11 Oct. 2023,

[URL:https://www.britannica.com/biography/Elizabeth-queen-consort-of-United-Kingdom](https://www.britannica.com/biography/Elizabeth-queen-consort-of-United-Kingdom) (last accessed 18 October 2023). 8. Britannica, The Editors of Encyclopaedia. "George VI". Encyclopedia Britannica, 15 Oct. 2023, URL:https://www.britannica.com/biography/George-VI (last accessed 18 October 2023). 9. Britannica, The Editors of Encyclopaedia. "Princess Margaret". Encyclopedia Britannica, 9 Sep. 2023, URL:https://www.britannica.com/biography/Princess-Margaret (last accessed 18 October 2023). 10. Britannica, The Editors of Encyclopaedia. "Philip, duke of Edinburgh". Encyclopedia Britannica, 12 Oct. 2023, URL:https://www.britannica.com/biography/Philip-duke-of-Edinburgh (last accessed 18 October 2023). 11. Britannica, The Editors of Encyclopaedia. "Charles III". Encyclopedia Britannica, 11 Oct. 2023, URL:https://www.britannica.com/biography/Charles-III-king-of-the-United-Kingdom (last accessed 18 October 2023). 12. Britannica, The Editors of Encyclopaedia. "Diana, princess of Wales". Encyclopedia Britannica, 11 Oct. 2023, URL:https://www.britannica.com/biography/Diana-princess-of-Wales (last accessed 18 October 2023).

УДК 811.111+811.161.2]'373.612.2:179.9

## ПОНЯТТЄВО- ЦІННІСНА ТА ОБРАЗНА СКЛАДОВІ КОНЦЕПТУ HONESTY / ЧЕСНІСТЬ В АНГЛОМОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

Валентьєва А. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол.наук, доц. Шастало В.О.

**Анотація:** Робота присвячена поетапному дослідженню понятійно-ціннісної та образної складових концепту HONESTY / ЧЕСНІСТЬ в англomовній картині світу. Розкривається етнокультурна специфіка концепту HONESTY / ЧЕСНІСТЬ в англomовній лінгвокультурі за допомогою аналізу лексичних засобів його репрезентації у мові.

**Ключові слова:** понятійно-ціннісна та образна складові, чесність, картина світу, концепт.

**Summary:** Valentjeva A. **The notional, value and figurative components of concept of HONESTY in the English construal of the world.** The paper focuses on the investigation of the notional, value and figurative components of concept of HONESTY which exists in the English construal of the world. The research aim is to study the ethnocultural characteristics of the concept of HONESTY by analyzing the lexical means of its representation in the language. **Key words:** notional, value and figurative components, honesty, construal of the world, concept.

Етнокультурні особливості концептів досліджувалися вітчизняними і зарубіжними вченими на матеріалі різних лінгвокультур: британської, американської, іранської, української (І.С. Шевченко, Морозова І.І., Бодаренко Є.В., Шастало В.О.) в різних аспектах [4; 2; 3]. Сучасна лінгвістика представлена різними мовознавчими напрямками. Одним із них є дослідження когнітивних процесів у мові, якими займається когнітивна лінгвістика. Ця наука, представниками якої є такі зарубіжні та вітчизняні вчені та ін. прийшла на зміну структурній лінгвістиці, де мова інтерпретувалась як своєрідна чітко організована система, в якій кожне явище має свою цінність залежно від місця в цій системі, і де було проведено чіткі межі між мовною синхронією і діахронією, мовою та мовленням, звуком і фонемою, словом і лексемою тощо. Когнітивна ж лінгвістика розглядає мову не як систему в самій собі і для самої себе, а у зв'язку з людиною, без якої виникнення і функціонування цієї системи було б неможливе.

Наша робота присвячена вивченню понятійно-ціннісної та образної складових лінгвокультурного концепту HONESTY / ЧЕСНІСТЬ в англійській мовній картині світу. Актуальність дослідження зумовлена наступним: лінгвокультурологія є одним із актуальних напрямів сучасної антропологічної лінгвістики, понятійно-ціннісні та образні складові концепту HONESTY / ЧЕСНІСТЬ описані в науковій літературі недостатньо.

Об'єктом нашого дослідження є концепт HONESTY / ЧЕСНІСТЬ, який існує у просторі англійської лінгвокультури, та лексичні засоби його вербалізації в англійській мові.

Предметом вивчення є поняттєві, ціннісні та образні складові концепту HONESTY / ЧЕСНІСТЬ в англійському дискурсі, встановлення яких дає можливість розкрити його лінгвокультурну специфіку.

Мета роботи – розкрити етнокультурну специфіку концепту HONESTY / ЧЕСНІСТЬ в англійській лінгвокультурі за допомогою аналізу лексичних засобів його репрезентації у мові.

Матеріалом дослідження послужили дані вибірки – лексеми на позначення концепту HONESTY / ЧЕСНІСТЬ із британських та американських тлумачних та синонімічних словників, що вжиті у 500 текстових художніх та публіцистичних фрагментах.

При написанні роботи були використані наступні методи дослідження: дефініційний, компонентний, порівняльний та контекстуальний аналізи.

Наша робота присвячена дослідженню лінгвокультурного концепту HONESTY / ЧЕСНІСТЬ і його аналіз відбувається в декілька послідовних етапів. Перш за все аналіз лексичного значення та внутрішньої форми ключового слова *honesty* та прикметника *honest*. По-друге, виявлення синонімічного ряду ключової лексеми. По-третє, опис способів категоризації концепту в мовній картині світу. І дослідження образної складової (визначення способів концептуалізації як вторинного переосмислення ключової лексеми, дослідження концептуальної метафори чи метонімії) є фінальним етапом роботи.

Поняттєві характеристики концепту виявляємо шляхом компонентного (семантичного) аналізу лексичних засобів його вербалізації у мові з метою виявлення семного складу. Почнемо наш розгляд з опису поняттєвої складової концепту, що існує у просторі британської та американської лінгвокультур. Ключовою лексемою, яка репрезентує обраний концепт, служить його іменем, є лексична одиниця «*honesty*». Слово «*honesty*» потрапило в англійську мову із латини (поч. 14ст.) «splendor, honor; elegance» — велич, честь, елегантність; пізніше (кінець 14ст.) «honorable position; propriety of behavior, good manners; virginity, chastity» — почесна посада; належна поведінка, гарні манери; незайманість, цнотливість; від давньо-франц. *oneste, honesté* «respectability, decency, honorable action» — респектабельність, порядність, почесна дія. Від латин. *honestatem* «honor received from others; reputation, character» — честь, нагорода отримана від інших; репутація; в переносному значенні «uprightness, probity, integrity, virtue» — чесність, порядність, цілісність, добродієність. Також фіксується похідний прикметник *honest* (*honestus*, 1400 р.) у значенні «moral

purity, uprightness, virtue, justness» — моральна чистота, чесність, чеснота, справедливість [9].

Тлумачні словники сучасної англійської мови [7; 8; 10] визначають лексему «*honesty*» таким чином: 1) the quality of being truthful and trustworthy; 2) in the sense of frankness; 3) (archaic) virtue, respect ; 4) freedom from deceit or fraud ; 5) the quality of being honest.

У результаті здійсненого семантичного аналізу нами було виділено такі концептуальні ознаки: *правдивість, надійність, чесність, відвертість, чеснота, повага, честь, свобода від обману чи шахрайства, поважна людина, з гарною репутацією, скромність, простота, неприкрашеність, отриманий чи виграний чесно, щирість, відкритість, поважність.*

Отриманий корпус сем можна об'єднати у 3 гіперсеми (родова сема, що складається з декількох видових сем (гіпосем)): 1) особистісні якості людини, що включають в себе «внутрішні якості» (*правдивість, надійність*) та «поведінку» (*чесність, відвертість, щирість, відкритість, поважність*); 2) до гіперсеми «моральні якості» входять такі семи як: *честь, чеснота, повага*; 3) гіперсемі «властивості неживої природи» представляють семи: *скромність, простота, неприкрашеність, непритензійність, неоздобленість, отриманий чи виграний чесно.*

Ціннісний складник лінгвокультурного концепту HONESTY / ЧЕСНІСТЬ зумовлений його роллю в соціумі в ту, чи іншу епоху. Цінність завжди є центром лінгвокультурного концепту, адже за допомогою концепту ми можемо дослідити ту чи іншу культуру, а в основі культури знаходиться саме ціннісний принцип. Поняття «цінність» по-різному трактується філософами, психологами і лінгвістами. В етиці «цінності( моральні)» розглядають, як різновиди добра і зла та їх численні прояви. Тому цінності поділяють на позитивні і негативні. Добро у свою чергу має багато модифікацій. Прояв добра обов'язково є проявом або справедливості, або милосердя, або *чесності* тощо. Добро як таке не може мати цінності, оскільки воно не має окремого буття. Це абстракція, в якій мисляться всі явища, яким притаманні ознаки добра.

Так, контекстуальний аналіз ключової лексики *honesty* та прикметника *honest* проведений на матеріалі британської та американського художнього та публіцистичного дискурсу, дав можливість виявити її оцінні конотації, дослідження яких дозволило доповнити ціннісну характеристику цього концепту в цих лінгвокультурах.

Отже, в англomовній картині світу чесність:

1) є однією з чеснот:

*by higher quality, i mean integrity, honesty and values and goals that were similar to mine. # look, there's no way around it [BNC];*

2) буває природною, а буває і вдовоною: (“*natural*”, “*true*”, “*ordinary*”, “*typical honesty*”);

3) чесність передбачена релігією:

*that is the whole truth as I am an honest Christian woman and you will see that...* [The Vital Message, C. Doyle];

4) чесність наділена антропоморфними характеристиками:

- має гендерну диференціацію (“*maiden*”, “*female*”, “*manly honesty*”, “*his honesty*”);

*SIMPLE To desire this honest gentlewoman, your maid, to speak a good word to Mistress Anne Page for my master in the way of marriage.* [The Merry wives, W. Shakespeare];

- має вікову приналежність: “*maiden honesty*”, “*youth honesty*”;

- наділена силою, здатністю виконувати якусь роботу:

*He saw too clearly the little vices and deceits and flaws of life, and, seeing them, it seemed to him honest to take notice of them.* [War And The Future ,H. G. Wells];

5) також чесності властива градуйованість (“*essentially honest*”, “*too honest*”, “*strictly*”, “*entirely honest*”):

*Miss Howard had always seemed to me so essentially honest--almost uncomfortably so* [The Mysterious Affair At Styles, A. Christie];

6) національна специфіка:

*If, at your express request, I take off my honest English coat here and put on a Jesuit's gown -- if, purely out of sympathy for your awkward position... [No Name, W.Collins ]*

Образну складову концепту HONESTY / ЧЕСНІСТЬ досліджуємо виходячи з теорії концептуальної метафори Дж. Лакофа та М. Джонсона [1]. Оскільки, чесність є абстрактним поняттям, для більш чіткого осмислення та розуміння необхідно залучити більш конкретні поняття, що, власне, і відбувається в результаті когнітивної номінації. Так, для осмислення одного референта в процесі метафоричної концептуалізації можна залучати декілька корелятивів і навпаки. З. Ковечеш виділяє діапазон метафори (range of metaphor) – декілька концептуальних корелятивів, за допомогою яких осмислюються певний референт [5, с. 64] та спектр метафори (scope of metaphor) – група референтів, які співвідносяться з концептуальним корелятивом [6, с. 315; 6, с. 108]. Відповідно у нашому дослідженні концепт ЧЕСНІСТЬ послідовно визначаємо і як референт, і як корелятив когнітивних метафор.

Набір корелятивних доменів, що мапуються на референтний концепт ЧЕСНІСТЬ охоплює домени: ЛЮДИНА, ЦІННІСТЬ/ ЯКІСТЬ, ПОМІЧНИК, СУТЬ/ ЄСТВО, ПРИЧИНА/ ПРИВІД, ФІЗИЧНИЙ ОБ'ЄКТ. Сукупно вони утворюють метафоричний діапазон референтного концепту ЧЕСНІСТЬ.

Так, в домені ЛЮДИНА зустрічаються різнопланові випадки персоніфікації, висвітлюючи окремі здібності та дії людини.

- метафора ЧЕСНІСТЬ Є ЖИВОЮ ІСТОТОЮ:

*Honesty lives in at the end of his career?* [The Woman in white, W. Collins ]

- метафора ЧЕСНІСТЬ МИСЛИТЬ:

*...the Pope must be obeyed, and it were not the Pope's worship nor my poor honesty to wit you distressed, neither the queen, neither in peril, nor shamed* [Le Morte d'Arthur, Th. Malory];

- метафора ЧЕСНІСТЬ ЗДАТНА ГОВОРИТИ:

*Anyone with a grain of sense and the slightest claim to intellectual honesty would have to say no.*[BNC];

- метафора ЧЕСНІСТЬ ЗДАТНА СЯЯТИ:

*... let your honesty shine " probably has a double meaning; partly referring to Art bringing honesty to his acting role in Catch-22, and partly referring to their honesty with each other about their desires for their respective musical futures. [BNC];*

- метафора ЧЕСНІСТЬ ПОТРЕБУЄ ДОПОМОГИ, СПАСІННЯ:

*Thou blessed Father, Son, and Holy Ghost, I beseech thee of thy mercy, that my simple worship and honesty be saved, and thou blessed Trinity [Le Morte d'Arthur, Th. Malory];*

У домені ФІЗИЧНИЙ ОБ'ЄКТ зустрічаємо наступні розширення (ПЕРЕШКОДА, ОБ'ЄКТ):

- метафора ЧЕСНІСТЬ ЗАВАЖАЄ:

*...she was honest enough to own, might have been better- who knows?[War and the Future, H. Wells]*

- ЧЕСНІСТЬ Є ОБ'ЄКТОМ:

*It takes honesty , integrity, humility and courage to bring forth information such as this which is in potential conflict with conclusions that one has reached in the past. You deserve to be commended by anyone interested in the issue, no matter which side of it they might find themselves on. [BNC];*

- ЧЕСНІСТЬ Є ЧИМОСЬ ОЧЕВИДНИМ:

*Honesty was clear as the traders showed these, quite the finest of all wild funghi, split through so to evidence that they were fresh gathered and contained no insects who ruin the stems. [BNC];*

Елементи домену ЦІННІСТЬ/ ЯКІСТЬ проявляються в :

- ЧЕСНІСТЬ Є ЦІННІСТЮ:

*They are honest men--and that is their value to us. [The Secret Adversary, A. Christie]*

Наступний домен ПРИЧИНА/ ПРИВІД має такі уточнення:

-ЧЕСНІСТЬ Є ПРИВОДОМ ДЛЯ ГОРДОСТІ:

*You cant hear me but I am applauding your honesty [BNC]*

Спектр метафор ЧЕСНОСТІ охоплює декілька референтних доменів, на які здатен мапуватися концепт ЧЕСНІСТЬ. За результатами нашого дослідження, увесь спектр референтів можна звести до 3 доменів: ЛЮДИНА (з його 10 розширеннями: ЗОВНІШНІСТЬ /ОДЯГ, СУСПІЛЬСТВО/ СОЦІАЛЬНИЙ СТАТУС, РОБОТА/ ОБОВ'ЯЗОК, ПОВЕДІНКА/ МАНЕРИ/ РЕПУТАЦІЯ, РОЗУМОВІ ЗДІБНОСТІ, НАМІР/ ПОРАДА, ЕМОЦІЇ / ПОЧУТТЯ, ПРАВДА/ БРЕХНЯ, СЕРЦЕ / ДУША, СЛОВА/ ДІЇ), АРТЕФАКТ, МОРАЛЬ (РЕЛІГІЯ, ЧЕСНОТА).

Серед цих трьох референтних доменів за ступенем метафоризації найвищим є домен ЛЮДИНА. В утворенні метафори і метафтонімії уточнення та висвітлення зазнають наступні зони перехресного мапування:

-референт ЗОВНІШНІСТЬ /ОДЯГ типу *honest face, eyes, hands, apperance, look blushing face*, де поєднано синекдоху ЧАСТИНА → ЦІЛЕ (*hand → person*):

*Thus was Sir Launcelot there more than a year and a half, honestly arrayed and fair faren withal.* [Le Morte d'Arthur, Th. Malory]

-референт РОБОТА/ ОБОВ'ЯЗОК:

*The chance that they may help me to earn an honest living is the one chance that I have left.* [The Two Destinies, W. Collins]

-референт ПОВЕДІНКА/ МАНЕРИ/ РЕПУТАЦІЯ:

*...called the House of Orphans, where they are bred up, clothed, fed, taught, and when fit to go out, are placed out to trades or to services, so as to be well able to provide for themselves by an honest, industrious behaviour.* [Moll Flanders, D.Defoe]

-референт РОЗУМОВІ ЗДІБНОСТІ:

*No learned quibbles can ever persuade an honest earnest mind that that is right.* [The Vital Message, C. Doyle]

-референт НАМІР/ ПОРАДА:

*Do this; and to-morrow you will thank an old soldier for giving you a word of honest advice.*[ After Dark, W. Collins ];

-референт ЕМОЦІЯ / ПОЧУТТЯ:

*He praised her for being without art or affectation, for having simple, honest, generous, feelings.* [Emma, J. Austen];

-референт СЕРЦЕ / ДУША:

*Poor Thorpe is in town: I dread the sight of him; his honest heart would feel so much. I have written to him and my father.* [Northanger Abbey, J. Austen];

-референт СЛОВА/ ДІЇ:

*...these offences might have been overlooked, had not your pride been hurt by my honest confession of the scruples that had long prevented my forming any serious design.* [Pride And Prejudice, J. Austen ];

Домен АРТЕФАКТ представлений наступним референтами:

-референт НЕЖИВА ПРИРОДА:

*...his honest old outspoken wig, his miserable mohair stock [BNC]*

- референт ЯВИЩА ПРИРОДИ:

*...but he is as honest as the sun, and so good night...* [Little Dorrit, Ch. Dickens]

В домені МОРАЛЬ висвітлення набули:

-референт ЧЕСНОТА:

*I am quite ready to admit that you can find sterling merit, honest worth, deep affection, and all such like virtues of the roast-beef-and-plum-pudding school as much, and perhaps more, under broadcloth and tweed as ever existed beneath silk and velvet* [The Idle Thoughts Of An Idle Fellow, Jerome K. Jerome.]

-референт РЕЛІГІЯ:

*Every day we hoped that he was gone, but as long as he was there we could not desert him; that is the whole truth as I am an honest Christian woman and you will see that...* [The Vital Message, C. Doyle]

Отже, виявлені корелятивні домени сприяють осмисленню референтного концепту ЧЕСНІСТЬ, розкривать та уточнюють його суть, утворюють численні метафори, що засвідчує актуальність цього концепту для англомовної картини світу. Перспективним напрямом дослідження концепту HONESTY / ЧЕСНІСТЬ

вважаємо проведення порівняльного аналізу цього концепту в американській, британській та українській лінгвокультурах.

### **Література**

1. Лакофф Дж. Метафори, которими ми живем. *Теория метафоры*. 1990. С. 387-415. 2. Морозова І. І. Типологія дискурсів британської жінки ХІХ століття. *Сучасна германістика : мова і світ людини*. Харків, 2020. С. 68-70. 3. Турченко В.О. [1Когнітивно-комунікативні характеристики концепту СКРОМНІСТЬ В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ ХІV–ХХІ СТОЛІТЬ](#). Харків, 2014. 241с. 4. Шевченко І.С. *Концептуалізація комунікативної поведінки в дискурсі* /Бондаренко Є.В., Мартинюк А.П., Фролова І.Е. Шевченко І.С.; за ред. І.С. Шевченко Як намалювати портрет птаха: методологія когнітивно-комунікативного дослідження мови: колективна монографія. Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. С. 106-147. 5. Kovecses Z. American “Friendship” and the Scope of Metaphor. *Cognitive Linguistics*, 1995. Vol. 6(4). P. 315–346. 6. Kovecses Z. *Metaphor: A Practical Introduction*. Oxford : Oxford University Press, 2002. – 375 p. 7. Collins Thesaurus. URL:<http://www.collinslanguage.com/results.aspx>. 8. New Webster’s Dictionary and Thesaurus of the English Language. USA: Lexicon publications, inc., 1993. 1248p. 9. Online Etymology Dictionary. URL: <http://www.etymonline.com>. 10. Roget's 21st Century Thesaurus, Third Edition. URL: <http://www.amazon.com/Rogets-Century-Thesaurus-Twentieth-First-Dictionary>.

### **Список джерел ілюстративного матеріалу**

11. Austen J. *Emma* . Oxford : OUP, 2008. 448 p. 12. Austen J. *Pride and Prejudice*. URL: <http://www.online-literature.com/>. 13. British National Corpus. URL:<http://corpus.byu.edu/bnc/>. 14. Christie A. *The Mysterious Affair at Styles*. URL: <http://www.online-literature.com>. 15. Collins W. *No Name*. FQ Books, 2010. 506 p. 16. Defoe D. *Moll Flanders*. London : Campbell, 1991. 338 p. 17. Dickens Ch. *Little Dorrit*. London: Penguin Books, 1994. 826 p. 18. Fielding H. *The History of Tom Jones*. L. : David Campbell Publishers Ltd., 1995. 863 p. 19. Malory Th. *Le Morte D’Arthur*. URL: <http://www.mysticrealms.org.uk/malory/book01.htm>. 20. Shakespeare W. *The Complete Works* . Chatham : Wordsworth, 1999. 1263 p.

# ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ НАДВЕРБАЛЬНИХ КОМПОНЕНТІВ КОМУНІКАЦІЇ У ПОБУТОВОМУ ТА ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОМУ ТИПАХ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО ДИСКУРСУ

Висицька Ю.С. (Харків)

Науковий керівник: докт. філол. наук, проф. Солощук Л.В.

**Анотація:** Стаття присвячена вивченню особливостей функціонування надвербальних компонентів комунікації у побутовому та інституціональному типах сучасного англomовного дискурсу. У дослідженні розглянуто надвербальні компоненти комунікації як оптимізатори кооперативно та контрадикторно спрямованого спілкування у сучасному англomовному побутовому дискурсі та сучасному англomовному інституціональному дискурсі.

**Ключові слова:** інституціональний дискурс, конфліктна ситуація спілкування, кооперативна ситуація спілкування, надвербальні компоненти, побутовий дискурс.

**Summary:** Vysytska Y. **The Peculiarities of Supraverbal Components of Communication Functioning in Everyday and Institutional Types of Modern English Discourse.** The article is devoted to the study of the peculiarities of the functioning of the supraverbal components of communication in everyday and institutional types of Modern English discourse. The study examines the supraverbal components of communication as optimizers of cooperative and contradictive communication in Modern English everyday discourse and modern English institutional discourse.

**Key words:** everyday discourse, institutional discourse, contradictive communication situation, cooperative communication situation, supraverbal components.

Глобальна трансформація, що відбувається сьогодні, супроводжується не тільки проникненням комунікації в усі сфери життєдіяльності суспільства, виникненням і розвитком якісно нового типу комунікативних структур і процесів, а й глибоким переосмисленням комунікативної природи соціальної реальності, змін у соціально-комунікативній сфері, місця і ролі комунікації у розвитку суспільства [2]. У таких умовах важливо розуміти, як саме сприймається людина в сучасному суспільстві, за якими критеріями оцінюється її успішність/неуспішність, обирається стратегія здійснення спілкування з нею. Вербальні, невербальні та надвербальні компоненти комунікації відіграють важливу роль у цьому процесі.

Важливим компонентом комунікації з огляду на ідентифікацію та прийняття соціальної ролі людини є надвербальний компонент, який стосується одягу та аксесуарів мовця. Дослідження різних аспектів функціонування надвербальних компонентів здійснювалося у наукових працях таких дослідників: І.В.

Ковалинська [4], Л.В. Солощук [6, 7], Т.В. Чрділелі [9], Р. Барт [11], А. Кендон [13], М. Маклюен [14], Д. Торнборроу [16] та інших.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що попри важливість надвербальної складової спілкування людей у рамках побутового та інституційного дискурсу, цей елемент комунікації на сьогодні лишається менш дослідженим за вербальний чи невербальний компоненти, і потребує подальшого розвитку: це поняття необхідно визначити у повному обсязі, як і складові, що його реалізують.

Об'єктом дослідження є надвербальні компоненти комунікації як маркер кооперативної або конфліктної ситуацій спілкування у побутовому та інституціональному типах сучасного англомовного дискурсу. Предметом дослідження слугує специфіка функціонування надвербальних компонентів комунікації у побутовому та інституціональному типах сучасного англомовного дискурсу. Метою дослідження є вивчення особливостей функціонування надвербальних компонентів комунікації у зазначених типах сучасного англомовного дискурсу. Згідно з поставленою метою, у роботі вирішуються такі завдання: з'ясувати особливості організації сучасного англомовного побутового та інституціонального дискурсу; дослідити надвербальні складові сучасного англомовного діалогічного дискурсу; розглянути надвербальні компоненти комунікації як оптимізатори кооперативно та контрадикторно спрямованого спілкування у сучасному англомовному побутовому дискурсі; проаналізувати надвербальні компоненти комунікації як оптимізатори кооперативно та контрадикторно спрямованого спілкування у сучасному англомовному інституціональному дискурсі.

Матеріалом дослідження слугували 55 дискурсивних фрагментів з текстів художніх творів сучасних англійських та американських авторів, кінострічок та телесеріалів, що містять фрагменти побутового та інституціонального англомовного дискурсу.

Наукова новизна дослідження обумовлена тим, що виокремлено надвербальні компоненти діалогічного дискурсу, які впливають на реалізацію

кооперативної або контрадикторної стратегії спілкування у межах побутового та інституціонального типів англомовного дискурсу, а також розглянуто різні аспекти, зокрема, соціальні, гендерні та вікові, що мають значний вплив на функціонування надвербальних компонентів у дискурсі. Теоретичне значення дослідження визначається тим, що його положення та висновки є внеском у дискурсознавчі студії, теорію дискурсивної взаємодії різних кодових систем, теорію комунікації. Вони сприяють поглибленню розуміння семантичних і прагматичних особливостей взаємодії надвербальної складової з вербальними та невербальними компонентами комунікації в англомовному діалогічному дискурсі.

Вчення про надвербальні компоненти комунікації є відносно новим та актуальним питанням сучасної лінгвістики, оскільки знаменує новий виток у розвитку цієї науки та відповідає умовам та вимогам сучасного суспільства.

Надвербальні компоненти комунікації є невіддільною складовою більшості типів дискурсів англійської мови. У дослідженні сфокусовано увагу на побутовому та інституціональному типах дискурсу. Побутовий дискурс розглядається як дискурс сфери побутової комунікації й визначається у роботі як тип особистісно-орієнтованої комунікативної взаємодії у побутовій сфері між мовцями, пов'язаними дружніми чи сімейними або просто близькими відносинами. О.Г. Зверєва визначає його як «дискурс сфери побутової комунікації» [3, с. 29].

Інституційний дискурс – це дискурс, який визначається типами тих соціальних інститутів, що склалися у суспільстві, та нормами даного соціуму. На думку Т.В. Чрділелі, інституційний дискурс проявляє себе в типових ситуативно-комунікативних актах, характерних для системи відносин та функціонування певного соціального інституту [9, с. 20].

Надвербальні компоненти комунікації можуть впливати на процес комунікації та регулювати його, імпліцитно повідомляючи важливі факти про мовця [12, р. 107]. Одним з найвідоміших дослідників семіотичної значущості таких атрибутів, як одяг, став дослідник та доктор наук з Великобританії

Малколм Барндард зі своєю фундаментальною роботою, яка кинула виклик уявленню про моду як про щось надлишкове і представила ідею про те, що мода та одяг можуть функціонувати як ключові одиниці комунікації [10]. Теоретик засобів масової інформації Маршалл Маклюен визначав одяг як «продовження людської шкіри, а відповідність моді – як створення соціального середовища» [14]. Французький семіотик Ролан Барт вивчав значення моди і те, як мода та одяг відображаються в дискурсі, що вилилося в його книгу 1967 року «Система моди» (*Systeme de la Mode*), яка запропонувала метод інтерпретації ролі модних журналів у декодуванні модного диктату [11].

Надвербальні компоненти відображають ставлення учасників комунікації один до одного і виконують такі функції, як контроль, регулювання, інформування, діагностика та корекція взаємодії. Л.В. Солощук пропонує іменувати надвербальними такі елементи інформативного характеру про мовців, які враховуються ними при плануванні комунікативних стратегій та тактик поведінки та впливають на вибір адекватних ситуації мовленнєвих засобів спілкування [6]. Зовнішній вигляд може служити інформацією про соціальний статус людини, її професію (китель, офісний костюм, роба, білий халат), події життя (весільна сукня, лікарняний одяг) [4, с. 52].

Окремим елементом в структурі надвербальних компонентів є написи на одязі, які допомагають людям виражати свій особистий стиль, позицію, переконання та інтереси, створюючи відчуття приналежності та зв'язку з іншими. Вони функціонують як комунікативний засіб, наділений різноманітними функціями: комунікативною, регулятивно-ціннісною, інформативно-репрезентативною, експресивно-прагматичною, епістемологічною, естетичною. Причому, функції можуть поєднуватися в одному написі, що зумовлюється конкретною ситуацією спілкування [8, с. 43-50].

Механізми комунікації включають кооперативний і конфронтаційний типи, причому кооперативний дискурс зосереджується на спільній меті, а конфронтаційний дискурс виражає конфліктні відносини, інтереси або цінності. Аналіз механізмів взаємодії комунікативних намірів мовців у рамках побутового

та інституціонального дискурсу передбачає виокремлення двох типів комунікації: кооперативного та конфронтативного, або ж конфліктного [1, с. 74-77].

У ході дослідження було встановлено, що гендерні та вікові аспекти також мають великий вплив на функціонування надвербального комунікативного компоненту у дискурсі. З огляду на психологічні відмінності жінок, чоловіків, різних вікових груп, зорове сприйняття різних гендерних та вікових груп може відрізнятися. Так, увага жінок є більш деталізованою, вони звертають увагу на:

- деталі одягу, аксесуари;
- деталі зовнішнього вигляду – тип зачіски, макіяжу, доглянутість;
- ціну предметів одягу, аксесуарів;
- кольори предметів зовнішнього вигляду, аксесуарів;
- бренди одягу, аксесуарів.

Увага чоловіків сфокусована на таких аспектах як:

- зовнішній образ, але він сприймається більш узагальнено, ніж жінкою, образ людини оцінюється як цілісний, не розглядається деталізовано;
- аксесуари, такі як годинники, гаманці тощо;
- марки автомобілів;
- цінові категорії автомобілів, аксесуарів.

Сучасна людина приділяє значну увагу своєму зовнішньому вигляду, з огляду на те, що він є своєрідною візитною карткою в навколишньому світі. Саме тому можна відзначити наявність великої кількості оцінних епітетів, які використовуються з метою як опису людини, так і її світосприйняття: *brand-new*, *handsome*, *good-looking*, *expensive-looking*, *drop-dead*, *gorgeous*, *achingly looking*, які надають образу позитивної або негативної оцінки:

- *The next moment a couple in expensive-looking coats enters, and Eric springs*

*into full-charm offensive, ushering them to meet Ava, handing them champagne, and taking them over to see the view (17, p. 255).*

- *Then into the room, carrying an enormous bouquet of flowers, walks the most*

*drop-dead gorgeous man I've ever seen (17, p. 64).*

Сучасна людина приділяє велику увагу і дрібним деталям іміджу, це особливо підкреслюється наявністю великої кількості термінів моди й антропонімів, що складають характеристику сучасної особи, яка надає перевагу дорогим, якісним товарам від світових брендів, таких як *Louis Vuitton, Gucci, Armani, Chanel, Prada, Tiffany*:

- *Underneath, she's wearing an Armani slip dress that I recognize from my wardrobe, all scrunched up under her jeans (17, p. 189).*

- *She has about five La Perla bras worn around her middle, and dangling from them, like charms from a bracelet, are two beaded evening bags (17, p. 189).*

Наведені приклади демонструють, що одяг є своєрідною жіночою релігією, що дозволяє їм здобувати віру і підкорювати інших. Саме через важливість одягу в сучасному світі, авторка роману демонструє жіночу оцінку, яка з боку спостерігача проявляється в концептуальному вираженні, що стало культурним феноменом за останні роки – «погляд у стилі Манхеттена». Жінки перевіряють кожну людину, яка потрапляє в їхню сферу впливу, таким методом: при першій зустрічі стає правилом сканувати новоприбулого швидким поглядом з ніг до голови, оцінюючи, наскільки дорого і статусно він виглядає, якого бренду його одяг та взуття, чи дорогі в нього / неї прикраси, годинник тощо:

- *And look at his polished shoes, and his designer watch... (17, p. 65).*

Таким чином, надвербальні компоненти комунікації є важливими оптимізаторами кооперативно спрямованого спілкування у межах побутового дискурсу. Вони сприяють встановленню контакту з іншими людьми, дружніх відносин, дають розуміння про ідентичність людини без слів або жестів.

Конфліктне спілкування передбачає контрадикторний характер вербальної та невербальної взаємодії. Воно характеризується порушенням принципів кооперації

та ввічливості, а також різними видами прагматичної дисгармонії [5]. Розглянемо таку комунікативну ситуацію:

- *SALESWOMAN 1: Yes.*

*Vivian walks away to watch other items in the shop.*

*VIVIAN: You got nice stuff.*

*SALESWOMAN 1: Thank you.*

*VIVIAN: How much is this?*

*Vivian looks at another dummy wearing a very elegant light-colored dress.*

*The saleswoman (Saleswoman 2) with the black jacket has joined them.*

*SALESWOMAN 1: I don't think this would fit you.*

*VIVIAN: Well, I didn't ask if it would fit. I asked how much it was.*

*The saleswoman 1 turns toward her colleague.*

*SALESWOMAN 1: How much is this, Marie?*

*SALESWOMAN 2: It's very expensive.*

*SALESWOMAN 1: It's very expensive.*

*VIVIAN: Look, I got money to spend in here.*

*She starts walking nervously around the shop.*

*SALESWOMAN 1: I don't think we have anything for you. You're obviously in the wrong place. Please leave (18).*

Вівіан відмовили в обслуговуванні у дорогому магазині, оскільки продавчині вважали, що вона не в змозі купити дорогу сукню, хоча Вівіан одразу сказала продавчиням, що у неї є потрібні гроші, щоб заплатити за товар. Таким чином, зовнішній вигляд Вів'єн став причиною контрадикторної комунікації. Цей інцидент підкреслює, що одяг може бути використаний як форма дискримінації, коли припущення про фінансовий статус людини робляться виключно на основі її зовнішнього вигляду. Такі випадки контрадикторної комунікації можуть закріплювати соціальну нерівність та обмежувати можливості для людей, які не відповідають певним стандартам моди.

В інституціональному дискурсі важливим є соціальний статус людини, оскільки він об'єднує людей, які взаємодіють у контексті професійних та ділових

стосунків, а не близьких друзів чи сім'ї. Як наслідок, цей тип дискурсу має унікальні способи вираження кооперативних та конфліктних стратегій поведінки.

У своєму дослідженні Е. Стюарт і Б. Фуллер розглянули семіотику одягу в іміджі продавця, щоб з'ясувати, як одяг впливає на імідж у сфері бізнесу та торгівлі. У дослідженні взяли участь 381 агент із закупівель у двох галузях. Продавець у традиційному одязі сприймався як кращий, освіченіший, амбітніший, консервативніший та більш обізнаний в темі. Його також вважали представником більшої, більш добросовісної компанії з більшим асортиментом продукції, кращими умовами кредитування, кращою якістю товарів і обслуговуванням [15, р. 269-290].

Одяг відіграє вирішальну роль у формуванні взаємодії людини з колективом і створенні професійного іміджу. Проілюструємо цю тезу прикладом з фільму “Стажер” (2015). 70-річний пенсіонер Бен Вітaker повертається до роботи старшим стажером у модній компанії. Його офіційне вбрання спочатку контрастує з офісним середовищем, але зрештою допомагає йому спілкуватися з колегами та керівництвом компанії. Щоденне носіння костюма і краватки демонструє повагу до робочого місця і відданість професіоналізму, сигналізуючи керівниці компанії Джулс і її команді про те, що він серйозно ставиться до своїх обов'язків:

- *JULES: I'll e-mail you. And don't think you need to dress up, we're super informal here.*

*BEN: I'm comfortable in a suit, so if it's okay.*

*JULES: No, sure, it's fine. Old school.*

*BEN: Exactly. At least I'll stand out (20).*

Тема одягу також часто використовується як початок розмови, зачин для бесіди, особливо в офісному середовищі, де перелік тем для загального спілкування, на відміну від повсякденного дискурсу, значно вужчий і більш обмежений. У випадку Бена колеги запитують про його вибір одягу, що призводить до розмов про його походження, досвід і ставлення до роботи, і одяг стає поштовхом для встановлення контакту і подальшої комунікації:

- *DAVIS: So, Ben, you gonna wear a suit everyday?*

*BEN: You bet.*

*DAVIS: Like that confidence. Plus you got the gangsta thing goin'. Very cool (20).*

У межах інституціонального дискурсу також мають місце конфліктні ситуації спілкування. Фільм “Диявол носить Прада” – це історія про молоду жінку Андреа, яка стає помічницею головної редакторки модного журналу. Її зовнішність не відповідає модним тенденціям, що неприйнятно для головної редакторки. Це призводить до того, що вона ставиться до Андреа з презирством і дозволяє висловлюватися про неї нешанобливо:

- *MIRANDA: Okay. I understand. You think this has nothing to do with you. You go to your closet and select, say, that lumpy blue sweater because you're trying to tell the world that you take yourself too seriously to care about what's on your body. What you don't know is that your sweater is not blue. It's not even sky blue. It's cerulean. You also don't know that in 2002, De La Renta did a collection of cerulean gowns, Yves St. Laurent showed a cerulean military jacket, Dolce did skirts with cerulean beads, and in our September issue we did the definitive layout on the color. Cerulean quickly appeared in eight other major collections, then the secondary and department store lines and then trickled down to some lovely Casual Corner, where you no doubt stumbled on it. That color is worth millions of dollars and many jobs. And here you are, thinking you've made a choice that exempts you from the fashion industry. In truth, you are wearing a sweater that was selected for you by the people in this room (19).*

Таким чином, надвербальні компоненти комунікації можуть спричиняти негативне ставлення до людини, автоматичне сприйняття такої особи як ієрархічно нижчої.

Проаналізувавши особливості функціонування надвербальних компонентів комунікації у побутовому та інституціональному типах сучасного англомовного дискурсу, можна зробити висновок, що надвербальні компоненти відіграють

визначну роль у сприйнятті людини, вибору стратегії спілкування з нею, засобів передачі інформації, ставлення до неї. У межах як побутового, так і інституціонального дискурсу вони формують уявлення про співрозмовника, надаючи інформацію про його професію, соціальний статус, особистісні якості та інші параметри, відображають ставлення учасників комунікації один до одного і виконують функції контролю, регулювання, інформування та корекції взаємодії учасників комунікативного процесу.

Перспективами дослідження вважаємо подальші дискурсивні розвідки щодо лінгвістичного аналізу надвербальних компонентів комунікації у ситуаціях кооперативно та контрадикторно спрямованого спілкування у медичному та юридичному типах сучасного англомовного діалогічного дискурсу.

## **Література**

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ, Видавничий центр «Академія». 2004. 344 с.
2. Воронкова В. Г. Становлення інформаційного суспільства як цивілізаційної парадигми розвитку сучасної України за доби глобалізації: теоретико-методологічні та праксеологічні виміри : монографія / В. Г. Воронкова ; ЗДІА. Запоріжжя : ЗДІА, 2017. 270 с. - ISBN 978-617-685-043-4.
3. Зверєва О.Г. Етикетні формули ввічливості у дискурсі сіблінгів. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. 2012. № 1003. С. 28-34.
4. Ковалинська І.В. Невербальна комунікація. Київ, Вид-во «Освіта України». 2014. 289 с.
5. Ковальчук Л. В. Контекст та контекстуальність у сучасному англомовному художньому дискурсі: дис. ... канд. філол. наук: 10.01.04 / Л. В. Ковальчук; Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2017. 231 с.
6. Солощук Л.В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англомовному дискурсі. Харків, 2006. 300 с.
7. Солощук Л. В., Скриннік Ю. С. Стратегії оперування соціальними ролями у сучасному англомовному дискурсі. Science and Education a New Dimension. Philology. 2018. VI (52). Issue 177. P. 64-68.
8. Стрюк Н.В. Написи на одязі як об'єкт лінгвістичних студій. Вісник ЛНУ імені Тараса

Шевченка № 3 (341). 2021. С. 43-50. 9. Чрділелі Т.В. Структура, семантика і прагматика ділового діалогічного дискурсу (на матеріалі сучасної англійської мови): автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2004. 20 с. 10. Barnard M. Fashion as Communication. Second Edition. Oxon and New York: Routledge, 2008. 11. Barthes R. Système de la mode. Paris: Éditions du Seuil, 1967. 328 p. 12. Hawley P.H. The Ontogenesis of Social Dominance: A Strategy-Based Evolutionary Perspective. Developmental Review. 1999. N 19. P. 97-132. 13. Kendon A. Conducting interaction: Patterns of behavior in focused interaction. Cambridge, 1990. 229 p. 14. McLuhan M. Understanding media. The extensions of man. Corte Madera. CA: Gingko Press, 2013. 15. Stuart E., Barbara K. Fuller, Clothing as communication in two business -to-business sales settings, Journal of Business Research, Volume 23. Issue 3. 1991. P. 269-290. 16. Thornborrow J. Power Talk: Language and Interaction in Institutional Discourse. Longman, 2002. 146 p.

#### **Список джерел ілюстративного матеріалу**

17. Kinsella S. Remember Me? London, 2009. 430 p. 18. Pretty Woman. URL: <https://www.imdb.com/title/tt0100405/> (Дата звернення: 15.10.23). 19. The Devil Wears Prada. URL: [https://www.rottentomatoes.com/m/the\\_devil\\_wears\\_prada\\_](https://www.rottentomatoes.com/m/the_devil_wears_prada_) (Дата звернення: 15.10.23). 20. The Intern. URL: <https://www.ivanachubbuck.com/wp-content/uploads/2012/02/The-Intern-Ben-Patty-Entire-Screenplay.pdf> (Дата звернення: 15.10.22)

**КОНЦЕПЦІЯ ПАМ'ЯТІ В РОМАНІ  
КАТІ ПЕТРОВСЬКОЇ «МАБУТЬ ЕСТЕР»**

Заїченко Ю. О. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол. наук Мірошниченко М.Ю.

**Анотація:** У статті досліджено особливості концепції пам'яті, зrealізованої в романі Каті Петровської «Мабуть Естер», що є спробою авторської реконструкції історії власного мультикультурного роду за допомогою біографічних довідок, свідчень очевидців, власних роздумів. Для аналізу використано теорію пам'яті німецької культурологині Аляйди Ассманн, яка виокремлює колективну, культурну та комунікативну пам'ять.

**Ключові слова:** автобіографічна пам'ять, війна, ідентичність, індивідуальна пам'ять, історія, Катя Петровська, колективна пам'ять, комунікативна пам'ять, культурна пам'ять, «Мабуть Естер», німецький сімейний роман, пам'ять, родинна хроніка.

**Summary:** Zaichenko, Y. O. *The Concept of Memory in Katya Petrovska's Novel "Maybe Esther"*. The article examines the features of the concept of memory as implemented in the novel by Katya Petrovska "Maybe Esther". This novel represents the author's attempt to reconstruct of the history of her own multicultural family using biographical references, eyewitness testimonies, and her own reflections. For the analysis, the theory of memory of the German culturologist Aleida Assmann was used, which distinguishes between collective, cultural and communicative memory.

**Keywords:** autobiographical memory, collective memory, communicative memory, cultural memory, family chronicle, German family novel, history, identity, individual memory, Katya Petrovska, «Maybe Esther», memory, war.

Останнім часом досить гостро стоїть питання історичної пам'яті поколінь, що є важливою передумовою усвідомлення свого походження та ідентичності. Важливою складовою цього процесу є дослідження сучасних сімейних (генераційних) романів, починаючи з 90-х рр. минулого століття до сьогодення. В Європі та, зокрема, у Німеччині, події ХХ ст. – світові війни, Голокост, націонал-соціалізм – відбилися на свідомості народу і продовжують жити в трансгенераційній пам'яті родин, що тим чи іншим чином потерпали від названих трагічних подій. Родинне минуле стало однією з основних тем у творах представників так званої літератури «третього покоління» (нім. «deutsche Literatur der Dritten Generation»), тобто покоління онуків учасників подій Другої світової війни.

Багато творів цього покоління звертаються також до питання національної ідентичності в Німеччині після падіння Берлінського муру та об'єднання країни. Також деякі автори мають міграційний досвід або походять з родин емігрантів, тому їхні твори відображають теми імміграції, багатокультурності та інших аспектів глобалізації.

Письменники часто використовують інтертекстуальні посилання на інші твори, зокрема на класичну німецьку літературу. Вони експериментують із жанрами, створюючи гібридні тексти. Не рідкість – соціальна та політична критика сучасного або тогочасного суспільства. Їхні твори порушують питання нерівності, екологічної небезпеки, гендерної та сексуальної ідентичності тощо.

Проте особливе місце в літературі «третього покоління» займають художні спроби реконструкції сімейної історії та власної ідентичності шляхом ретельного дослідження минулому своїх предків та їхніх спогадів.

Поняття ідентичності може розглядатися з індивідуального, соціального та особистісного погляду. На індивідуальному рівні ідентичність є результатом усвідомлення особою власної присутності в просторі й часі з притаманними їй рисами характеру, темпераменту, з певним попереднім досвідом і сподіваннями на майбутнє [4, с. 119]. Для формування індивідуальної ідентичності невід'ємною складовою стають спогади про пережиті трагедії, тому що ідентичність, зі свого боку, має нерозривний зв'язок з історією кожної окремої сім'ї.

Жанр сімейного роману дає змогу максимально реалізувати задум відобразити представників кількох поколінь однієї родини, переживання кожного з них, доповнивши власним ставленням до історичних подій, рішень, зробити припущення щодо тогочасних можливостей. Основна особливість жанру полягає в тому, що за допомогою зображення історії декількох поколінь однієї родини, автор досягає того, що вони відіграють роль не тільки протагоністів сімейної історії, а є також показовими образами національної історії, хоча і з особистим досвідом.

Актуальність роботи зумовлена насамперед інтересом науковців до ролі й форм пам'яті та їх реалізації в художній літературі. Не менш важливим є те, що

роман К. Петровської «Мабуць Естер» є одним з актуальних прикладів літератури «третього покоління». У ньому яскраво продемонстровано, як авторка намагається відшукати власну ідентичність, дослідити своє минуле, ставлячи його в паралель до свого «сучасного».

Об'єктом дослідження є роман К. Петровської «Мабуць Естер» (2014).

Предметом дослідження є форми пам'яті в художньому світі роману.

Метою роботи є описати та класифікувати види пам'яті в романі К. Петровської «Мабуць Естер» на основі концепцій пам'яті А. Ассман.

Методичною базою дослідження слугують наступні підходи:

- герменевтичний підхід базується на інтерпретації та розумінні тексту. Його застосовано для розкриття значення тексту через аналіз символіки, структури та контексту;

- типологічний – використовується для класифікації та порівняння текстів на основі їхніх загальних характеристик або типів;

- культурно-історичний – спрямований на вивчення текстів у контексті їхніх культурних та історичних обставин.

Методологічною основою дослідження послуговували теорії пам'яті, представлені в працях зарубіжних та вітчизняних дослідників (А. Ассман, О. Даценко, О. Колісник).

Різні види пам'яті взаємодіють у романі «Мабуць Естер» створюючи багатогранну картину життя оповідачки та її сім'ї. Через спілкування з родичами, вивчення сімейних архівів та рефлексію над культурними та історичними контекстами, оповідачка (авторське Я) відновлює свою ідентичність та розуміння свого місця в сімейній та національній історії. Роман відображає, як різні види пам'яті формують особистісну й соціальну ідентичність героїні й визначають її ставлення до себе та до світу.

«Мабуць Естер» К. Петровської можна вивчати як спробу реконструкції сімейної історії авторки. Ця книга розповідає про життя Каті та її сім'ї впродовж кількох поколінь, а також про вплив історичних подій та культурних змін на їхню долю. Досить важко однозначно визначити жанр твору, в якому переплітаються

біографічні події, відображені на фоні історичних, політичних, культурних та літературних асоціацій і ремінісценцій. Тому найточнішим вважаємо жанрове визначення, запропоноване українським літературознавцем П. Рихлом, а саме «документальний постмодерністський роман» [6, с. 338].

Оповідачка починає досліджувати свою сімейну історію, переглядаючи архівні документи, листи, спогади родичів і предків, поєднуючи або, часом, порівнюючи з подіями власного життя. Вона вирушає в подорож місцями, де перебували її рідні за різних часів, аби відновити хронологію, довідатися про невідомі обставини їхнього життя. Це дає їй змогу зібрати фрагменти інформації та розпочати реконструкцію свого минулого.

Проте роман не дотримується лінійної структури, а часто переходить від сучасних подій до минулих, і навпаки. Це дає змогу авторці створити розмаїту картину сімейної історії і показати, як сучасні події пов'язані з минулим. Німецька дослідниця А. Ассман зазначає, що «комунікація між епохами та поколіннями переривається, коли втрачається певний фонд спільного знання» [1, с. 22]. Тобто саме передана з вуст в уста інформація про пережите минулих літ дає можливість точно зрозуміти, як та чи інша історична подія вплинула на долю людей. Саме цей «фонд спільного знання» і створює паралель між культурною та комунікативною пам'яттю.

Культурна пам'ять відображає традиції, обряди, мову та інші аспекти культури, що передаються від покоління до покоління [8, с. 3]. У романі К. Петровської знаходимо таке визначення історії: «Історія — це коли раптом не стає людей, яких можна запитати, а залишаються самі джерела» [5, с. 31]. У романі ця пам'ять проявляється через збереження сімейних та національних традицій, а також через розкриття важливості культурної спадщини. Зокрема, наступне висловлення знаходимо у романі щодо зв'язку родини з єврейством: «Слово мешугенер — єдине слово з їдишу, яке залишилося нашій сім'ї. Невже божевілля — мій останній зв'язок із єврейством?» [5, с. 165]. Тобто з плином часу та під впливом різних політичних, етнічних та революційних подій єврейська культурна спадщина поступово викорінювалася із життя родини оповідачки.

Комунікативна пам'ять відображається в спілкуванні між різними поколіннями та членами родини [2, с. 269]. У романі важливою є комунікація між оповідачкою та її родичами, а також між нею та свідками минулих подій. Ця комунікація допомагає відбудувати сімейну історію та зберігати пам'ять про минуле. Наступна цитата із роману є спогадом жінки Наташі, служниці прабабусі оповідачки, про події масово винищення євреїв у Бабиному Яру: «Коли моя прабабка Анна та двоюрідна бабця Льоля у щільному натовпі йшли Великою Житомирською, їхня служниця Наташа ще якийсь час бігла за ними. Вона невпинно плакала, й Анна докоряла їй за ці сльози, заспокійся, у нас з німцями завжди були добрі стосунки. Розшукавши по війні бабусю Розу, Аннину доньку, Наташа переповіла їй це останнє, несамовите речення Анни» [5, с. 235]. Можна стверджувати, що саме комунікативна пам'ять надає змогу реконструювати сімейну історію та відчуті людські переживання у важку хвилину.

Далі йдеться про професійні сімейні традиції оповідачки: «Ми завжди навчали, казала мама, всі ми були вчителями, й іншого нам не дано» [5, с. 53]. Таким чином, мама оповідачки говорить про покликання родини, про продовження справи роду.

Важливою для розуміння проблематики роману «Мабуть Естер» є також колективна пам'ять. Колективна пам'ять відображає загальну історію та спільні здобутки нації чи спільноти [9]. У тексті це проявляється через внесок родини оповідачки в історію своєї країни та через історичні події, які вплинули на їхнє життя. Авторка намагається відновити цю колективну пам'ять, розкриваючи родові легенди й сімейні історії. Зокрема, читач довідується наступне про дядька оповідачки: «...Він стверджує, Штерн і Васільєв були агентами ГПУ, чиїм завданням було прибрати посла Диркзена, але вони його жалюгідно провалили. Ця смерть мала змусити Німеччину оголосити ультиматум війни, війна означала б об'єднання революцій в обидвох країнах, таке було переконання Сталіна» [5, с. 214]. Тобто тут продемонстровано, що злочин, скоєний Юдою Штерном, дядьком оповідачки, мав призвести до серйозних наслідків у міжнародних відносинах.

Найважливіша відмінність соціальної пам'яті від колективної полягає в тому, що спогади в соціальній пам'яті є короткочасними і зникають через певний проміжок часу. На відміну від соціальної пам'яті, яка обов'язково є ефемерною, колективна пам'ять є стабільною та розрахована на тривалі періоди часу. Ця різниця між тимчасовою та постійною пам'яттю пов'язана з носієм пам'яті. Найважливішим засобом соціальної пам'яті є розмова. Ця пам'ять живе завдяки комунікативному обміну. [8] Соціальна форма пам'яті відображає соціальні аспекти життя, включно з класовими розбіжностями, політичні перетворення та інші аспекти суспільства. З приводу впливу тоталітарних режимів на винищення ідишу оповідачка зауважує: «Гітлер знищив читачів, а Сталін письменників, так батько підсумував зникнення цієї мови» [5, с. 225]. У такий спосіб згадано про масові винищення євреїв у часи Другої світової війни та заборону використання мов, відмінних за уніфіковану російську, зокрема, в публіцистиці та пригнічення в розповсюдженні цих мов загалом у повоєнні радянські часи.

Не менш цікавими є безпосередньо особисті спогади оповідачки, її внутрішній світ, досвід та переживання. Існує декілька видів пам'яті, якщо йдеться про окремого індивіда, зокрема індивідуальна та автобіографічна пам'ять.

Індивідуальна пам'ять демонструється через внутрішні монологи, роздуми та спогади і є середовищем для суб'єктивної обробки досвіду [7]. А саме наративна перспектива оповіді від першої особи дає змогу максимально відчувати переживання оповідачки. Наприклад, у романі є спогади оповідачки про прадіда: «Коли я піросла, часто роздумувала про цього прадіда з таким дивним звучанням, про його ім'я, що давало мені водночас і походження, і притулок, Азилій, і його азиль, який давав прихисток, місце усамітнення і безпеки, домівка для всіх...» [5, с. 104]. У даній цитаті використана омонімічна форма імені і слова прихисток (нім. Asyl), щоб показати важливість людини у житті оповідачки.

Автобіографічна пам'ять є системою спогадів про важливі життєві події людини і включає інформацію, що має безпосередній стосунок до життєвого шляху особистості [3]. Зокрема, наступним чином було виражено хвилювання оповідачки під час поїздки до Польщі: «Я їхала як росіянка з Німеччини в

єврейську Варшаву моїх предків, до Польщі, в Польщу, мені здавалося, ці дві мови роблять мене представницею окупаційних сил» [5, с. 112]. Тут видно, що оповідачка переживає провину перед Польщею за ті дії, що були скоєні радянськими та німецькими військами у часи Другої світової війни.

Література може взаємодіяти з цими різними видами пам'яті, створюючи складні та багатогранні тексти, які розкривають історії, ідентичності та культурні особливості персонажів та спільнот. Це дозволяє читачам краще розуміти себе та світ навколо себе крізь призму літературних творів.

Роман «Мабуть Естер» залучає різні види пам'яті для створення багат шарового образу сімейної історії та культурної ідентичності героїні. Попри те, що події, описані в романі, відбувалися понад сто років тому, великий об'єм проблемних питань залишаються й дотепер непроговореними. Оприлюднення на Сході досі закритих історичних даних дає К. Петровській та іншим представникам літератури «третього покоління» можливість залучити ці відомості до свого художнього проекту реконструкції сімейної історії в глобальному вимірі. А отже, проаналізувавши види пам'яті за А. Ассман та розглянувши роман К. Петровської «Мабуть Естер» у цьому контексті ми дійшли таких висновків. По-перше, існують різні форми пам'яті, які розрізняються тривалістю, способом передачі інформації, а також носіями та кількістю залучених людей, яких стосується та чи інша подія. По-друге, твір К. Петровської охоплює різні види пам'яті – зокрема, колективну, комунікативну і культурну, також індивідуальну і автобіографічну – що дає читачеві можливість поринути у «велику історію» крізь складну та багат шарову меморіальну оптику.

Перспективним вважаємо дослідження роману з точки зору реалізації інших форм пам'яті, а також вивчення сімейних романів інших авторів «третього покоління».

## **Література**

1. Ассман А. Простори спогаду. Форми та трансформації культурної пам'яті: пер. з нім. К. Дмитренко, Л. Доронічева, О. Юдін. К.: Ніка-Центр, 2014. 440 с.
2. Боднар Г. (2020) Від «колективної пам'яті» до «пам'яті груп» та постпам'яті: до

питання розвитку і сучасних викликів у студіях пам'яті С. 257–288 URL: <https://www.inst-ukr.lviv.ua/download.php?portfolioitemid=455> (дата звернення: 10.08.2023) 3. Даценко О. А. Психологічні аспекти автобіографічної пам'яті особистості. Теорія і практика сучасної психології. 2020 URL: <https://doi.org/10.32840/2663-6026.2020.1-1.5> (дата звернення: 11.09.2023) 4. Колісник О. В. До проблеми визначення соціокультурних контекстів понять «ідентичності» та «самоідентифікації» С. 118–132 URL: До проблеми визначення соціокультурних контекстів понять ідентичності та самоідентифікації (pubdoc.co) (дата звернення: 17.08.2023) 5. Петровська, К. (2015). Мабуть Естер. Чернівці: Книги – XXI, 228 с. 6. Рихло, П. Нетлінне дерево роду. Післямова. В: Петровська, К. Мабуть Естер. Чернівці: Книги – XXI, 2015, С. 332–347. 7. Assman A. Drei Formen von Gedächtnis С. 15-25 URL: <https://gepeskonyv.btk.elte.hu/adatok/Germanisztika/11-Drei....pdf> (дата звернення: 30.08.2023) 8. Assman, A., Soziales und kollektives Gedächtnis. URL: <https://de.scribd.com/Aleida-Assmann-Soziales-Und-Kollektives-Gedaechtnis> (дата звернення: 23.08.2023) 9. Jensen U. Review of Assmann, Aleida; Heidrun Friese. Identitäten. Niethammer, Lutz. Kollektive Identität: Heimliche Quellen einer unheimlichen Konjunktur. H-Soz-u-Kult, H-Net Reviews. November, 2000. 9 с.

## УДК 37.02

### РОЛЬ АСИНХРОННОГО НАВЧАННЯ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Заславська В.М. (Київ)

Науковий керівник: ст. викл. Пашкова А. В.

**Анотація:** У статті досліджується роль асинхронного навчання в українській освітній системі в умовах пандемії та соціально-політичної кризи, спричиненої повномасштабним вторгненням Росії в Україну. Представлений аналіз переваг та обмежень цього підходу, його вплив на якість освіти та процес навчання, а також можливості його розвитку.

**Ключові слова:** асинхронне навчання, інтуїція в освітньому процесі, освітній процес у вищих навчальних закладах, сенсорика в освітньому процесі, синхронне навчання.

**Summary:** V. M. Zaslavska **The role of asynchronous education in modern conditions.** The article examines the role of asynchronous learning in the Ukrainian educational system in the context of the pandemic and socio-political crisis caused by the full-scale invasion of Russia into Ukraine. An

analysis of the advantages and limitations of this approach, its impact on the quality of education and the learning process, as well as the possibilities of its development is presented.

**Key words:** asynchronous learning, educational process in higher education institutions, intuition in the educational process, sensing in the educational process, synchronous learning.

Актуальність дослідження ролі асинхронного навчання у сучасних умовах зумовлена поширенням пандемії COVID-19 та глибоким соціально-політичним кризовим становищем, спричиненим повномасштабним вторгненням Росії в Україну, що призвели до серйозних викликів для традиційної освітньої системи. Проблеми з Інтернет-зв'язком та перерви у електропостачанні, особливо у прифронтових регіонах України, підкреслили наявні недоліки шкільного та університетського навчання та негативно відобразилися на ринку праці у вигляді масової втрати робочих місць. На фоні виникнення потреби у альтернативних освітніх послугах, відбулося зростання популярності міжнародних освітніх платформ, таких як Coursera, Shaw Academy, SkillShare [5], а також вітчизняних сервісів, таких як, Prometheus, які стали основним джерелом знань для широкого кола студентів та дорослих українців. На додаток до цього, державні інституції та приватні освітні заклади активно впроваджують асинхронні методи навчання, розширюючи доступ до якісної освіти в умовах кризи та обмежень.

Об'єктом дослідження є система асинхронного навчання та його вплив на освітні процеси в українській освітній системі. Предметом дослідження виступають ролі асинхронного навчання в сучасних умовах, зокрема його вплив на процес освіти в умовах кризи, його переваги та можливості, а також його потенціал для розвитку та забезпечення якісної освіти для широкого кола студентів та дорослих. Метою дослідження є аналіз та систематизація досвіду впровадження асинхронного навчання в українській освітній системі, виявлення його ключових переваг та обмежень, оцінка його впливу на якість освіти та розвиток учнів та студентів у сучасних умовах. Дослідження також спрямоване на визначення перспектив розвитку асинхронного навчання як ефективного та гнучкого інструменту для забезпечення якісної освіти в умовах непередбачуваних змін та кризових ситуацій.

Новизну дослідження зумовлює той факт, що проблематика асинхронного навчання в Україні залишається недостатньо розглянутою у науковій літературі, незважаючи на її універсальний характер, що охоплює не лише вивчення іноземних мов, а й всіх дисциплін університетського та шкільного рівнів. Робота Шевченка О., Кучеренка С., Комишана А., Шевченка В. та Кучеренко Н. [7] акцентує увагу на необхідності створення відповідних умов для дистанційного та асинхронного навчання, а також виокремлює проблему формування мотивації у студентів. Серед іноземних дослідників слід зазначити імена Х. Акрама, Х. Максуда, та М. С. Чугтаї [8], які підкреслюють позитивний вплив асинхронного навчання на психологічний стан студентів у школах та університетах.

Асинхронне навчання визначається як педагогічний процес, що передбачає двосторонню взаємодію між викладачем та студентом (або групою студентів) із затримкою у часі, здійснену за допомогою електронних засобів спілкування та інформаційних технологій, таких як освітні платформи, електронна пошта, форуми та соціальні мережі, з використанням мережі інтернет [4, 9]. Асинхронне навчання є варіацією дистанційного навчання і вважається більш гнучкою формою освітнього процесу у порівнянні з синхронним та традиційним навчанням, оскільки дозволяє студентам вільно регулювати свій графік та темп, враховуючи індивідуальні потреби та обставини.

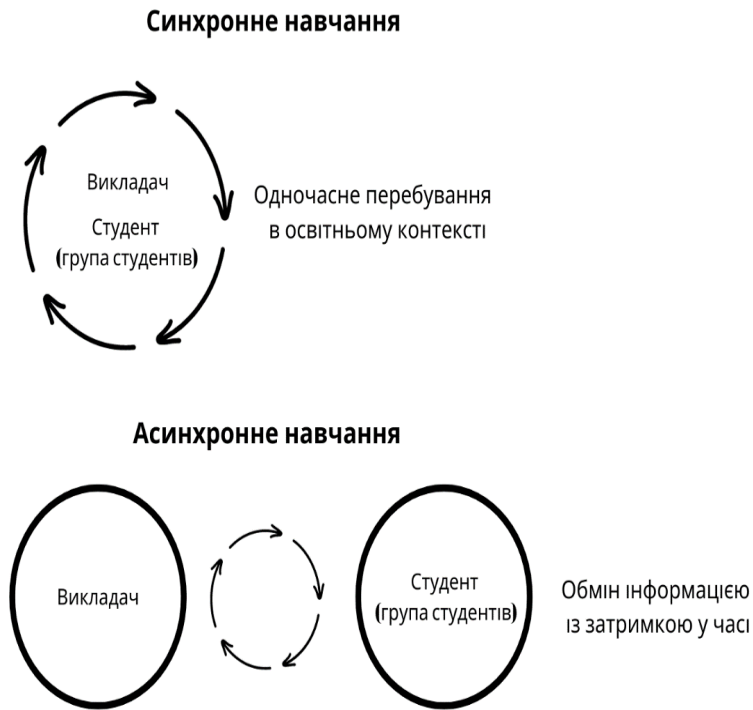


Рисунок 1. Візуальне представлення обміну інформацією між суб'єктами навчального процесу

За умови синхронного навчання студенти та викладач знаходяться в одному освітньому полі (Рис. 1), при цьому обмін інформацією відбувається природньо і без затримки у часі: суб'єкти освітнього процесу мають можливість отримувати інформацію (лекційний матеріал, запитання, тощо) і одразу реагувати на неї. За асинхронного навчання обмін інформацією відбувається «між» викладачем та студентами і є поетапним: наприклад, лекційний матеріал завантажується на освітню платформу, студент реагує, ставить питання, викладач відповідає, тоді як за синхронної форми освіти ці дії відбуваються майже водночас [2].

Переваги і недоліки синхронного та асинхронного навчання в контексті ведучих психологічних функцій за індивідуальною дихотомією «Сенсорика/Інтуїція» базису К. Г. Юнга систематизовано автором на основі наукової літератури (Табл. 1).

Таблиця 1. Оцінка переваг та недоліків асинхронного та синхронного навчання на основі індивідуальної дихотомії «Сенсорика/Інтуїція» К. Г. Юнга (систематизовано автором на основі [1, 3, 9])

Психологічна функція	Синхронне навчання	Асинхронне навчання
Сенсорика – надходження інформації через зовнішній світ	<p>Переваги:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Прямий імпульс сприйняття: студенти мають змогу одразу отримати відповідь на своє запитання, що допомагає уникнути недоліків або непорозумінь у сприйнятті інформації.</li> <li>• Стимуляція взаємодії: активна комунікація з викладачем, обмін ідеями та взаємодопомога.</li> </ul>	<p>Переваги:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Можливість використання інформаційних технологій дозволяє розширити межі візуального та аудіального сприйняття і стимулює до пошуку додаткової інформації.</li> <li>• Стимуляція до концентрації: студент може створити собі умови з мінімізацією подразників.</li> </ul>
	<p>Недоліки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Наявність інших сенсорних подразників у вигляді однокласників, аудиторії й тощо, що заважають сконцентруватися на навчальному матеріалі.</li> </ul>	<p>Недоліки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Наявність інших сенсорних подразників (в залежності від місця виконання завдань): домашні, робочі повідомлення й тощо.</li> <li>• Візуальне та аудіальне сприйняття відбуваються із значною затримкою в часі.</li> </ul>
Інтуїція – зливання інформації з різних джерел і доповнення	<p>Переваги:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Можливість підтвердження припущень та усунення недоліків у сприйнятті інформації.</li> </ul>	<p>Переваги:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Стимулювання інтуїції та імпульс до пошуку додаткової інформації.</li> </ul>

здогадками та припущеннями		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Розвиток синтетичних та аналітичних здібностей студента.</li> <li>• Можливість використання більшої (порівняно із синхронним навчанням) кількості різноманітних джерел для формування власної думки.</li> </ul>
	<p>Недоліки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Відсутність аналітичної та синтетичної діяльності студента.</li> <li>• Обмеження наявним лекційним та/або практичним навчальним матеріалом.</li> </ul>	<p>Недоліки:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ймовірність формування неправильних припущень через відсутність вичерпних знань з навчального матеріалу.</li> <li>• Неможливість миттєво підтвердити припущення, неправильне сприйняття матеріалу.</li> </ul>

Отже, в обох методах навчання прослідковуються суттєві переваги та обмеження, які необхідно враховувати під час формування методичних програм із вивчення мов та інших дисциплін. Адекватне поєднання [2] синхронного та асинхронного навчання дозволяє студентам ефективно засвоювати матеріал із відповідної дисципліни із врахуванням їхніх індивідуальних потреб та специфічних вимог до навчального процесу.

Наразі асинхронне навчання не має офіційного законодавчого визнання як форма освітнього процесу в старших класах та вищих навчальних закладах. Однак, його активне застосування спостерігається в окупованих та прифронтових регіонах. Ми розглядаємо цю практику як можливість впровадження новітніх методик та змін в освітню систему, відповідно до сучасних соціально-політичних умов України. Активна діяльність низки платформ неформальної освіти, таких як Coursera, Shaw Academy, SkillShare, Prometheus, які базуються на асинхронному

навчанні [6], підкреслює можливість та необхідність розгляду впровадження асинхронного навчання на законодавчому рівні у вищій освіті.

Висновки і пропозиції для вирішення розглянутих у роботі проблем. Дослідження ролі асинхронного навчання у сучасних умовах виявило наступні аспекти, пов'язані з впровадженням цього підходу:

- Загострення соціально-політичних проблем, спричинених пандемією COVID-19 та конфліктом з Росією;
- Зростання популярності міжнародних та вітчизняних освітніх платформ, базованих на асинхронному навчанні;
- Зміна сприйняття освітнього процесу, спричинена

Ці аспекти свідчать про важливість забезпечення гнучких форматів навчання для студентів та потребу та підтримку цього підходу серед широкого кола студентів та дорослих. Враховуючи переваги та обмеження асинхронного методу навчання, важливо розробляти інтегровані підходи, що поєднують як синхронні, так і асинхронні форми отримання освіти. Зважаючи на активне використання асинхронного навчання в окремих регіонах, пропозиції щодо його законодавчого визнання та інтеграції в освітній процес вищих навчальних закладів можуть зміцнити освітню систему та підготувати більш гнучку та адаптивну освітню парадигму для майбутніх поколінь.

Перспективою роботи є формування конкретних пропозицій з впровадження асинхронного навчання в українській освітній системі.

## **Література**

1. Бількевич Н. А. Деякі особливості засвоєння інформації студентами з різним типом інформаційного метаболізму. *Медична освіта* (4). 2012. №4. С. 32—35.
2. Гордієнко, В. М. Основні аспекти синхронного та асинхронного режиму дистанційного навчання фізики на етапі профільної освіти. *Магістерські студії: альманах*. Херсон, 2021. №21. С. 390—393.
3. Каганець І. Психологічні аспекти в менеджменті: типологія Юнга, соціоніка, психоінформатика. Київ-Тернопіль, 1997. 204с.
4. Міністерство освіти і науки України (2), Наказ "Деякі питання організації дистанційного навчання" від 08.09.2020 N 1115.
5. Острога М.,

Шамоня В., Шершень О. Цифрові платформи як інструмент реалізації неформальної освіти. *Освіта. Інноватика. Практика : науковий журнал*. Суми, 2022. №10. С. 27—36. 6. Шевченко О., Жовнір Н. Хмарні технології в сучасній освіті: переваги та недоліки Сучасні інноваційно-інвестиційні механізми розвитку в умовах євроінтеграції. IX *Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція*. Полтава, 2022. С. 185—186. 7. Шевченко О., Кучеренко С., Комишан А., Шевченко В., Кучеренко Н. Формування валеологічної компетентності в умовах аудиторного та дистанційного навчання. *Наукові записки кафедри педагогіки*. 2022. №50. С. 137—147. 8. Akram H., Maqsood H. B., Chunghtai M.S. An analysis of business students' stressors and their coping strategies in the post-pandemic era. *Decision*. 2022. №49(2): 239—252. 9. Nguyen T., Netto C. L. M., Wilkins J. F., Bröker P., Vargas E. E., Sealfon C. D., Puthipiroj P., Li K. S., Bowler J. E., Hinson H. R., Pujar M., Stein G. M. Insights Into Students' Experiences and Perceptions of Remote Learning Methods: From the COVID-19 Pandemic to Best Practice for the Future. *Front. Educ. (Sec. Educational Psychology)*. 2021. №6.

УДК 821.111'22

## МОВЛЕННЄВА ПОВЕДІНКА ПЕРШОЇ ЛЕДІ ДЖИЛЛ БАЙДЕН ЯК ЕЛІТАРНОЇ ДИСКУРСИВНОЇ ОСОБИСТОСТІ

Максимова О. В. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол. наук, Набокова І. Ю.

**Анотація:** Представлену розвідку присвячено аналізу вербального компонента комунікативної діяльності першої леді США Джилл Байден. Було встановлено, що перша леді Джилл Байден демонструє високий рівень мовної і комунікативної компетенцій, доречно використовуючи широкий спектр мовних засобів і стилістичних прийомів у різних ситуаціях мовлення, а, отже, може вважатися елітарною дискурсивною особистістю.

**Ключові слова:** елітарна дискурсивна особистість, вербальна складова комунікації, перша леді.

**Summary: Maksymova O.V. Lingual Behavior of the First Lady Jill Biden as an Elite Discursive Personality.** The present research focuses on the verbal component of the speech behavior of the First Lady Jill Biden. It was concluded that Jill Biden demonstrates a high level of linguistic and communicative competences, appropriately using a wide range of language units and stylistic techniques in various speech situations, and, therefore, can be considered an elite discursive personality.

**Key words:** elite discursive personality, first lady, verbal component of communication.

Сучасні лінгвістичні розвідки характеризуються перенесенням уваги дослідників з аналізу мовних засобів на пріоритетність суб'єктивної ролі, яку відіграє особистість у конструюванні дискурсу. Вивчення форм актуалізації мовних особистостей, їхня типологізація в залежності від особливостей їхньої мовленнєвої поведінки, аналіз виокремлення індивідуальної і типової мовних особистостей отримали продовження у розробці теорії дискурсивної особистості.

Актуальність дослідження зумовлюється відповідністю сучасним напрямам лінгвістичних студій, антропоцентричністю об'єкту дослідження, важливістю вивчення комунікативної поведінки таких дискурсивних особистостей як перша леді країни, яка задає соціокультурні орієнтири мільйонам американських жінок.

Об'єктом дослідження є дискурсивна особистість першої леді США Джилл Байден, а його предметом – особливості її мовленнєвої діяльності. Наукова новизна дослідження полягає у тому, що в ньому вперше зроблена спроба виявити специфічні риси вербальної комунікації першої леді США Джилл Байден як елітарної дискурсивної особистості. Метою статті є виявлення пріоритетних ознак мовленнєвої поведінки Джилл Байден як елітарної дискурсивної особистості.

Застосування антропоцентричного підходу до аналізу мовного матеріалу призвело до появи низки понять: стереотип, лінгвокультурний типаж, мовна, мовленнєва, комунікативна та дискурсивна особистості. Існує багато тлумачень кожного з них, проте визначення нечіткі, розпливчасті та перетинаються, на що вказують І. О. Голубовська [2], А. В. Нікітіна [5], О. О. Селіванова [8], які спробували розмежувати ці поняття. Цю тему також підіймають Л. В. Монастир'єва [3] та А. П. Романченко [6]. За визначенням О. О. Селіванової мовна особистість – “це іманентна ознака індивіда як носія мови й комуніканта, що визначає мовну та комунікативну компетенцію людини й реалізацію цих компетенцій при породженні, сприйнятті, розумінні й інтерпретації вербальних повідомлень та текстів” [8, с. 596].

Наразі ми є свідками великої зацікавленості у дослідженні мовних особистостей відомих людей. Так, наприклад, О. М. Абрамічева досліджувала професійну мовну особистість прем'єр-міністра Великої Британії Бориса

Джонсона та продемонструвала, що вона стає важливим чинником його політичної успішності й тривалої популярності на британській політичній арені [1]. І. Б. Морозова аналізувала мовленнєву поведінку елітарної мовної особистості герцогині Кембриджської Кейт Міддлтон [4].

Через дискусійність і відсутність чіткого розгалуження понять «мовна особистість» і «мовленнєва / комунікативна особистість», можемо припустити, що вони є тотожними і можуть тлумачитися як носій мови, який володіє мовною компетенцією і реалізує її при породженні, сприйнятті, розумінні й інтерпретації вербальних повідомлень та текстів різної структурно-мовної складності та глибини з урахуванням прагматичного чинника.

Останніми роками все більшого поширення набуває термін "дискурсивна особистість", що зумовлено важливістю й актуальністю комунікативно-дискурсивної парадигми в сучасній лінгвістиці. А. В. Нікітіна вважає, що дискурсивна особистість "містить елементи мовної, мовленнєвої, комунікативної, риторичної особистості, які виявляються в певних дискурсах через усвідомлення їх цінностей, опанування стратегії, тактик, типових мовленнєвих жанрів, невербальних засобів" [5, с. 277].

А. П. Романченко визначає елітарну мовну особистість як інтелектуально розвинену особистість, яка здатна яскраво реалізувати свою мовну і комунікативну компетенцію в усному і письмовому мовленні різних жанрів, дотримуючись при цьому етичних норм. Характерною ознакою елітарної мовної особистості є риторична компетенція, під якою автор розуміє багатий досвід публічних виступів, володіння прийомами переконання, харизматичність тощо [7, с. 220–222].

Розберемо приклади типової вербальної поведінки першої леді Джилл Байден.

Як зазначає у своєму дослідженні І. Б. Морозова, елітарній мовній особистості притаманне вживання складних або ускладнених синтаксичних конструкцій, що полегшує сприймання повідомлення адресатом, а також свідчить про високий рівень інтелектуальних здібностей мовця [13].

Для офіційних промов першої леді Джилл Байден характерними є речення, які містять 5-6 клауз, але ця кількість може бути і значно більшою, до 10 клауз, з кількістю слів до 90. Серед складнопідрядних речень у її мовленні найчастіше зустрічаються речення причинно-наслідкового типу зі сполучником *because*, прислівниками *so* та *that's why*, що свідчить про намагання першої леді не просто надати думку з певної теми, а й обґрунтувати її, реалізуючи тактику прямої аргументації:

- *You know, I hate to hear that because it's just like it's going so quickly [8].*

Ще однією особливістю промов Джилл Байден є використання риторичних питань для підтримки ілюзії діалогу з аудиторією, спонукання їхньої зацікавленості, небайдужості до питань, що обговорюються:

(2) *How can we hope to keep our military strong if we don't give our families, survivors and caregivers what they need to thrive? [3].*

Однією з характерних рис мовлення першої леді у різних комунікативних ситуаціях є синтаксичний і лексичний паралелізм та повтори. У наступному фрагменті Джилл Байден використовує анафору і ще один з її типових прийомів – розширення змісту попередніх слів, клауз або речень:

(3) *I love to hear their stories, to see what they're learning, because education is so important in every country of the world. Because education, I think, means economic empowerment in those countries [2].*

Так, у першому реченні Джилл Байден вказує на те, що освіта є важливою, а в другому пояснює, в чому саме полягає її важливість – це економічне зміцнення країн.

Наступний фрагмент ілюструє, як за рахунок вживання анафоричної структури з протиставленням граматичних форм дієслова перша леді доводить послідовність і невідворотність певних процесів, у даному випадку, президенства її чоловіка:

(4) *I don't think you need to look at his age; you need to look at what he's accomplished, what he's doing right now, and what he will continue to do for the people of the United States [4].*

Разом з використанням повторів у синтаксичних конструкціях, Джилл Байден також вдається до лексичного паралелізму:

(5) *That's very important to my husband, and I think very important when I go that I make a people-to-people connection, not a government-to-government one. And hopefully..... with the people I meet I hope it them becomes heart-to-heart [1].*

Джилл Байден також притаманно вживання форм теперішнього завершеного часу, що, по-перше, свідчить про дотримання першою леді норм академічної англійської мови, а, по-друге, разом із частим вживанням займенника *I* першої особи однини дозволяє реалізувати стратегію позитивної самопрезентації як особи, що склалася і досягла успіхів у професійному, соціальному і родинному житті:

(6) *I really feel like I've grown so much in this role, because of the opportunities that I've been given whether it's traveling to Africa, or whether it's traveling to Nebraska [9].*

Для промов Джилл Байден не є типовим використання наказових речень. Один з небагатьох прикладів, що були знайдені, стосується президента України Володимира Зеленського. У своєму прагненні допомогти Україні в особі її президента, реалізуючи стратегію позитивної презентації особи, Джилл Байден каже:

(7) *So, look at the man. Look what he's doing. Look what he continues to do each and every day [6].*

У даному фрагменті знов використовується анафора, а також синонімічний повтор займенників *each and every*, що семантично підсилюють один одного.

В промовах та інтерв'ю дискурсивної особистості першої леді Джилл Байден широко використовуються метафори (8) і фразеологізми (9) різних типів:

(8) *And as he transforms, you know, our economy, creating millions of jobs that are shaping the future, he knows that education is key to filling those critical roles [8].*

(9) *It's easy to think of them as mythical heroes or angels among us. What else could explain such herculean acts of fortitude and fearlessness?" [7].*

Доктор Байден має гарне почуття гумору. Звернення першої леді до американських військовослужбовців як до учнів у класі викликає їхній сміх, так само як і жартівливе зауваження президентові Джо Байдену, який наче неуважний школяр не слухає вчительку:

(10) *"Joe and I are always excited to visit with our troops and their families," Dr. Biden said, before telling the crowd,*

*"You know, you can sit down." As the crowd laughed and settled into their seats, President Biden turned away from his wife and toward the military seated behind him.*

*"Joe, pay attention," the first lady joked, gesturing for him to turn toward her. In response, the president jokingly saluting his wife as the crowd laughed [5].*

Проаналізувавши офіційні промови і неофіційні інтерв'ю дискурсивної особистості першої леді Джилл Байден, доходимо висновку, що вона володіє широким арсеналом мовних засобів і стилістичних прийомів, які доречно використовує в різноманітних комунікативних ситуаціях для реалізації дискурсивних стратегій, а, отже, на вербальному рівні демонструє відповідність критеріям визначення елітарної дискурсивної особистості.

Перспективи дослідження вбачаємо в аналізі комунікативної поведінки дискурсивної особистості першої леді Джилл Байден на невербальному і надвербальному рівнях.

## **Література**

1. Абрамічева О. М. Джонсонізм як лінгвістичний феномен: професійна дискурсивна особистість Бориса Джонсона. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Філологія. 2022. № 53. Том 1. С. 4—10.
2. Голубовська І. О. Етнічні особливості мовних картин світу. К.: Логос, 2004. 282 с.
3. Монастир'єва Л. В. Дискурсивна особистість у сучасній лінгвістиці.

*Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Філологія. 2019. № 39. Том 3. С. 45—47. 4. Морозова І. Б. Формування лінгвальної поведінки англomовної елітарної особистості (на матеріалі промов герцогині кембриджської Кейт Міддлтон). *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. Том 32 (71). № 1. Частина 1. Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 157—164. 5. Нікітіна А. В. Дискурсна особистість як лінгводидактичне поняття. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського*. Миколаїв, 2015. № 4. С. 217—282. 6. Романченко А. П. Мовна, комунікативна, дискурсивна особистість: проблема кореляції понять. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Філологія. 2016. №25. Том 1. С. 68—70. 7. Романченко А. П. Елітарна мовна особистість: критерії виокремлення. *Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис»*. 2018. №3. С. 219—222. 8. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями і проблеми. Полтава: Довкілля-К, 2008. 712 с.

#### **Список джерел ілюстративного матеріалу**

1. Alarabiya News. June 16, 2023. URL: <https://english.alarabiya.net/News/world/2023/06/16/Exclusive-America-will-re-elect-my-husband-US-First-Lady-Jill-Biden-says> (Last accessed 21.07.2023).
2. Alarabiya News. February 23, 2023. URL: <https://english.alarabiya.net/News/world/2023/02/23/Jill-Biden-US-committed-to-ensuring-African-voices-valued> (Last accessed 21.07.2023).
3. AP. April 7, 2021. URL: <https://apnews.com/article/jill-biden-michelle-obama-michael-pence-volunteer-forces> (Last accessed 14.07.2023).
4. AP. July 25, 2023. URL: <https://apnews.com/article/unesco-jill-biden-paris-ceremony-rejoin> (Last accessed 14.07.2023).
5. First lady speaks to U.S.Forces in U.K.: <https://twitter.com/i/status/1402713283837239298> (Last accessed 15.07.2023).
6. Huffpost. May 7, 2023. URL: <https://www.huffpost.com/entry/jill-biden-reflects-king-charles-coronation> (Last accessed 16.08.2023).
7. People. September 7, 2021. URL: <https://people.com/politics/jill-biden-returns-to-the-classroom-to-teach-in-person-college-classes/> (Last accessed 25.08.2023).
8. Remarks by President Biden and First

Lady Jill Biden at the 2023 National Education Association Annual Meeting: July 4, 2023. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2023/07/04/remarks-by-president-biden-and-first-lady-jill-biden-at-the-2023-national-education-association-annual-meeting/> (Last accessed 24.08.2023). 9. Womanshealth. August 1, 2023. URL: <https://www.womenshealthmag.com/life/a44630441/jill-biden-cover-interview/> (Last accessed 29.08.2023).

УДК 811.111'42:791.229.2:502/504

## ЕКОЛОГІЧНА ІДЕНТИЧНІСТЬ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ ДОКУМЕНТАЛЬНОМУ ФІЛЬМІ

Мельникова І. А. (Харків)

Науковий керівник: докт. філол. наук, проф. Морозова О. І.

**Анотація:** Статтю присвячено дослідженню конструювання екологічної ідентичності в англійськомовних документальних фільмах. Проаналізовано зміст поняття соціальної ідентичності, розглянуто поняття екологічної ідентичності та її складових.

**Ключові слова:** документальний фільм, екологічна ідентичність, соціальна ідентичність,

**Summary:** Melnykova I. A. **Ecological identity in English documentary films.** This article addresses the issue of ecological identity construal in English documentary films. The concept of social identity is analysed. The concept of ecological identity and its constituents are considered.

**Key words:** documentary, ecological identity, social identity.

Екологія – це складна система взаємовідносин живих організмів з навколишнім середовищем. Людське життя пов'язане з цим середовищем надзвичайно тісно, але, на жаль, сучасне суспільство не приділяє належної уваги тим проблемам, що супроводжують наш вплив на матеріальний світ. Для адекватного сприйняття світу людині необхідно створити себе як ідентичність, через призму якої й вестиметься аналіз усього, що відбувається навколо. Найкращий спосіб пов'язати себе з навколишнім світом – це пізнання, тому освіта може вплинути й на екологію. Потужним засобом тут є документальні фільми, що є одним із середовищ, де конструюється екологічно дружня ідентичність сучасної людини.

Актуальність цього дослідження визначається необхідністю розвитку екологічної самосвідомості та ідентичності якомога більшої кількості людей.

Об'єктом дослідження є екологічна ідентичність захисників навколишнього

середовища. Предметом дослідження є особливості конструювання екологічної ідентичності в англійськомовному документальному фільмі екологічної тематики. Мета цієї наукової розвідки – виявити типи екологічної ідентичності в англійськомовному документальному фільмі. Новизна роботи зумовлена тим, що конструювання екологічної ідентичності в англійськомовному документальному фільмі ще не було окремим об'єктом вивчення.

Ідентичність є дуже складним поняттям, незважаючи на те, що воно існує в науковому дискурсі не перший десяток років. В епоху Інтернету дослідження на цю тему набули особливої популярності через різкий перехід комунікації на глобальний рівень, адже почалася так звана нестійка сучасність. З'явилася величезна кількість нових форм участі індивіда в різних процесах. Однак це не означає, що попередні дослідження ідентичності втратили актуальність.

Науковці виокремлюють три основні типи ідентичності: особиста ідентичність – це сукупність рис, що роблять нас та інших людей унікальними [10: 298]; групова ідентичність – найвищою мірою динамічний і дискусійний характер членства в групі, який, як і особиста ідентичність, більше не можна адекватно описати в термінах дискретних, незалежних макросоціальних змінних, як-от стать, клас, раса чи етнічна приналежність [3: 4]; колективна ідентичність – довгострокові, неявні процеси конструювання ідентичності самоідентифікованими спільнотами або когнітивний, моральний та емоційний зв'язок індивіда з більш широким співтовариством (реальним чи уявним), категорією, практикою або інститутом [5: 421]. Такий підхід до виокремлення типів ідентичності є доволі штучним, адже всі типи так чи інакше пов'язані між собою [4: 598], отже, такий розподіл є дослідницькою конвенцією.

Ідентичності можуть перебувати у таких типах відносин: подібність і відмінність (які також називають адекватність і розрізнення) [4: 599]; автентичність і фальсифікація; легітимність і делегітимність.

Соціальна ідентичність визначається як ті аспекти самосвідомості індивіда, що впливають із соціальних категорій, до яких він сприймає себе як належного [12: 40].

У низці досліджень зазначається, що колективна ідентичність концентрується не лише на внутрішніх процесах, а й на тих індивідах, що перебувають поза нею. До цього, наприклад, належать різноманітні заслуховування в парламентах, результат яких якраз спрямований на людей поза колективом.

Науковці [4; 6] відзначають особливу важливість таких елементів:

- 1) Ідентифікація з переконаннями та ідеалами, що лежать в основі певної групи, або приналежність до них. Справа в тому, що сучасне суспільство надзвичайно складне і швидко змінюється, тому цілком ймовірно, що індивіди ідентифікують себе з групою лише частково [2: 8].
- 2) Наявність дії: дискурси, суспільство і світ постійно змінюються, а на ці зміни необхідно реагувати.
- 3) Існування уявного або вигаданого світу, зі спільною діяльністю, зобов'язаннями, а також прогнозами та надіями.
- 4) Існування неучасників: колективна ідентичність не може бути абсолютною, оскільки вона за визначенням вимагає існування неучасників. Це вже суперечить вищезгаданій меті і може створити дискримінацію замість єдності [11: 227–253].

Попри те, що екологічна ідентичність – це не новий концепт, його доволі довго не вносили до переліку академічних термінів, і саме тому такими важливими є сучасні публікації, що висвітлюють екологічний, колективний і суб'єктивний досвід. Сучасна література з науки про поведінку та соціальні рухи ідентифікує як обізнаність, так і формування колективної ідентичності як основу для спонукання до колективних дій.

Саме колективна екологічна ідентичність може досягти цих цілей, що могло би мати першорядне значення для підтримки екологічного переходу та трансформації усвідомленості в дію. Попри це, накопичені на сьогодні знання про колективну екологічну ідентичність є фрагментарними, у літературі існує прогалина, що стосується спільної та всеосяжної теоретичної артикуляції цього явища [6: 2].

Вагомий внесок у теоретичну інтерпретацію цієї проблематики зробив А. Лайт [8]. Він аналізує екологізм з політичної точки зору: стаття менш культурологічна, ніж теорії, що розглядалися до її написання; однак вона пропонує деякі ідеї, що

можуть допомогти онтологічно осмислити і практично впоратися з вищезгаданими проблемами. Хоча й автор не використовує термін "колектив", він посилається на соціальну ідентичність, що лежить в основі екологічного соціального руху. Зокрема, він намагається визначити, чи можна розглядати екологізм як форму політики ідентичності, подібну до фемінізму чи расової політики, що лежить в основі нових соціальних рухів.

I. Дібаттіста виділяє два шляхи розвитку такої ідентичності [6: 5]:  
1) Приналежна екологічна ідентичність (attached ecological identity), що базується на засновку, що люди не відрізняються від природи; однак цей підхід іноді критикують, оскільки це може призвести до екофашизму. 2) Відсторонена екологічна ідентичність (detached ecological identity), підґрунтям якої є міркування, що оскільки політика ідентичності обирається, а не нав'язується, людина може вирішити посісти ту або іншу позицію самостійно.

Виокремлюють три типи світогляду, що отримали такі умовні назви: "фінансово-орієнтований оптиміст" (з домінуванням грошових смислів в екологічній позиції); "турботливий еко-активіст" (із домінуванням біосферних смислів в екологічній позиції); "еко-несвідомий критик" (з амбівалентною екологічною позицією).

K. Баєва [1: 32-33] виокремлює низку питань, що виникають через ці моделі: 1.

Якщо екологічна позиція віддзеркалює нову екологічну парадигму або домінуючу соціальну парадигму, то як це відображається на переконаннях щодо контролю та екологічних норм? 2. Якщо екологічна позиція орієнтована на фінансово-економічні відносини, чи може вона зміцнювати або руйнувати зв'язок із природою? 3. Важливим є питання про значення екологічної позиції для емоційних відповідей суб'єкта на порушення проекологічних норм, адже кілька досліджень довели, що емоції впливають на екологічні позиції та норми. 4. Сучасні екологічні зміни є потенційним стресором, що зумовлює питання про роль екологічної позиції у виборі екологічних стратегій.

Одним із ключових для становлення особистості етапів є етап освіти, і саме в цей період варто починати прищеплювати екологічні цінності. Для вимірювання

змін в екологічній ідентичності в дослідженнях використовують термін «спорідненість з природою» (the nature relatedness). Для розвитку екологічної ідентичності в результаті експериментів відзначили кілька кроків [9: 7]: 1. Прогулянка як навчання. 2. Практика мовчання. 3. Усвідомлення та прозріння. 4. Вивчення назв. 5. Помічання та прийняття чуттєвості [9: 8]. 6. Дослідження нових перспектив. 7. Створення історій. 8. Проведення ритуалів [12: 244].

До сучасних методів навчання належать такі: 1. Спостереження за мережами (Observing Networks); 2. Природа, що творить мову (Language Making Nature); 3. Екологічне навчання на основі закономірностей (Pattern-Based Environmental Learning).

Документальні фільми екологічної спрямованості найчастіше концентруються на наслідках для людства, а фільми не-антропоцентричної спрямованості зустрічаються значно рідше.

Фільм про Грету Тунберг "I am Greta" демонструє, яким важливим є внесок простої людини в екологію. Що будь-хто здатний домогтися того, щоб його голос щось значив, а також він ілюструє, наскільки важливе юне покоління для нашої планети. Саме вони є нашим майбутнім, тому дуже важливо, щоб їхні орієнтири і принципи були спрямовані на розвиток і збереження цього світу, а не на апатію і руйнування нашого спільного дому.

Фільм "A Planet for Us All" є значно слабшим з погляду конструювання у ньому екологічної ідентичності. Якщо фільм про Грету показує стосунки людини з довкіллям з боку підлітка, то цей фільм показує реальність з боку дорослої людини і батька – принца Вільяма.

Фільм про ДіКапріо "Before the Flood" є найважчим у соціальному плані, адже він демонструє не лише конкретні наслідки зміни клімату, а й показує, що ховається в політичних іграх.

Фільм "Життя на нашій планеті" виділяється тим, що фокусує увагу не на людстві, а на наших братах по планеті. Тема біологічного різноманіття не була предметом уваги вищерозглянутих фільмів.

Під час аналізу було виокремлено три основні напрямки конструювання екологічної ідентичності глядача: 1) Інформаційний – це просвітницька функція, що спрямована на підвищення у людей усвідомленості та обізнаності, що допомагає підвищити мотивацію до екологічних дій. 2) Емоційний – шляхом різних образів і художніх прийомів творці прив'язують нас до подій та історій, що відбуваються, що підвищує мотивацію. 3) Обнадійливий – низка вчених зазначає, що велика поінформованість веде до того, що багато людей починають відчувати апатію і смуток, тому й важливо, щоб фільми давали надію на світле майбутнє.

Це доводить, що документальні фільми здатні допомогти людині сконструювати свою позицію щодо тієї чи іншої події, адже поєднують у собі інформативну функцію та цінність книжок разом із художнім розмаїттям фільмів. Правильно підібрані образи й теми, мова, якою йде розповідь, здатні утворити емоційний міст із глядачем, що значно сильніше зацікавить людину, ніж сухий академічний стиль, адже саме емоції є головним джерелом мотивації для будь-яких дій. При цьому це не обов'язково має бути якісь позитивні емоції, а це значно розширює перелік прийомів, що їх можуть використовувати автори фільму. Перспективою розвитку порушеної проблематики може стати вивчення шляхів формування екологічної ідентичності на заняттях з іноземної мови.

## **Література**

1. Баєва К. О. Особистісні чинники екологічно значущої поведінки. Харків. 2021. 236 с. URL: <https://old.karazin.ua/docs/work/dysertatsii/baieva-dysertatsia.pdf>.
2. Alcantud J. C., de Andrés Calle R. The problem of collective identity in a fuzzy environment. Fuzzy Sets and Systems. 2017. Vol. 315. P. 57–75. URL: <https://doi.org/10.1016/j.fss.2016.02.011>
3. Bös B., Kleinke S., Mollin S., Hernández N. The Discursive Construction of Identities On- and Offline. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2018. URL: <https://doi.org/10.1075/dapsac.78>
4. Bucholtz M. Identity and interaction: a sociocultural linguistic approach. Discourse Studies. 2005. Vol. 7, № 4-5. P. 585–614. URL: <https://doi.org/10.1177/1461445605054407>
5. Desai M. From This Bridge Called My Back to this Bridge we Call Home: Collective Identities and Social Movements. The SAGE Handbook of Identities. London, 2010. P. 421–436.

URL: <https://doi.org/10.4135/9781446200889.n23> 6. Dibattista I. Building a collective ecological identity: A multidisciplinary reflection. *European Journal of Cultural Management and Policy*. 2022. Vol. 12. URL: <https://doi.org/10.3389/ejcmp.2022.11106>

7. Holland D., Fox G., Daro V. Social Movements and Collective Identity: A Decentered, Dialogic View. *Anthropological Quarterly*. 2008. Vol. 81, № 1. P. 95–126. URL: <https://doi.org/10.1353/anq.2008.0001>

8. Light A. What is an ecological identity? *Environmental Politics*. 2000. Vol. 9, № 4. P. 59–81. URL: <https://doi.org/10.1080/09644010008414551>

9. Pelo A. A Sense of Wonder: Cultivating an Ecological Identity in Young Children—and in Ourselves. *Journal of Childhood Studies*. 2014. Vol. 39, № 2. P. 5–10. URL: <https://doi.org/10.18357/jcs.v39i2.15218>

10. Polletta F., Jasper J. M. Collective Identity and Social Movements. *Annual Review of Sociology*. 2001. Vol. 27, № 1. P. 283–305. URL: <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.283>

11. Saunders C. Double-edged swords? Collective identity and solidarity in the environment movement. *The British Journal of Sociology*. 2008. Vol. 59, № 2. P. 227–253. URL: <https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2008.00191.x>

12. Tajfel, H., & Turner, J. G. An integrative theory of intergroup conflict / ed. by W. G. Austin, & S. Worchel. *The Social Psychology of Intergroup Relations*. 1979. P. 33–47.

13. Thomashow M. *To Know the World A New Vision for Environmental Learning – The Past and Future of Environmental Learning*. 2020. URL: <https://doi.org/10.7551/mitpress/11838.001.0001>

УДК 811.134.2:811.161.2] 255.4:821.134.2-7

## ОСОБЛИВОСТІ ІСПАНСЬКОГО ГУМОРУ ТА ЙОГО ПЕРЕКЛАД УКРАЇНСЬКОЮ

Мовчан В.К (Харків)

Науковий керівник: ст. викладач Пашкова А.В.

**Анотація:** У статті висвітлені особливості іспанського гумору, проаналізовано його різні типи, детально досліджено проблему перекладу іспанського гумору на українську мову, визначено вплив культурних та мовних різниць на процес перекладу гумористичних творів.

**Ключові слова:** граматики, іспанський гумор, мовні конструкції, переклад, особливості гумору, типи гумору.

**Summary: Movchan V.K. Specifics of Spanish humor and its translation into Ukrainian.** The article highlights the peculiarities of Spanish humor, analyzes its various types, examines in detail the problem of translating Spanish humor into Ukrainian, determines the influence of cultural and linguistic differences on the process of translating humorous works.

**Key words:** features of humor, grammar, language constructions, Spanish humor, translation, types of humor.

Актуальність цього дослідження полягає в тому, що переклад іспанського гумору на українську мову часто зустрічається зі значними труднощами. Це пов'язано з міжкультурними відмінностями та специфікою гумористичних творів. Дослідження особливостей іспанського гумору та його перекладу на українську мову може допомогти вирішити ці проблеми і підвищити якість комунікації між культурами.

Постановка проблеми полягає в тому, що культурні відмінності та різноманітність гумору відіграють важливу роль у спілкуванні та взаєморозумінні між людьми з різних країн та культур. Особливості гумору залежать від соціальних, культурних, історичних та мовних чинників. Однак, переклад іспанського гумору на українську мову може викликати труднощі через різницю у культурних контекстах та мовних особливостях.

Об'єктом дослідження є особливості та труднощі перекладу іспанського гумору на українську мову.

Предметом дослідження є іспанські гумористичні одиниці та їх переклад на українську мову.

Метою дослідження є вивчення особливостей іспанського гумору та його перекладу на українську мову, визначення проблем, що виникають у процесі перекладу, а також розроблення рекомендацій щодо поліпшення якості перекладу гумористичних одиниць з іспанської на українську мову.

• Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- Дослідити особливості іспанського гумору та його типи;
- Проаналізувати проблеми перекладу іспанського гумору на українську мову;

Визначити вплив культурних та мовних різниць на процес перекладу гумористичних творів.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що розглянуто проблему перекладу іспанського гумору на українську мову з урахуванням міжкультурних та мовних різниць, що дозволяє розробити рекомендації для поліпшення якості перекладу гумористичних творів.

Виклад основного матеріалу. Гумор є важливим елементом комунікації. Проте, в різних країнах гумор має свої відмінності в стилі, формі та змісті. Одна з основних особливостей іспанського гумору полягає в його іронії. Іспанці часто використовують іронію для висміювання негативних аспектів суспільства та суспільного життя. Іспанський гумор також відрізняється експресивністю та гучністю, що сприяє створенню яскравого враження [1, с.8]. Важливим чинником, який впливає на іспанський гумор, є релігійна спадщина. Іспанці досить консервативні за своїми переконаннями та мають високий рівень поваги до церкви. У багатьох гумористичних творах можна побачити використання релігійних мотивів та асоціацій. У гуморі часто використовуються мовні ігри, грайливість та граматичні конструкції, що збагачують іспанську мову та навчають людей гнучкішому мисленню [2, с.20-22].

Дослідження гумору є важливим напрямом сучасної філології і сприяє розвитку міжкультурної комунікації та розумінню різноманітних культурних традицій. Один з прикладів дослідження іспанського гумору – книга "El Humor en la literatura española" (Гумор у іспанській літературі), написана іспанським літературознавцем Хосе Антоніо Масіасом. У цій книзі автор досліджує різні форми гумору, такі як іронія, сатира, гротеск, історичний гумор тощо, на прикладі різних творів іспанської літератури [4, с. 92-94].

Іспанський гумор має свої характерні риси та особливості вживання, такі як:

- іронія та сарказм;
- гумор через парадокс (іспанці часто створюють комічну ситуацію, яка не здається логічною або правдоподібною);
- гумор через жест (використовують жести та міміку, щоб підкреслити свої слова);
- гумор про власну культуру;
- гумор про політику;
- релігійний гумор. [3, с. 79-81]

Філософський гумор є однією з ключових особливостей іспанського гумору. Філософічність гумору часто використовується для висловлення складних ідей та концепцій через застосування гумористичного підходу. Одним з прикладів можна вважати гумористичні твори філософа Мігеля де Унамуно, який часто поєднував у своїх творах філософські питання з гумором. Унамуно використовував гумор, щоб висловити свої погляди на світ, зокрема на релігію, мораль та інші важливі теми [4,.

Іспанський гумор має багато типів та форм, які можуть відрізнятися за стилем, темою, метою та елементами, включеними до нього: [2, с.25-27]:

- сарказм та іронія;
- чорний гумор (цей тип гумору зосереджений на темах, що пов'язані зі смертю, хворобами та іншими неприємними реаліями життя);
- гумор випадку (використовується, щоб розібратися зі складною або незвичайною ситуацією, показати несподіванку або змістити увагу);

- гумор парадоксу (цей тип гумору використовується, щоб показати протиріччя або несподіваність у якійсь ситуації);
- сатира (цей тип гумору використовується, щоб зображувати соціальні проблеми та викликати зміну у поведінці людей).

Ці типи гумору можуть використовуватись різними способами, щоб досягти різних ефектів.

Щодо лексико-граматичного аналізу іспанського гумору, можна виділити декілька особливостей. Зазвичай гумористичні висловлювання характеризуються зіставленням двох несподіваних понять, зміненням звичних значень слів та використанням абстрактних понять у контексті повсякденних речей. Також в іспанському гуморі часто використовуються фразеологізми, відгуки та оноματοпеї, що допомагають створити гумористичний ефект.

Саме тому, переклад іспанського гумору на українську мову є складним завданням, оскільки гумор є вираженням певної культури та мовного контексту, що може бути важко передати у перекладі. Однією з проблем перекладу іспанського гумору на українську мову є різниця в мовних конструкціях та граматиці, які можуть викликати труднощі у передачі гумору. Наприклад, в іспанській мові використовуються підмети без дієслів, що може створювати гумористичні ефекти, які можуть бути важко відтворити у перекладі. Крім того, іспанський гумор часто містить ідіоми, метафори та алегорії, які можуть бути незнайомі для української аудиторії. Це може призвести до неадекватного розуміння та передачі гумористичного ефекту. Також, важливим аспектом перекладу іспанського гумору є збереження емоційної та іронічної складової. Це може бути важко відтворити в перекладі, оскільки часто гумор залежить від культурних особливостей та сприйняття [1, с.10].

У зв'язку з цим, перекладачам необхідно мати досвід в перекладі гумористичного контенту, а також глибокі знання іспанської та української мов, культури та менталітету, щоб забезпечити максимально точний та адекватний переклад.

Для досягнення якісного перекладу іспанського гумору на українську мову можна використовувати такі перекладацькі трансформації:

- адаптація гумористичного матеріалу до української культурної та лінгвістичної специфіки;
- підтримання гумористичного ефекту при перекладі ідіом, фразеологізмів та сленгу;
- вибір тих лексичних та граматичних конструкцій, які зберігають смислову та гумористичну складову оригіналу.
- врахування ритміки та інтонації оригіналу, які є важливими елементами гумору;
- використання мовних засобів, що відтворюють емоційний тон оригіналу, який також є важливим елементом гумору;
- врахування контексту, у якому вживається гумористичний матеріал, та перекладання не тільки окремих слів або речень, а й цілого тексту;
- використання культурних референтів та адаптація до української діалектної специфіки, якщо це необхідно;
- врахування соціальної та історичної ситуації, у якій виникла гумористична ситуація, та її відтворення в перекладі;
- підтримання балансу між лексичними та граматичними аспектами оригіналу та ритмікою та емоційністю тексту.

Ці трансформації допоможуть відтворити гумористичний ефект іспанського тексту в перекладі на українську мову.

Висновки. Іспанський гумор є досить складним явищем, яке має свої характерні риси та особливості. Він має філософський та соціальний виміри, історія його зародження пов'язана з національними традиціями та культурою. Іспанський гумор характеризується застосуванням різних типів гумору, кожен з яких має свої особливості та вимагає від перекладача використання відповідних перекладацьких трансформацій.

При перекладі іспанського гумору на українську мову може виникати ціла низка труднощів та проблем, пов'язаних з різницею в культурних традиціях та

лексичних особливостях мов. Дослідження науковців в цій області надали можливість виявити особливості перекладу окремих типів гумору, а також запропонувати перекладацькі трансформації, які можуть допомогти зберегти гумористичний ефект при перекладі.

Перспективою дослідження є систематизація особливостей перекладу гумористичних одиниць з іспанської на українську, що в подальшому може використовуватись у лекціях з перекладознавству та стилістики.

## Література

1. Косарева Н. Іспанський гумор в світлі сучасних інтеркультурних викликів. *Іноземні мови*. 2020. Вип. 1(47), С. 7-14.
2. Міщенко Ю. Особливості перекладу іспанського гумору на українську мову. *Іноземні мови*. 2020. Вип. 2(48). С. 20-27.
3. Світлицька І. Художні засоби відображення національного гумору в іспанській телевізійній рекламі. *Матеріали Міжнародної наукової конференції "Теорія і практика перекладу: виклики та перспективи"*. Київ, 2018. С. 79-81.
4. Харченко О. Іспанський гумор як прояв культурологічного досвіду народу. *Філософія та культурологія в сучасному світі*. 2019. Вип. 10. С. 92-97.

УДК 811.111'373.612.2:665.57-026.785]`42:[659.1:004.357]

## МЕТАФОРА КОНЦЕПТУ АРОМАТ В АНГЛОМОВНІЙ РЕКЛАМІ ПАРФУМІВ (на прикладі матеріалів текстів електронних джерел)

Нечепоренко Є.Є. (Харків)

Науковий керівник: докт. філол. наук, проф. Бондаренко Є.В.

**Анотація:** Стаття присвячена розгляду мультимодальної природи концепту АРОМАТ в парфумерному дискурсі, а також опису метафоричного картування концепту АРОМАТ на матеріалі англomовних сайтів парфумерних компаній. Розглядається синестетичне підґрунтя концептуальних метафор у виглядів переносів смак-запах, дотик-запах, зір-запах, слух-запах. Найбільш розповсюдженими царинами джерелами концептуальної метафори концепту АРОМАТ є LOVE, FLOWER, FAIRY TALE, WOMAN, ISLAND, SEA, MASCULINITY, та JOURNEY.

**Ключові слова:** концептуальна метафора, синестетичне підґрунтя, мультимодальність, рекламний дискурс.

**Summary:** Necheporenko Y.Y. *Metaphor of the FRAGRANCE concept in the English language advertising of perfumes (a case study of the Internet discourse)*. The article focuses on the issue of the multimodal nature of conceptualization of the AROMA concept the advertising discourse of perfumes and divulging the the metaphorical mapping of the AROMA concept as a showcase of

of the English language websites of perfume companies. The synesthetic underpinning of the conceptual metaphors is viewed in terms of the following references: 'taste-smell', 'touch-smell', 'sight-smell', 'hearing-smell' is considered. The metaphor scope for the concept FRAGRANCE encompasses the following referents: LOVE, FLOWER, FAIRY TALE, WOMAN, ISLAND, SEA, MASCULINITY, and JOURNEY.

**Key words:** advertising discourse, conceptualization, multimodality, synesthetic underpinning.

Дослідження присвячено мультимодальному підґрунтю та метафоричному картуванню концепту АРОМАТ в англomовному дискурсі парфумів. Об'єктом дослідження є засоби вербалізації метафори концепту АРОМАТ в англійськомовній рекламі парфумів на матеріалах текстів електронних джерел (Інтернету). Предметом дослідження є діапазон метафори АРОМАТУ в англomовному дискурсі парфумів. Актуальність здійсненої наукової розвідки полягає у виборі методів дослідження та провідній ролі реклами в формуванні картини світу сучасного користувача Інтернету.

Метою дослідження є визначення діапазону метафори АРОМАТ, реалізованої в англomовному рекламному дискурсі, присвяченому парфумам в мережі Інтернет.

У статті були використані прийоми когнітивного моделювання (метафоричного мапування). Матеріалом дослідження послуговувало 50 фрагментів реклами ароматів парфумерних продуктів на електронних сайтах: arianaperfumes.com, atelier-oblique.com, fragrantica.com, gucci.com, guylaroché.com, ineed4gift.co, lolitalempicka.com, mugler.com, rituals.com, sabellagarcia.co.za., tonigard.com та інші.

Вступ. Інтернет-реклама парфумів – це один із різновидів медіа-реклами продукції, яка адресована масовому клієнту і націлена на те, щоб переконати його у необхідності придбання того чи іншого парфуму. Пізнання світу, за визначення Дж. Лакоффа та М. Джонсона, відбувається через метафору [7]. Рекламний дискурс парфумів у цьому сенсі не є виключенням. З іншого боку, через ефемерність об'єкту реклами, а саме – відсутність широкого кола об'єктивних показників аромату, за виключенням вказання на його складові, – виникає необхідність у залученні інших каналів сприйняття світу: дотику, смаку і т.д., що

зумовлює розглядання реклами як мультимодального явища. Це є передумовою формування логіки та завдань дослідження.

Відомо, що ніша, яку займає парфумерна продукція, має особливо яскравий рекламний стиль, що пояснюється бажанням власника бренду продавати продукцію.

Уважається, що основною метою парфумерного дискурсу в рекламі є оповіщення адресата про парфум, опис його аромату, або подання історичної довідки про його появу. Крім інформування, у парфумерному дискурсі також є важлива сама оцінка аромату парфумів.

Реклама парфумерії у більшості випадків характеризується вишуканим стилем та особливими засобами виразності, що надає тексту неповторне звучання і тональності. Слід підкреслити, що одними із найпровідніших компонентів у рекламі парфумів виступають концептуальні метафори. Д. Круз визначає, що метафори – це використання одного слова чи фрази на позначення абстрактного через конкретне. Метафора виникає, коли поняття використовується на позначення об'єкта, концепції, процесу, якості, відносин або світу, до якого воно традиційно не відноситься [4].

Сприймання як центральний елемент когнітивного комплексу забезпечує постійний зв'язок людини з навколишньою дійсністю і створює основу для процесу відображення об'єктивної дійсності у свідомості людини. Саме когнітивний процес створює перцептивні образи (сукупність пов'язаних характеристик, типових для розпізнаваного об'єкта). Вони формуються на чуттєвому рівні дійсності завдяки дії п'яти органів чуття, які під час своєї діяльності формують відповідні сенсорні відчуття: зір, слух, смак, дотик, нюх, які певним чином можуть переноситися один на одний, створюючи синестетичне перенесення [9].

Синестетичними перенесеннями ми називаємо суміжні чуттєві номінації, які, крім, наприклад, тактильного відчуття, у певному контексті викликають ще й додаткове, незвичне цій сфері відчуття, наприклад слуху. А. Річ та його колеги визначають, що існує чотири моделі синестетичного перенесення нюхового

відчуття: смак-запах, дотик-запах, зір-запах, слух-запах, кожна з яких по-своєму характеризує запах [9].

В. Кук описує парфумерну рекламу як «лоскітну» та дуже коротку [3]. Аромат часто описується за допомогою емоційно навантажених, часто абстрактних іменників, таких як *miracle, seduction, gift, love, pleasure, happiness, sensation, energy, tenderness, fortune, inspiration* тощо. Серед подібних лексем можуть так і прикметники, наприклад, *marvelous, charming, playful, amazing, lovely, heavenly* тощо.

У світлі означених теорій розглянемо кореляти концепту АРОМАТ у вигляді референтів концептуальної метафори (діапазон метафори) цього концепту на матеріалі англомовної інтернет-реклами парфумів двох груп: жіночих та чоловічих, а також їхнє синестетичне підґрунтя.

До корелятивів концепту АРОМАТ в рекламі жіночих парфумів відносяться:

- *LOVE:*
- *Love is war. (Shirogane Miyuki)*

КОХАННЯ – це одне з ключових концепцій у парфумерному дискурсі, оскільки воно відноситься до універсального почуття, яке властиве людині. У своїй книзі «Закоханий мозок: 12 уроків, щоб покращити ваше любовне життя» доктор Деніел Г. Амен підкреслює, що «романтична любов і закоханість – це не стільки емоція, скільки мотивація, яка є частиною системи винагород мозку» [1].

Взагалі поняття ВІЙНА означає боротьбу за конкретну ідею або річ. У цьому прикладі концептуальна метафора відображає боротьбу за кохання. Тут наявна синестетична модель дотик-запах (*Love is war*).

## 2. *FLOWER:*

(2) *The Lady Million fragrance is a fresh woody floral like a voluptuous flower nectar with a delicate and yet very present trail. (Lady Million)*

Тут наявна синестетична модель дотик-запах (*voluptuous flower*). Третій приклад залучення концепції це – опис парфуму:

(3) *Inspired by its mystical power, Gucci blends the Gorgeous Gardenia with other solar & cheerful flowers that will make you burst with joy and spread it around (Gucci Flora Gardenia)*

Тут застосовані синестетичні моделі слух-запах та зір-запах (*cheerful flowers*), оскільки це викликає і звуковий, і зоровий образ.

Квіткові аналогії завжди використовувалися для опису різних атрибутів жіночності у мистецтві та думках принаймні з часів Середньовіччя [10], отже, протягом довгої людської історії концептуальні метафори, пов'язані з квітами, викликають у людей таку асоціацію, як *flower=woman*, тому жінки-покупці віддають перевагу квітковим ароматам, оскільки для них це щось безумовно своє та позитивне.

### 3. FAIRY TALE:

(4) *This is the beginning of a fairy tale. (Lolita Lempicka)*

Ще одним привабливим для жінок описом ароматів є порівняння його з чимось нереальним, казковим або міфічним. Це побуджує інтерес у покупців, оскільки бажання відчувати себе, як в казці завжди присутнє в людській природі. Казка – це щось родом із дитинства, це яскравий спогад, а, як відомо, емоції мають потужний вплив на пам'ять, тож не дивно, що покупці піддаються «казковому» опису парфуму [5]. Тут застосовані дві синестетичні моделі: слух-запах та зір-запах (*the beginning of a fairy tale*), оскільки це може бути як звуковим, так і зоровим образом.

### 4. WOMAN:

(5) *God is a Woman. (Ariana Grande)*

В цьому прикладі концептуальність полягає в тому, що поняття ЖІНКА означає вроду. Поняття БОГ також дуже часто використовують, коли говорять про чийсь красу або силу. Тут застосована синестетична модель зір-запах (*God is a Woman*), оскільки це є зоровим образом.

### 5. ISLAND:

(6) *A woman is an island. (Guy Laroche)*

В прикладі (6) жінку порівнюють з островом. Острів – це ідеальна концепція, оскільки це може означати початок пригод, сховані скарби та таємничість. Тут застосована синестетична модель зір-запах (*A woman is an island*), оскільки ОСТРІВ є зоровим образом.

Перейдемо до пріоритетних референтів концептуальних метафор у рекламі чоловічих парфумів.

- *SEA:*

(7) *SEASIDE Men is a special kind of fragrance experience: unique, energetic and unforgettable like a day at the sea.» (SEASIDE Toni Gard Men)*

(8) *Overlooking the sea from the an open window. The fresh, salty sea breeze awakens our senses.» (Atl. Oblique Marble Sea)*

Згідно з Г. Блюменбергом, море – одна з найдавніших людських метафор життя [2]. Звичайно, під доменом МОРЕ може матися на увазі проведення чудового часу біля моря, але деякі науковці, наприклад, як М. Осборн, вважають, що метафори, які пов'язані з морем, підкреслюють певну невідомість, таємницю і величезність [8]. Тут застосована синестетична модель смак-запах (*salty sea breeze*).

## 2. *MASCULINITY:*

(9) *A\*Men is Mugler's Angel perfume for men. A distinctive perfume that speaks to the adventurousness, bravery, and virility of the masculine spirit. (A\*Men Mugler Angel)*

(10) *The Magnetic Attraction captures the essence of bold and distinguished masculinity. (IG MAN Magnetic Attraction)*

Маскулінність — це комплекс психологічних і характерологічних особливостей, приписуваних чоловікам. Судячи з реклами, такі парфуми, ймовірно, призначені для справжніх чоловіків – мужніх, стильних та елегантних, які хочуть відчувати себе героями. Нещодавно науковець М.С. Кіселіца та його колеги окреслили 11 потенційних сфер позитивної маскулінності, розроблених на основі теорії та якісних досліджень, серед яких як раз були такі домени, як ЧОЛОВІЧА СМІЛИВІСТЬ, РИЗИКОВАНІСТЬ та ЧОЛОВІЧИЙ ГЕРОЇЗМ [6]. Тут

застосована синестетична модель зір-запах (*virility of the masculine spirit; distinguished masculinity*).

### 3. JOURNEY:

(11) *Life is a journey (Rituals)*.

Дж. та Л. Залтман зазначають, що людям потрібно відчувати, ніби вони рухаються вперед, чи то з поставленим завданням, чи то за своїм днем, чи, що більш важливо, за життям [11]. Отже, ця концептуальна метафора ПОДОРОЖ означає рух вперед, відкриття чогось нового для себе, в цьому випадку – новий парфум. Все, що пов'язане з розвитком, завжди є популярним серед людей. Тут застосована синестетична модель дотик-запах (*life is a journey*).

Висновки. Отже, власники парфумів навмисно концептуалізують аромат, щоб викликати у потенційних покупців приємні асоціації, а також зацікавленість у придбанні парфуму. Також, слід зазначити, що концептуальні метафори та інші мовні засоби функціонують як ефективний засіб для передачі складного сенсорного досвіду відчуття та запаху парфумів через синестетичні переноси, такі як смак-запах, дотик-запах, зір-запах, слух-запах. Реклама парфумів вдається до емоційного звернення, метафоризується, тож стійкими референтами концепту АРОМАТ для ЖІНОЧИХ парфумів є LOVE, FLOWER, FAIRY TALE, WOMAN, ISLAND, а для ЧОЛОВІЧИХ SEA, MASCULINITY, та JOURNEY.

Перспективою роботи є систематизація інших когнітивних рис рекламного дискурсу парфумів.

### **Література**

1. Amen, D. (2009). *The Brain in Love: 12 Lessons to Enhance Your Love Life*.
2. Blumenberg, H. (1979). *Shipwreck With Spectator: Paradigm of a Metaphor for Existence*.
3. Cook, V. (1992). *Evidence for Multicompetence*.
4. Cruse, D. A. (2000). *Meaning in language: an introduction to semantics and pragmatics*.
5. Kensinger, E. A. & Schacter, D. L. (2008). *Memory and emotion*.
6. Kiselica, M. S., Benton-Wright, S., & Englar-Carlson, M. (2016). *Accentuating positive masculinity: A new foundation for the psychology of boys, men, and masculinity*.
7. Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*.
8. Osborn, M. (2009). *The evolution of the archetypal sea in*

rhetoric and poetic. 9. Rich, A. N., Bradshaw, J. L., Mattingley, J. B. (2005). A systematic, large-scale study of synaesthesia: implications for the role of early experience in lexical-colour associations. 10. Stott, A. (1992). Floral Femininity: A Pictorial Definition. 11. Zaltman, G. & Zaltman, L. H. (2008). Marketing Metaphoria: What Deep Metaphors Reveal about the Minds of Consumers.

УДК 811.134.2:811.161.2]'255.4'373.7:821.134.2-31Сер7Дон

## РОЛЬ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У РОМАНІ «ДОН КІХОТ» МІГЕЛЯ ДЕ СЕРВАНТЕСА ТА ПЕРЕКЛАД ЇХ НА УКРАЇНСЬКУ У ВЕРСІЇ

М. ЛУКАША ТА А. ПЕРЕПАДІ

Осика М. В. (Харків)

Науковий керівник: Оржицький І. О.

**Анотація:** Робота присвячена аналізу використання фразеологічних одиниць у творі «Дон Кіхот» Мігеля де Сервантеса та їх перекладу українською у версії М. Лукаша та А. Перепаді. Розглянуто фразеологізми як важливий лінгвістичний елемент, що відтворює національну специфіку мов та культур. Проведено порівняльний аналіз іспанського та українського перекладів, зокрема, підхід до відтворення фразеологізмів та їхній вплив на художність перекладу.

**Ключові слова:** адекватність перекладу, культурний контекст, мовна експресія, мовний феномен, семантика, український переклад, фразеологізми

**Summary:** *Osyka M.V. The role of pphrasemes in «Don Quixote» by Miguel de Cervantes and their translation into Ukrainian in the version by M. Lukash and A. Perepadia.* The work is devoted to the analysis of the use of phraseological units in the work «Don Quixote» by Miguel de Cervantes and their translation into Ukrainian in the version of M. Lukash and A. Perepadia. Phrasemes have been considered as an important linguistic element that reproduces the national specificity of language and culture. A comparative analysis of Spanish and Ukrainian translation has been carried out, in particular, an approach to the reproduction of phraseological units and their influence on the artistic nature of the translation.

**Key words:** adequacy of translation, cultural context, linguistic expression, linguistic phenomenon, phraseological units, semantics, Ukrainian translation.

Ця тема викликає великий інтерес серед лінгвістів через її актуальність. Бо фразеологічні вирази грають важливу роль у розвитку сюжету та характерів героїв в літературних творах, що робить їх переклад надзвичайно важливим аспектом для розуміння впливу роману на інші мови. Багата фразеологічна мова роману стає важливим об'єктом вивчення методів перекладу. Для тих, хто вивчає іноземні мови, розуміння перекладу фразеологічних виразів є дуже важливим,

оскільки воно сприяє усвідомленню особливостей іспанської та української мов. Крім того, фразеологізми відображають культурний та мовний контекст твору і часто несуть соціальні та історичні відтінки. Дослідження їх перекладу може дати уявлення про актуальність роману у сучасному світі.

Головною метою цього дослідження є вивчення впливу фразеологічних одиниць роману на сюжет у тексті оригіналу та у перекладі.

Новизна дослідження полягає у виявленні специфіки значень та перекладу фразеологічних одиниць в іспанській та українській мовах на прикладі твору Мігеля де Сервантеса «Дон Кіхот», та як їх переклад Миколою Лукашем відбивається на українській літературній традиції.

Об'єктом дослідження є фразеологізми з твору «Дон Кіхот» в тексті оригіналу та у перекладі українською.

Предметом дослідження є аналіз фразеологічних одиниць, їх роль та вплив у тексті роману, методи перекладу, взаємозв'язок між текстом оригіналу та перекладом через призму фразеологізмів.

Визначення терміну «фразеологізм» є завданням, яке залишається складним і спірним для сучасних науковців. На сьогоднішній день відсутнє узгоджене визначення фразеологізму, з яким би погодилися усі лінгвісти.

Для того, щоб дати визначення фразеологізму, зазвичай дослідник встановлює набір певних характеристик, які, на його погляд, відрізняють фразеологізм від інших лексичних одиниць, які функціонують у мові, та вважає ці характеристики найбільш визначальними [7, с. 101].

За Л. Г. Авксентьєвим, фразеологічна одиниця це «окрема незалежна одиниця мови, що відкривається фразеологічним значенням, граматичними категоріями, компонентним складом, відтворюваністю. Комплекс мовних одиниць, яким притаманні ці ознаки, буде являти обсяг фразеології будь-якої мови» [1, с. 13–17].

За визначенням, що подане у Тлумачному словнику сучасної української мови за ред. В. Т. Бусела, фразеологізм – усталений зворот, стійке поєднання слів,

що виступає в мові як єдиний, неподільний і цілісний за значенням вислів [2, с. 1548].

Ці підходи лінгвістів свідчать про спроби знайти об'єктивні критерії для визначення фразеології та підкреслюють складність цього предмета дослідження.

В цій роботі за основу беремо наступне визначення: «фразеологізм – одиниця мовлення, що складається з двох або більше компонентів і визначається відтворюваністю, цілісністю значення, стійкістю лексичної будови та складу. Такими ознаками для фразеологічних одиниць є: 1) фразеологічне значення; 2) компонентний склад; 3) граматичні категорії» [6, с. 89].

Найсуттєвішим аспектом перекладу фразеологічних одиниць з однієї мови на іншу є мовний аспект, оскільки саме мова, яка містить багато фразеологізмів, дозволяє передати всю інформацію, яка міститься в оригіналі. Важливим методом вивчення перекладу є порівняльний аналіз, тобто, аналіз форми і змісту фразеологічних одиниць у перекладі порівняно з формою і змістом оригіналу.

Усім відомо, що «Дон Кіхот» Мігеля де Сервантеса – один з найважливіших творів в історії іспанської та світової літератури. Це видатне літературне досягнення призвело до безлічі досліджень, які аналізують його не лише з лінгвістичної та літературної точок зору, але й з боку різних дисциплін, таких як історія, музика, гастрономія та багато інших. У цій роботі підходимо до твору Сервантеса з лінгвістичної точки зору, зосереджуючись на фразеологічних одиницях, адже цей аспект «Дон Кіхота» є особливо цікавим. Можемо виділити деякі функції, які Сервантес надає їм:

- *аргументативна*. Тут важливо відзначити, що багато фразеологічних виразів у романі призначені для підсилення, підтримки мови героїв, з метою переконати або вплинути на співрозмовника. Крім того, вони можуть бути введені прямим або непрямим способами, тобто безпосередньо в мовленні або передувати вступним виразами типу «*como suele decirse*» («як кажуть») або «*dicen que*» («говорять, що») [9, с. 30]. За словами М. Коломбі [11, с. 579], непрямий спосіб введення цих одиниць слугує для підкреслення

їхнього походження з усної народної традиції, що надає їм певної авторитетності.

• *характеристика персонажів.* Фразеологічні одиниці використовуються широким спектром персонажів з різних соціальних верств, не лише представниками звичайних людей. Проте відзначається, що саме Санчо Панса використовує найбільше фразеологічних виразів. «Упродовж усього твору Санчо використовує 203 народних висловлювання; Дон Кіхот – 87, це досить важлива кількість. Тому вживання фразеологічних одиниць в мовленні Санчо є стилістичною особливістю його мови» [9, с. 30-31]. Х. Вега Родрігес вважає, що «фразеологізми активно беруть участь у характеристиці персонажів. Герої у романі віддають перевагу [...] латинським афоризмам та біблійним прислів'ям» [14, с. 330], тоді як «Санчо об'єднує народні висловлювання з іншими, більш шляхетними, отриманими з зовнішніх джерел» [14, с. 331].

• *захисна.* Сервантес також використовує фразеологію для ухилення від цензури. Інакше кажучи, фразеологічні вирази служать йому як «вуаль», за якою він може висловити свою думку і критику різних соціальних та релігійних установ свого часу. У своєму дослідженні Х. Кантера Ортіс де Урбіна [9, с. 34] згадує перше висловлювання, яке зустрічається в творі: «*Debajo de mi tanto, al rey mato*» [10, с. 9] («Як я в своїй господі, то й король у мене насподі») [5, с. 14] яке, на його думку, вказує на способи, які допомогли йому уникнути цензури.

• *розважальна.* Сервантес вдається до гри та експериментів, майстерно використовуючи фразеологізми у своєму творі, що свідчить про його велику вправність та винахідливість. А. Розенблат високо оцінив цей аспект роману, стверджуючи, що автор «бере з народної мови найбільш загальні теми та сталі вирази, змінює їх або поєднує, або грає ними для досягнення виразності або гумористичного ефекту» [13, с. 702].

• *гумористична*. В. Гонсалес Мартін стверджує, що письменник бажає «навчити нас вивчати фразеологізми найприємнішим і найпедагогічнішим способом: «навчати радіючи» [12, с. 285].

Український переклад з оригіналу здійснив видатний український перекладач Микола Лукаш. Це була остання робота перекладача, яку він не встиг довершити. Останні роки свого життя Микола Лукаш мав тісне співробітництво з Анатолієм Перепадею. Перепадя став його наступником як в стратегічних планах, так і в роботі. Перепадя завершує другу частину перекладу «Дон Кіхота». Першу частину повністю переклав Микола Лукаш, але в другій частині з 74 розділів 29 переклав Перепадя.

М. Лукаш уважно враховував неспроможність будь-якого словника охопити всі можливості використання фразеологізмів у різних контекстах та надати всі варіанти нових висловлювань, які постійно виникають в людському мовленні. Тому він створив власний підхід до їх використання. Це ми можемо помітити під час аналізу випадків використання фразеологізмів, що не зафіксовані у сучасних фразеологічних джерелах, наприклад: «... *Санчові ковалики в грудях кували*» [5, с. 377]), так і у численних індивідуально-авторських способах мовленнєвої актуалізації, під час яких фразеологізми розкривають свої різноманітні приховані значення.

Лукаш використовує різні способи трансформацій фразеологізмів, змінюючи їх компоненти (лексико-семантичні трансформації), структуру (структурно-семантичні трансформації) або контекст, в якому вони вживаються (семантичні трансформації). Ці трансформації не лише розширюють можливості української фразеології, але також допомагають адекватно передавати емоційно-експресивний зміст оригіналу.

Микола Лукаш завжди розумів найдрібніші семантичні відтінки фразеологізмів, що давало йому можливість розширювати смислові можливості висловлювання або його окремих складових. Це є можливим тому, що «кожній фразеологічній одиниці властиве узвичаєне сполучення з конкретними словами», зі зміною якого «компонентний склад фразеологізму ... залишається в межах

норми, але відбувається оновлення семантичної структури фразеологічної одиниці, викликане особливостями контексту» [8, с. 114–115]. Прикладом є те, як перекладач розширює значення фразеологізмів, які зазвичай використовуються зі словами, які описують людей, і використовує їх, щоб описати тварин, об'єкти або абстрактні поняття. Наприклад: «Отак бідкався Санчо Панса, а осел слухав і *словечком не озивався*, у такій був, бідний, притузі та недузї» [5, с. 588]; «Отак, пане медику, щоб і далі не старались для мене за всякі там лигоминки та пундики та всякі витребеньки, щоб шлунок мій із *плигу*, бува, *не збився...*» [5, с. 558]; «Санчо і не подумав спутати Росинанта, бо то був, як він гадав, такий смирняга і плохута, що його і всі кобили кордовських пасовищ не могли б *на грїх підкусити*» [5, с. 82]; «–То, може, з такими людьми буває, що самосійки десь у бур'яні вродились, – одказав Санчо, – а не з такими, як я, що душа на чотири пальці щирохристиянським *салом обросла*» [5, с. 590]. Зміна компонентів в семантичній структурі фразеологізмів додає виразності висловам і допомагає передати гумор і комізм оригіналу.

Українська мова стала основною фокусною точкою в усіх перекладах М. Лукаша, і його головною метою було продемонструвати, що ця мова здатна передавати абсолютно все: найдрібніші особливості стилю та епохи. Це було особливо важливо у час, коли українську мову офіційно зараховували до однієї з безперспективних, обмежували і вважали її мовою для "домашнього ужитку". Лукаш намагався переконати, що українська мова є повноцінною та самодостатньою, вона має свої потенціальні можливості, сховані на глибині, і важливо розкривати цей мовний потенціал. Він прагнув берегти кожне слово як важливий складник мови, досліджувати глибинні шари української мови і відновлювати втрачені скарби.

Микола Лукаш не випадково використовував творчість українських письменників XIX - початку XX століття як цінне джерело слів і граматичних конструкцій для української мови. Адже Л. Т. Масенко зазначав, що «до 30-х років XX століття глибинні шари української мови лишалися здоровими, неушкодженими, а відтак могли виконувати свою роль постійного життєдайного

джерела для відновлення верхнього, культурного, кодифікованого варіанта національної мови» [3, с. 128]. До тридцятих років ХХ століття глибинні аспекти української мови залишалися незмінними і недоторканими, і це було важливим резервом для відновлення мови.

Хоча заслуги М. Лукаша в активізації лексичних і фразеологічних ресурсів української мови через переклади ще не були досліджені належним чином, не можна сумніватися у його ролі як реформатора мови. Він успішно об'єднав різні шари української мови в своїй творчості, а за висловлюванням А. Перепаді, навіть два мовні потоки - слобожанський і галицький [4, с. 7].

Висновки. Сторінки роману містять значну кількість фразеологічних одиниць, які вживають персонажі в своєму мовленні, та які виконують різні функції: аргументативну, гумористичну, характеризують персонажів тощо. Очевидно, Санчо Панса є персонажем, який використовує найбільше фразеологізмів, оскільки народна мудрість є основою його комунікації, можливо дещо навіть зловживає цими сталими виразами, що призводить до втрати їх змісту, і його господар йому за це докоряє. Слід відзначити ігрову та експериментальну роботу, яку проводить Сервантес із фразеологічними одиницями. Це призводить до появи різних варіантів одного і того ж фразеологізму.

Майстерні переклади Миколи Лукаша охоплюють широкий спектр української лексики в різних дериваційних формах. Його твори є своєрідним експериментом, у якому він активно використовує українську фразеологію для розширення свого лексичного арсеналу. Ця система включає в себе багато сталих виразів, які відображають глибини українського національного мислення та культурну спадщину. Переклади Миколи Лукаша є не лише передачею слів, але й відображенням багатогранної української ідентичності. Він слугує носієм лінгвокультурної концептуальної інформації, роблячи акцент на важливості мови та культури українського народу в світовому контексті.

Більшість фразеологічних виразів, які використовував М. Лукаш у своїх перекладах, мають глибокі корені в народних джерелах і виражають сильну

емоційну насиченість. Майстерно впроваджуючи ці сталі вирази у тексти, М. Лукаш адаптує їх відповідно до контексту та теми, надаючи їм нові емоційні відтінки. Фразеологізми в перекладах Миколи Лукаша вже піддавалася науковому аналізу та розгляду. Подальші дослідження в цьому напрямку сприятимуть глибокому вивченню мовно-стилістичного багатства перекладів М. Лукаша, якого з упевненістю можна вважати реформатором української мови.

Перспективою роботи є розширення нашого розуміння важливості фразеологізмів у літературних текстах та сприяння покращенню методів їх перекладу, а також дослідження цієї теми допоможе відкрити нові шляхи для аналізу творчості Мігеля де Сервантеса, Миколи Лукаша та Анатолія Перепаді.

### **Література**

1. Авксентьев Л. Г. Сучасна українська мова. Фразеологія. Харків: Вища школа, 1983. 137 с.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови : 250000 / уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь: Перун, 2005. 1728 с.
3. Масенко Л.Т. Мова і суспільство: Постколоніальний вимір. – К.: КМ Академія, 2004. – 163 с.
4. Перепадя А. О. Моя Лукашіана // Зарубіжна література. – 1999. – № 43. С. 7.
5. Сервантес Сааведра М. де. Премудрий гідальго Дон Кіхот з Ламанчі: роман. В 2 ч.; Ч. 1 [пер. з ісп. М. Лукаш та А. Перепадя]. Харків: Фоліо, 2008. 479 с.
6. Ужченко В. Д. Народження і життя фразеологізму. Київ: Радянська школа, 1988. 144 с.
7. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологія сучасної української мови: Навч. посіб. Київ: Знання, 2007. 494 с.
8. Цимбалюк Т. В. Мова перекладу Миколи Лукаша: Фразеологія роману Мігеля де Сервантеса Сааведри «Дон Кіхот» / за ред. Л. О. Пустовіт. Київ: Довіра, 1996. 238 с.
9. Cantera Ortiz de Urbina J., Sevilla Muñoz J. y Sevilla Muñoz M. Refranes, otras paremias y fraseologismos en Don Quijote de la Mancha. Burlington: University of Vermont, 2005. 200 p.
10. Cervantes Saavedra M. de. El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha. Planeta, 1990. 1138 p.
11. Colombi M. C. Los refranes en el Quijote: texto y contexto, Maryland: Scripta Humanistica, 1989. 142 p.
12. González Martín V. El refrán en la literatura española de los siglos XVI y XVII. Paremia 6, 1997. 281-286 p.
13. Rosenblat A. La primera frase y los niveles lingüísticos del Quijote. Historia y crítica de la literatura española: Siglos de

Oro y Renacimiento, vol. 2, Barcelona: Crítica, 1980. 702 p. 14. Vega Rodriguez J., Pilar M. «Consideraciones paremiológicas cervantinas», en Actas del I Coloquio Internacional de la Asociación de Cervantistas, Barcelona: Anthropos, 1990. 315-332 p.

**УДК: 811.111'42**

**ЖІНОЧЕ МОВЛЕННЯ У ПРАЦЯХ ЗАХІДНИХ ЛІНГВІСТІВ:  
ТЕОРЕТИЧНІ ПІДВАЛИНИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

Переверзєва Д. О. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Кукушкін В.В.

**Анотація:** Роботу присвячено висвітленню основних теорій, які були створені західними соціолінгвістами на основі опису мовленнєвої поведінки представників чоловічої та жіночої статей. Проаналізовано головні теорії, що виникли у ХХ столітті та вплинули на вітчизняні гендерні студії в лінгвістиці. Окреслено низку теорій, які є продуктивними для опису механізмів конструювання гендерної ідентичності в дискурсі.

**Ключові слова:** гендерна ідентичність, лінгвістичні студії, мовленнєва поведінка, соціолінгвістика.

**Summary: Pereverzieva D.O. Female Speech in Western Linguistics: Theoretical Underpinnings of the Research.** This article is dedicated to outlining the major theories developed by Western sociolinguists on the basis of male and female speakers' communication analysis. The author studies key theories that appeared in the 20<sup>th</sup> century and influenced Ukrainian gender studies in linguistics. A number of theories considered to be productive for describing mechanisms of gender identity construction in discourse are outlined.

**Key words:** communication, gender identity, linguistic studies, sociolinguistics.

Підвищений інтерес до вивчення живих мов, що виник у Європі наприкінці ХІХ ст., був, з одного боку, природною реакцією філологів на відомий «деспотизм» історичного підходу, що виражався у переважній увазі до мертвих мов, а з іншого – безпосередньою реакцією лінгвістів на нові інтереси та потреби суспільства, що розвивається, пов'язані зі сформованою національною свідомістю. На початку ХХ ст. зміщення фокусу уваги лінгвістичних досліджень до сфери реальної живої мови призвело до виділення таких ознак, як творчість, естетична функція, психологічні основи мовленнєвої діяльності, сприяло повороту лінгвістики до мовця.

Увага до особистісного аспекту використання мови значно зросла за останні десятиліття ХХ ст., й інтерес до нього не знижується і на початку ХХІ ст. в усіх дисциплінах, так чи інакше пов'язаних з мовою, – не лише у лінгвістиці, а й у психології, соціології, філософії, етнографії, культурології, теорії комунікації, лінгводидактиці, що обумовлює актуальність цієї роботи в аспекті розгляду гендерного чинника як підґрунтя дослідження, що уможливлює розгляд лінгвістичних явищ під новим кутом зору.

Доробок представників Харківської школи мовознавчих студій включає в себе, серед багатьох інших досліджень, й аналіз мовленнєвих актів застереження у сучасному німецькомовному діалогічному дискурсі [2], функціонування вербальних, невербальних та надвербальних компонентів комунікації у дитячому дискурсі [3], самопрезентації як локальної стратегії англomовного діалогічного дискурсу [4], тощо, проте ні в згаданих вище роботах, ані в низці інших гендерний чинник не був включений до параметрів аналізу, хоча й має, на анашу думку, великий пояснювальний потенціал.

Метою виконуваної роботи є обґрунтування вибору теорії «двох культур» та діяльнісного підходу до аналізу гендерно-маркованої комунікації у якості методологічного підґрунтя дослідження. Для досягнення поставленої мети вирішено наступні завдання: проаналізувати теоретичні витoki гендерно-маркованих мовознавчих досліджень; розкрити сутність теорій, що можуть бути застосовані в аналізі гендерно-маркованої комунікації; встановити пріоритетні теорії для опису конструювання гендерної ідентичності в дискурсі.

Серед перших, хто звернув увагу на взаємозв'язок мови та статі, була Р. Лакофф. У своїй книзі «Мова і місце жінки» вона описала те, що стало відомим пізніше як «жіноча мова» [7]. У розумінні Р. Лакофф це явище відзначається наступними трьома ознаками: по-перше, жіноча мова не має засобів, що дозволяють жінкам рішуче висловлювати свою думку, по-друге, жіноча мова змушує жінок говорити про дрібниці і, по-третє, вимагає від жінок говорити невпевнено [7, с. 48]. Р. Лакофф описує жіночу мову на лексичному, фонологічному та синтаксико-прагматичному рівнях. Лексичний рівень

характеризується використанням обмеженого словникового запасу, численних інтенсифікаторів (*so, such, divine* тощо), евфемізмів, а також більш частим, порівняно з чоловіками, використанням лексики, пов'язаної з вираженням таких почуттів, як любов і смуток. При цьому жінки схильні уникати слів і висловлень, які передають гнів і ворожість. Серед фонологічних характеристик Р. Лакофф називає більш традиційну/правильну вимову та вживання іншомовних акцентів [7, с. 44]. На синтаксико-прагматичному рівні Р. Лакофф відзначає такі особливості: жінки частіше використовують розділові питання, *модальні дієслова* (*could, should, may*) та інші лексичні одиниці (*more or less, like* тощо), щоб підкреслити свою невпевненість [7, с. 38].

Послідовники Р. Лакофф, в тому числі І. Крауч і Б. Дюбуа, В. О'Барр і Б. Аткинс та ін., розвивають її теорію. Параметри «жіночої мови», розроблені ними на додаток до вже описаних Р. Лакофф, наведені в статті Р. Фріман та Б. МакЕлхінні [5, с. 232]: жінки використовують хезитації частіше, ніж чоловіки; жіноче мовлення більш увічливе, ніж чоловіче; теми, які зазвичай вважаються банальними або неважливими, належать до жіночої сфери спілкування; жінки використовують емоційно-забарвлені прикметники, наприклад: *adorable, charming, divine, nice*, тощо; жінки використовують інтонацію питальних речень в стверджувальних реченнях для вираження своєї невпевненості; жінки частіше уникають прямих відповідей на запитання; жінки використовують (гіпер-) правильну граматику.

В. О'Барр та Б. Аткинс пропонують увести лінгвістичні форми в модель так званої соціальної особистості. Соціальна особистість розуміється як «відчуття індивіда або відчуття злиття, ідентифікації та диференціації по відношенню до суспільства та культури» [8, с. 402]. Соціальна особистість пов'язана з відчуттям приналежності до суспільства, в якому існує безліч ролей і ситуацій і яке спонукає індивіда взяти на себе певну роль в ньому. Соціальна особистість складається з почуття ідентифікації з суспільством, до якого вона належить, і диференціації – усвідомлення своєї індивідуальності [там само]. Ідентифікація передбачає однотипність реакції індивідів на ситуацію та схожість її сприйняття,

або умовою, від якої залежить взаємна ідентифікація, є розуміння того, що реакція інших на певну ситуацію така ж, як і їх власна. У широкому сенсі ідентифікація особистостей залежить від емоцій, абстрактних принципів, цінностей і норм, а також інших складових культури [8, с. 403]. Значення диференціації полягає в розумінні того, що решта суспільства відрізняється від вас. Усвідомленню цього явища сприяє наявність різноманітних ролей, які відіграють індивіди в житті суспільства, оскільки навіть в одній ролі кожен індивід відрізняється від інших і, отже, зберігає певну свободу вибору поведінки.

Е. Окс певною мірою переосмислює теорію «жіночої мови» Р. Лакофф. Дослідниця вважає, що мова не завжди вказує на стать мовця, а взаємозв'язок між мовною формою та соціальною особистістю є опосередкованим [9, с. 335]. Наприклад, використання розділового питання вказує не на те, що мовець – жінка, а на те, що мовець прагне пом'якшити різке висловлення. Ця стратегія, однак, частіше використовується жінками через культурні або ідеологічні уявлення про жіночність [9, с. 337–338]. Таким чином, виникає інше розуміння того, як мова передає значення: вищезгадане розділове питання може виражати різні емоції – безпорадність, нерішучість, обережність – які вважаються більш притаманними жінкам, ніж чоловікам.

Дослідники, що належать до так званого «напрямку подвійної культури», пропонують дещо інший підхід до вивчення жіночого мовлення. Розвиваючи цю ідею, Д. Таннен у своїй книзі «You Just Don't Understand: Women and Men in Conversations» пише, що чоловіки розглядають світ як своєрідну ієрархію, в якій вони домінують над кимось, а хтось стоїть на щабель вище за них, і таке «бачення світу» відображається в «чоловічих» стереотипах мовленнєвої поведінки [10, с. 17–18]. Жінки розглядають життя як спільноту індивідів, в якій мова використовується для того, щоб уникнути ізоляції, отримати підтримку та досягти згоди [там само]. Такі погляди, на думку Д. Таннен та інших послідовників теорії дуальної культури, формуються в дитинстві, а до дорослого віку люди вже поводяться відповідно до правил взаємодії та інтерпретації слів один одного, тому навіть якщо представники обох статей говорять «на рівних», часто виникає

культурне непорозуміння. Отже, відмінності у використанні мови чоловіками та жінками розвиваються так само, як регіональні та соціальні відмінності [10, с. 42].

Якщо у 1970-х – 1980-х рр. лінгвісти запропонували різні модифікації жіночої мовної моделі, розробленої Р. Лакофф, то наприкінці ХХ ст. з'являються роботи, в яких має місце спроба подальшого розвитку проблеми мови та статі. Розглянемо деякі з них.

У передмові до книги «Він-сказав-вона-сказала» М. Гудвін стверджує, що основою для аналізу мовлення має бути діяльність, а не приналежність особистості до певної культури чи статі [6, с. 17]. Р. Фріман та Б. МакЕлхінні коментують це твердження наступним чином: «Стереотипи жіночого мовлення розвалюються, коли мовлення досліджується в декількох видах діяльності; з метою створення моделі соціальної особистості, відповідної певному моменту» [5, с. 244]. Ті ж самі індивіди можуть формулювати мовлення по-різному і виражати свою приналежність до чоловічої або жіночої статі, переходячи від однієї діяльності до іншої. Новим у цьому підході є ідея про те, що в кожній комунікативній ситуації змінюється не тільки мова, а й тип соціальної особистості, яку бере на себе індивід. Що стосується суто лінгвістичної сторони дослідження, акцент тут зміщується від виявлення відмінностей у чоловічому та жіночому мовленні (як це було зроблено в більшості попередніх досліджень) до з'ясування того, коли, як і чому виникають ці відмінності. Така спрямованість і становить, на думку М. Гудвін, сутність активістського підходу до проблем так званого «жіночого мовлення» [6, с. 283].

Такий підхід поділяють П. Еккерт та С. Макконнелл-Гінетт, які пропонують проводити гендерні дослідження разом з розглядом інших аспектів соціальної особистості, для чого вважають за необхідне запровадити поняття «спільність практики» (а community of practice) [4, с. 461]. Спільність діяльності виникає тоді, коли певна сукупність людей об'єднується навколо виконання однієї діяльності. У процесі цієї діяльності виробляються механізми виконання дій, манера ведення бесід та формуються моральні цінності та переконання. Пропонуючи розглянути мовлення (у тому числі жіноче) з точки зору спільної діяльної, автори роблять

спробу перейти від соціальної особистості як чогось статичного до поняття особистості, яка постійно розвивається і адаптується до різних видів діяльності в процесі спілкування [4, с. 465].

Таким чином, у західній лінгвістиці можна виділити три напрямки розгляду жіночого мовлення. Це, по-перше, теорія, яка аргументує існування конкретної жіночої мовної особистості та особливої «жіночої мови», розроблена Р. Лакофф та її послідовниками; по-друге, це «напрямок подвійної культури», суть якого полягає в тому, що чоловіки та жінки належать до двох різних соціолінгвістичних субкультур, що спричиняє відмінності в їх мовленні і, по-третє, це теорії, які з'явилися наприкінці ХХ ст., де підхід до жіночого мовлення кардинально відрізнявся від перших двох тим, що основою аналізу є активність, а не приналежність мовця до чоловічої чи жіночої статі. Перспективою подальшої роботи є використання зазначених теорій у якості методологічного підґрунтя для розбудови гендерної ідентичності в англomовному дискурсі.

## Література

1. Кабірі М.Х. Самопрезентація як стратегія англomовного дискурсу: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2018. 20 с.
2. Крупкіна Т. В. Мовленнєві акти застереження у сучасному німецькомовному діалогічному дискурсі: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2020. 20 с.
3. Пахаренко А. В. Дитина як авторитарна дискурсивна особистість (на матеріалі сучасної англійської мови): автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2020. 20 с.
4. Eckert P., McConnell-Ginet S. Think Practically and Look Locally: Language and Gender as Community-Based Practice. *Annual Review of Anthropology*. 1990. No. 21. P. 461–490.
5. Freeman R., McElhinny B. Language and Gender. *Sociolinguistics and Language Teaching*. Cambridge: CUP, 1996. P.218–280.
6. Goodwin M. H. He-Said-She-Said. – Bloomington: Indiana University Press, 1990. 384 p.
7. Lakoff R. Language and Woman's Place. Oxford: OUP, 2004. 308 p.
8. O'Barr W., Atkins, B. "Women's Language" or "Powerless Language"? *Women and language in Literature and Society* / Ed. by S. McConnell-Ginet, R. Borker et al. New

York: Praeger, 1980. P. 401–406. 9. Ochs E. Indexing Gender. *Rethinking Context* / Ed. by A. Duranti & N. Furman. Cambridge: CUP, 1990. P. 335–358. 10. Tannen D. *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation*. NY: William Morrow, 1990. 336 p.

**УДК: 811.111'42**

**КОМУНІКАТИВНИЙ ПРИНЦИПИ УВІЧЛИВОСТІ  
В ЖІНОЧОМУ ДИСКУРСІ  
(НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНОЇ КОМЕДІЇ ХІХ СТОЛІТТЯ)**

Пономаренко Н. С. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Морозова І.І.

**Анотація:** Статтю присвячено розгляду функціонування стратегій увічливості (за П.Браун та С.Левінсоном) в жіночому дискурсі як його представлено в комедіях британських авторів ХІХ ст. Встановлено, що домінуючими є увага до чеснот слухача, пошук та зміцнення спільних інтересів, з одного боку, та ухильність, песимістичність та імперсоналізація, з іншого, що співвідноситься із соціальним статусом та ситуативними ролями жінки в цей історичний період розвитку британської лінгво-культурної спільноти.

**Ключові слова:** жіночий дискурс, комунікативний принцип увічливості, ситуативна роль, соціальний статус, стратегії увічливості.

**Summary: Ponomarenko N.S. Communicative Politeness Principle in Female Discourse (Case Study of the 19<sup>th</sup> century English Comedy).** This article is dedicated to the analysis of politeness strategies functioning (as understood by P. Brown and S. Levinson) in the female discourse depicted in the comedies by British playwrights of the 19<sup>th</sup> century. It was established that attending to the hearer's goods, seeking agreement, on the one hand, and hedging, being pessimistic and impersonalizing, on the other hand, dominated, which corresponded to the social status and situational roles the woman had on the historic stage of the development of the British linguistic and cultural community.

**Key words:** communicative politeness principle, female discourse, politeness strategies, situational role, social status.

Діахронічні дослідження реалізації принципу увічливості в мові є надзвичайно цікавими в світлі сучасної наукової антропоцентричності, яка і обумовила висування на перший план проблеми комунікативних стратегій і тактик в дискурсі. Але поки що було опубліковано небагато праць зі згаданої проблеми, див., наприклад [1, 2, 3] тощо, де автори розкрили специфіку спілкування представників британської лінгвокультурної спільноти шекспірівських часів, регентства та вікторіанства.

Метою виконаного дослідження є визначення прагмалінгвістичних характеристик стратегій увічливості в мовленні англійської світської леді XIX ст. Для розв'язання поставленої мети було вирішено наступні завдання: визначено поняття жіночого дискурсу як царини функціонування комунікативного принципу увічливості; описано стратегії позитивної та негативної увічливості; встановлено домінуючі в спілкуванні жінок одна з одною та з представниками протилежної статі мовленнєві засоби реалізації принципу увічливості. Актуальність дослідження ґрунтується на виборі у якості методологічного підґрунтя історичної прагмалінгвістики [5], яка використовує досягнення традиційного синхронічного прагматичного аналізу та історичної соціолінгвістики, збагачуючи ними дослідницький потенціал.

Для досягнення поставленої мети ми вводимо поняття *вікторіанський жіночий дискурс*, який розуміємо як мисленнєво-комунікативний феномен, процес і результат мовленнєвої діяльності вікторіанської жінки [2, с. 6]. Беручи за основу саме таке поняття жіночого дискурсу, маємо на увазі особливу побудову жінками мови, у котрій відбивається соціальний стан та ментальність жінок конкретного історичного періоду. Ми також спираємося на концепцію ввічливості, яку висунули П. Браун та С. Левінсон [6]. Ця концепція полягає в тому, що кожен комунікант має позитивне і негативне «лице». Перше відображає бажання мовця отримати схвалення та підтримку, останнє – бажання мовця захистити свій внутрішній світ від втручання учасників комунікації, бажання уникнути виконання дій, які вони йому нав'язують [6, с. 61–62]. Отже, ми можемо говорити про позитивну та негативну ввічливість, яка визначається, за П. Браун та С. Левінсоном, відносно владою (В) мовця (М) над слухачем (С), соціальною дистанцією (Д) між М і С та ступінем ризику загрози «лицю» [6, с. 15].

Для досягнення своїх цілей мовець вибирає відповідні стратегії комунікації. До позитивних стратегій належать: 1. Notice, attend to (H) (his interests, wants, needs, goods); 2. Exaggerate (interest, approval, sympathy with H); 3. Intensify interest to (H); 4. Use in-group markers; 5. Seek agreement; 6. Avoid disagreement; 7. Presuppose, raise, assert common ground; 8. Joke; 9. Assert, presuppose S's knowledge

of and concern for H's wants; 10. Offer, promise; 11. Be optimistic; 12. Include both (S) and (H) in the activity; 13. Give (or ask for reasons); 14. Assume or assert reciprocity; 15. Give gifts to H (goods, sympathy, understanding, cooperation) [6, с. 102]. Негативними стратегіями є: 1. Be conventionally indirect; 2. Question, hedge; 3. Be pessimistic; 4. Minimize the imposition; 5. Give deference; 6. Apologize; 7. Impersonalize (S) and (H); 8. State the FTA as a general rule; 9. Nominalize; 10. Go on record as incurring a debt, or as not incurring [6, с. 131].

Соціолінгвісти встановили: мова знаходиться в прямій залежності від соціально-культурних настанов, що прийняті в суспільстві, носієм мови якого є той, хто говорить [7]. Аналізуючи дискурс жінки Вікторіанської доби, слід пам'ятати, що тогочасна Британія (приблизно з 1837 по 1901 рр. – роки правління королеви Вікторії, на честь якої названо цей історичний період) була жорстко структурованим суспільством з мораллю і цінностями, які диктувалися середнім класом, чиєму способу життя удавала і сама королева і слід за нею аристократія [7]. Оскільки жінку вважали ангелом в домі ("the Angel in the House"), її основною метою було моральне виховання дітей, але вона проводила у дитячій кімнаті не більше однієї-двох годин на добу, бо діти знаходились під опікою няньок і гувернанток до того часу, коли вони йшли до школи. Більшу частину дня жінка проводила серед жінок одного з нею соціального статусу, що може пояснити дуже розвинену систему "візитів" та "приймальних днів". Від жінок не очікували великої освіченості: вони повинні були вміти читати і писати, а також знати початки арифметики, географії, історії та іноземну мову. Крім того, вони брали уроки малювання, співів, гри на фортепіано [7; 8]. Таким чином, мовленнєве спілкування жінки обмежувалось, в основному, домашньою сферою.

У цьому дослідженні розрізняємо ситуації спілкування (1) між представницями жіночої статі та (2) представниками чоловічої статі та жіночої. (1) Перші, згідно з нашими даними, поділяються на дві підгрупи. Це бесіди представниць середнього та вищого класів з рівними собі за соціальним станом (тобто, близькими за соціальною дистанцією, які не мали відносної влади одна над іншою). Тематика цих бесід включає: проблеми, пов'язані зі шлюбом, плітки,

вираження емоцій та почуттів, т.зв. *small talk*, питання благопристойної поведінки та етикету. Друга підгрупа складається з ситуацій, в котрих нерівними є або влада мовців одного над іншим – це бесіди з дітьми, або і влада і соціальна дистанція – це розпорядження жіночій прислузі.

(2) У спілкуванні представниць жіночої статі з представниками протилежної статі виділяються такі тематичні ситуації спілкування: залицяння, заручини та шлюб, *small talk*, благопристойна поведінка з точки зору вікторіанських цінностей та принципів, виявлення почуттів та емоцій, фінансове становище сім'ї, діяльність чоловіків, плітки. У цьому випадку не можна говорити про рівність комунікантів за параметром «влада мовця над слухачем», оскільки жінку у вікторіанській Англії розглядали не як рівноправного члена сім'ї, а як свого роду старшу служницю [8], хоча за параметром «соціальна дистанція» вони були рівними. Однак ситуація кардинально змінюється у тому випадку, коли жінка давала розпорядження чоловічій прислузі (тут жінка середнього або вищого класу має «відносну владу» над чоловіком, представником нижчого стану, і, відповідно, соціальна дистанція між ними є великою), і у виховних бесідах матерів з синами або інших представниць старшого покоління з представниками молодшого, в яких при близькій соціальній дистанції «відносна влада» належить жінці.

Виходячи зі сказаного вище, вважаємо, що про ввічливість та її стратегії можна говорити у двох аспектах. По-перше, вона залежить від соціального статусу жінки. Соціальний статус – це певна позиція особи в соціальній структурі групи і суспільства, пов'язана з іншими позиціями через систему прав і обов'язків. [4, с. 68].

Маючи первісно підлеглий стан при спілкуванні з чоловіком, у більшості випадків жінка шукає схвалення, підтримки своїх дій, тобто вибирає стратегії позитивної ввічливості. У відповідності до отриманих нами даних, у жіночому дискурсі найчастішими стратегіями є: P1 – «Стався з розумінням до інтересів та чеснот слухача» і P7 – «Стратегія пошуку та зміцнення спільних інтересів», наприклад, відповідно:

Jack: *Well... may I propose to you now?*

Gwendolen: *I think it would be an admirable opportunity. And to spare you any possible disappointment, Mr. Worthing, I think it only fair to tell you quite frankly beforehand that I am fully determined to accept you.* (Wilde, 28)

Lady Bracknell: *I'm sorry if we are a little late, Algernon, but I was obliged to call on dear lady Harbury. I hadn't been there since her poor husband's death. I never saw a woman so altered; she looks twenty years younger. And now I'll have a cup of tea and one of those nice cucumber sandwiches you promised me.*

Algernon: *Certainly, Aunt Augusta.* (Wilde, 28)

У бесідах з жінками близького соціального статусу (тобто маючи рівну відносну владу одна над одною) жінка намагається і справити гарне враження на співрозмовницю, і обстояти свободу дій, а також намагається примусити слухачку сприймати як свої власні її цілі та завдання, що виявляється у стратегіях позитивної та негативної ввічливості, відповідно. Найчастіше у наших прикладах зустрічається позитивна стратегія P7 і негативні стратегії N2 – «Ставь питання, ухилийся від прямої відповіді» та N7 – «Будь песимістом», порівняймо:

Gwendolen: *Are there many interesting walks in the vicinity, Miss Cardew?*

Cecily: *Oh! yes! a great many. From the top of the hills quite close one can see five counties.* (Wilde, 67).

Cecily: *Do you suggest, Miss Fairfax, that I entrapped Ernest into an engagement? How dare you? This is no time wearing a shallow mask of manners. When I see a spade I call it a spade.*

Gwendolen (satirically): *I am glad to say that I have never seen a spade. It is obvious that our social spheres have been widely different.* (Wilde, 67).

Gwendolen: *You are here on a short visit, I suppose.*

Cecily: *Oh no! I live here.* (Wilde, 67).

За своїм соціальним статусом жінка Вікторіанської доби, представниця середнього або вищого класу, має відносну владу над слугами; в таких ситуаціях має місце негативна ввічливість. Найчастіше в даному випадку спостерігаємо стратегію N7 – «Знеособлюй мовця та слухача»:

Cecily: *It can wait, Merriman... for... five minutes.*

Merriman: *Yes, Miss.* (Wilde, 67).

Увічливість також залежить і від ситуативної ролі жінки у спілкуванні – це взаємовідносини між учасниками комунікативного акту, які визначаються соціальною ситуацією та варіюються разом з нею [4, с. 69]. Відповідно до отриманих нами даних можна виділити такі ситуативні ролі жінки середнього та вищого класу Вікторіанської доби: мати, донька, тітка, наречена, знайома та господиня. Як мати в бесідах з дітьми, донька та господиня, віддаючи накази прислузі, жінка виявляє відносну владу над партнерами по комунікації. В таких ситуаціях має місце негативна увічливість. (Переважає стратегія N2 для першого і останнього діалогів).

Мати – син: MRS HIGGINS. *Do you know what you would do if you loved me, Henry?*

HIGGINS. *Oh! bother! What, marry, I suppose.* (Shaw, 80 – 81).

Господиня – слуга: Cecily (*takes the card and reads it*): *“Mr. Ernest Worthing, B.4, The Albany, W”. Uncle Jack’s brother! Did you tell him Mr. Worthing was in town?*

Merriman: *Yes, Miss. He seems very much disappointed* (Wilde, 45).

Виконуючи інші соціальні ролі – тітки бесідах з племінником, нареченої або знайомої (як в розмовах з чоловіками, так і з жінками) представниця середнього або вищого класу віддає перевагу позитивним стратегіям увічливості, серед яких найчастіше вживаними є P7, P12 і P13, порівняймо:

P7, тітка – племінник (плітки): Lady Bracknell: *[...] I had some crumpets with Lady Harbury, who seems to be living quite for pleasure now.*

Algernon: *I hear her hair has turned quite gold from grief.* (Wilde, 23 – 24).

P7, наречений – наречена (зміцнення загальних інтересів): Algernon: *Darling. And when was our engagement actually settled?*

Cecily: *On the 14<sup>th</sup> February last. Worn out by your entire ignorance of my existence, I determined to end the matter one way or another, and after a long struggle with myself I accepted you under this dear old tree. The next day I bought this little ring*

*in your name, and this little bundle with the true lovers' knot I promised you always to wear.* (Wilde, 59).

P13, наречений – наречена (указання на причини): Algernon: *You'll never break off our engagement again, Cecily?*

Cecily: *I don't think I could break it off now that I have actually met you.* (Wilde, 59).

P2, знайома – знайомий (перебільшення): MRS EYNSFORD HILL. [...] *I have so longed to meet you, Professor Higgins.*

HIGGINS (*glumly, making no movement in her direction*). *Delighted.* (Shaw, 82).

P7, знайома – знайома (припущення наявності спільних інтересів): MRS EYNSFORD HILL. *I feel sure we have met before, Miss Doolittle. I remember your eyes.* ELISA. *How do you do?* (Shaw, 88).

Таким чином можна зробити висновок: в жіночому дискурсі XIX ст. представлені як позитивна, так і негативна ввічливість, але остання зустрічається частіше. Це відображує загальну тенденцію розвитку ввічливості, яка описана дослідниками-лінгвістами, в котрій має місце переважання позитивних стратегій над негативними у XVI–XVII ст. та негативних над позитивними у XIX–XXI ст. Перспективами розвідок застосування розробленої методики дослідження до жіночого дискурсу та домінуючих в ньому комунікативних принципів інших англomовних країн та епох та порівняння отриманих даних, у т.ч. в діяxронії.

## **Література**

1. Гужва О.О. Історичне варіювання дискурсивних стратегій увічливості чоловіків в англomовних жіночих романах XVIII–XXI ст.: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2020. 20 с.
2. Морозова І.І. Комунікативні стратегії ввічливості у стереотипній мовленнєвій поведінці вікторіанської жінки: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2004. 18 с.
3. Петренко О.М. Стратегії неввічливості у дискурсі драм В. Шекспіра: когнітивно-прагматичний аспект: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2018. 20 с.
4. Танчин І.З. Соціологія: навч. посіб. Львів: Укр. акад. друкарства, 2005. 360 с.
5. Шевченко І.С. Прагмалінгвістика: Quo vadis? *Наук. вісник каф. ЮНЕСКО КНЛУ*. 2003. Вип.7. С.51–57.
6. Brown P., Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Use. L.:

CUP, 1987. 345 p. 7. Burns E. M. et al. The Life of Urban Middle Class. *World Civilizations*, Vol. 2. New York: Norton, 1987. P. 975 – 982. 8. Kagan D. et al. Women of the Middle Class. *The Western Heritage*. New York: Macmillan, 1987. P. 814 – 816.

### Список джерел ілюстративного матеріалу

1. Shaw B. Pygmalion. A Comedy. NY: Dover Publications, 1994. 151 p. 2. Wilde O. The Importance of Being Earnest. NY: Dover Publications, 1990. 91 p.

УДК 811.111'276.16

## МОВНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ВВІЧЛИВОСТІ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Пономарьова А.А. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол. наук Язловицька О.В.

**Анотація:** Ця стаття присвячена аналізу мовних засобів вираження ввічливості в англійській мові. Також у ході дослідження виявлені компоненти відображення ввічливості за допомогою аналізу англійськомовних висловлювань комунікантів. Наведено приклади вираження ввічливості в англійській мові, які ілюструють використання постулатів ввічливості, визначених науковцями, в англійській мові.

**Ключові слова:** ввічливість, максими ввічливості, мовні індикатори, постулати ввічливості

**Summary:** Ponomarova A. A. Linguistic means of expressing politeness in English language. This article is devoted to the analysis of linguistic means of expressing courtesy in English. The study also reveals the components of politeness display through the analysis of communicators' English-language statements. The examples of expressions of politeness in English are given, illustrating the use of the postulates identified by scientists in English.

**Keywords:** language indicators, politeness, politeness maxims, postulates of politeness.

Актуальність даного дослідження полягає в тому, що сучасна лінгвістика тяжіє до проведення прагматичних досліджень мови, а саме до аналізу та вивчення категорій відображення соціально-культурної інтеракції. Це пов'язано зі зростанням ролі міжкультурної комунікації та розширенням міжнародного співробітництва, що зумовлює необхідність володіти й використовувати у повній мірі мовні стратегії, які приведуть до позитивного комунікативного результату. Ввічливість є категорією відображення людського прагнення до співробітництва та взаєморозуміння.

Об'єктом дослідження комунікативна категорія ввічливості, втілена в англійськомовних комунікативних актах.

Предметом дослідження є вербальні засоби втілення категорії ввічливості, виокремлені із англomовного кінофільму «Total Recall».

Метою дослідження є виявлення, аналіз та опис особливостей втілення мовних засобів вираження категорії ввічливості в англійській мові на матеріалі англomовного кінодискурсу.

Вербальне спілкування дуже важливе у нашому житті. Ввічливість є дуже важливим фактором спілкування, що забезпечує стабільний, успішний та безконфліктний його перебіг. Ввічливість є невід'ємною складовою та частиною міжособистісного спілкування, це важливий аспект успішної соціальної взаємодії, що впливає на поведінку та сприяє ефективному спілкуванню.

Сучасна лінгвістика тяжіє до дослідження мови, в тому числі поняття категорії ввічливості, так як зростає роль міжкультурної комунікації, з'являється потреба оволодіти у повній мірі мовними стратегіями ввічливості, які ведуть до успішного результату під час мовленнєвого акту.

Розглядаючи поняття ввічливості можемо позначити його як «дотримування правил етикету, уважності та люб'язності до оточуючих людей» [5]. Ввічливість – це навичка шанобливої комунікації, вміння гармонійно спілкуватись, знайти взаємопорозуміння та відкритість до протилежної точки зору. Ввічливість – це риса, яка визначається гарними манерами, добрими вчинками, та доброзичливим ставленням до людей. Зазвичай ввічливість допомагає налагоджувати та будувати комфортний і результативний комунікативний зв'язок між співрозмовниками. Якість мовлення залежить від багатьох факторів, але ввічливість один із провідних елементів, який впливає на розвиток та результат комунікативного акту [8].

Ввічливість як поняття позначається у словнику англійських дефініції як «politeness», «courtesy», «civility», «comity», «urbanity», «courtliness», «decency», «suavity», «affability», «mannerliness», що перекладається як чемність, ввічливість, порядність із невеликими розбіжностями у конотаціях [6]. «Politeness», первинне поняття, яке відображає та характеризує ввічливість, описує вміння вести себе

відповідно до конкретної ситуації, проявляючи уважність до протилежної точки зору, почуттів та потреб співрозмовників [4].

З огляду на вищезазначене можемо позначити ввічливість як це дотримання правил пристойності в мовленні та поведінці, прояв вихованості, основний елемент етикету, невід'ємний фактор будь-якого комунікативного акту та комунікативної взаємодії.

У лінгвістиці категорію ввічливості розглядають у межах загальної стратегії мовленнєвої поведінки комунікантів або під час аналізу особливостей комунікативних актів та різних комунікативних ситуацій у конкретній мові.

Лакофф Р. визначає принцип ввічливості у вигляді трьох правил: «Не нав'язуй свої думки» («Do not impose»), «Давай співрозмовнику можливість вибору» («Give options»), «Будь доброзичливим» («Make the listener feel good. Be friendly») [5].

Категорія ввічливості представляє собою сукупність мовних індикаторів. Мовні індикатори - це конкретні вирази (фрази, слова, кліше, стереотипні висловлювання), а також їхнє відповідне лексичне, граматичне, синтаксичне та фонетичне оформлення, яке використовується у певній мові. Основні постулати ввічливості були описані науковцями Г. Грайсом та Дж. Лічем. [2; 4, с.125].

Якщо принцип кооперації Г. П. Грайса – це порядок спільного оперування інформацією, то принцип ввічливості – це принцип взаєморозташування мовців у структурі мовленнєвого акту. Тобто спрямованість на те, що і як говориться, або на те, хто говорить, відповідно - головна відмінність двох принципів, які, однак разом складають ціле, яке має враховуватися для успішної комунікації [3].

Дж. Ліч виокремлює такі максими ввічливості:

1) Максима такту

Дотримання меж особистого простору співрозмовника. Кожен процес комунікації завжди зачіпає особисті сфери як мовця, так і слухача. Тому співрозмовникам слід дотримуватися обережності у виборі мовленнєвої стратегії, щоб не зачепити чужі інтереси. Тут варто зазначити, що мовленнєвий акт є поєднанням загальних мовленнєвих дій і приватних інтересів.

2) Максима великодушності (максима не обтяження співрозмовника). Ця максима не дає під час комунікації одному співрозмовнику домінувати над іншим, нав'язувати йому свою позицію.

3) Максима схвалення

Максима позитивності в оцінці світогляду співрозмовника. Діаметрально протилежні погляди можуть порушити мовленнєву стратегію мовця, що не приведе до поставленої мети. Тому у своїх оцінках він має уникати різкості, гострої критики.

4) Максима скромності

Співрозмовникам не тільки не варто сприймати похвалу на власний рахунок, а й самим завищувати свою самооцінку. Успіх взаємин між людьми полягає в тому, щоб ставити себе і свої бажання нижче за потреби партнера. На комунікацію цей принцип поширюється повною мірою.

5) Максима згоди

Максима не опозиційності. У разі виникнення протиріч необхідно їх усувати спільними зусиллями, а не поглиблювати ще більше.

6) Максима симпатії

Максима, яка сприяє виконанню всіх перерахованих вище постулатів. У будь-якій ситуації, що виникла під час комунікації, співрозмовникам варто залишатися доброзичливими один до одного, що надасть змогу уникнути конфліктів.

В сучасній англійській мові існує значна кількість усталених виразів та кліше, які використовуються для привітання, відмови, подяки, прощання, вибачення та інших ситуацій. Наприклад, під час неформального спілкування для привітання використовуються такі ввічливі форми, як: «*Hello!*», «*Nice to meet you!*», «*Good to see you!*».

- *Hello, Paul. Good to see you.*

- *Nice to meet you.* [7]

Під час розгляду категорії ввічливості належна увага приділяється конструкціям, які виражають вдячність. Найвідоміша фраза висловлення подяки –

«Thank you». Найпоширеніші нейтрально марковані конструкції для вираження вдячності: «*Yes, please*», «*No, thank you*», «*thank you for...*».

- *Thank you for taking Johnnycab.*

- *Thank you.* [7]

Велику роль відіграють мовні конструкції прощання [1]. Коли люди прощаються, найчастіше говорять універсальну фразу «*Bye*». Її можна застосовувати в будь-якій ситуації та з будь-яким співрозмовником. При вираженні прощання використовують також такі фрази: «*Good-bye*», «*Bye-bye*», «*Have a nice day*».

- *You are somebody. You're the man I love.*

- *Bye. Have a nice day.* [7]

У мовознавстві категорія ввічливості представлена за допомогою синтаксичних, лексичних та граматичних конструкцій, які працюють у симбіозі.

Яскравим представником граматичних конструкцій виступає звернення, виражене у формі особистого імені, статусу, професійного статусу, тощо.

- *What is he talking about?*

- *Let me go!*

- *Mr. Quaid, try to calm down!*

- *My name is not Quaid.* [7]

Граматичні конструкції ввічливості – це об'єднані в речення мовні конструкції, які допомагають комунікату висловити власне ставлення до тої чи іншої ситуації. Граматична категорія мовлення, на відміну від лексичної, є статичною.

Для граматичного вербального вираження ввічливості можемо використовувати повні речення, правильної граматичної форми.

- *Could I borrow your pen, please?*

- *Certainly.*

- *Thank you.* [7]

Дуже широко використовуються питальні та імперативні ввічливі вербальні конструкції.

- *Honey, take care of Tony, will you?*

- *No problem.*

- *If you need any help with this one, give me a holler. [7]*

Розглянемо не менш важливу категорію вираження, а саме синтаксичну. Головною синтаксичною одиницею є речення. Конструкція речення показує нам це є ввічливе спілкування чи неввічливе.

Речення бувають розповідні, питальні, кличні, спонукальні, заперечні, стверджувальні та риторичні.

- *Can I help you?*

- *I would like a room, please. ( з фільму «Remember everything»)*

Кличні речення для вербалізації ввічливості:

- *Hello! Still bulging, I see. What you been feeding this thing?*

- *Blondes. [7]*

Питальні речення для вербалізації ввічливості:

- *Where are you going? Will you take me with you, please?*

- *To the reactor. [7]*

З вищезазначеного робимо висновок, що лексичні, граматичні та синтаксичні категорії вираження вербальної знаходяться у симбіозі, а комунікативні одиниці вираження вербальної категорії ввічливості є головними у позитивному ході комунікативного акту.

У лексичній категорії вираження вербальної ввічливості основне місце посідає нормативна лексика, а саме позитивно забарвлені прикметники забарвлені прикметники, питальні конструкції у вигляді імперативів та питальних речень, тощо.

У граматичній категорії вираження вербальної ввічливості, використовують повні речення, правильної граматичної форми, питальні та заперечні речення, модальні дієслова та використання умовного способу вираження.

У синтаксичній категорії вираження вербальної ввічливості використовують кличні, спонукальні та запитальні речення у транспозиції.

Усі 3 категорії вербального вираження ввічливості тісно пов'язані одна з одною. Взаємодіючи нерозривно під час комунікативного акту для досягнення позитивного результату. Отже, можемо сказати, що категорія вербальної ввічливості у повній мірі залежить від мови.

Висновок. Отже, дотримання категорій вербальної ввічливості є запорукою для досягнення позитивної комунікативної мети. Впровадження мовних елементів ввічливості передбачає комплексне використання лексичних, граматичних та синтаксичних засобів, які взаємодіють між собою та використовуються мовцем задля досягнення комунікативної мети ввічливої кооперації.

Перспективою роботи є проведення порівняльного аналізу втілення комунікативної категорії ввічливості у діахронічному розрізі її впровадження на матеріалі англomовного дискурсу з урахуванням гендерно-гетерогенного аспекту дослідження емпіричного матеріалу.

## **Література**

1. Adamson H.D. Language minority students in American schools: an education in English. Routledge, 2015. 25–25 p.
2. Grice H.P. Logic and speech communication. Birmingham. *University College London*. URL: <https://www.ucl.ac.uk/ls/studypacks/Grice-Logic.pdf> (дата звернення 19.10.2023).
3. Kasper J. Linguistic politeness – current research issues. *Journal of Pragmatics*. 2006. № 14. (2). P. 193.
4. Leech G.N. Principles of Pragmatics. London, 1983. 125 p.
5. Longman Dictionary of Contemporary English / Pearson Longman. England, 2009. 2082 p.
6. Oxford Dictionary: dictionary / Angus Stevenson. England, 2010. 1082 p.
7. Total Recall. Transcript. 1990. URL: [http://www.script-o-rama.com/movie\\_scripts/t/total-recall-script-transcript-arnold.html](http://www.script-o-rama.com/movie_scripts/t/total-recall-script-transcript-arnold.html). (дата звернення 20.10.2023)
8. Sapir E. Selected writings in language culture, language and personality. New Heaven, 1949. 131–137 p.

УДК: 811.111'42

## ТЕОРІЇ УВІЧЛИВОСТІ У ВИВЧЕННІ ДИСКУРСУ

Псюр А. А. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Морозова І.І.

**Анотація:** У статті розглянуто три панівні в західному мовознавстві концепції увічливості. Охарактеризовано кожну з цих теорій із виділенням лінгвістичний механізму увічливої поведінки представника лінгвокультурної спільноти. Обґрунтовано вибір концепції П. Браун та С. Левінсона для аналізу комунікативних стратегій увічливості в дискурсі.

**Ключові слова:** дискурс, комунікативні стратегії, лінгвістичний механізм увічливої поведінки, лінгвокультурна спільнота, увічливість.

**Summary:** **Psiur A.A. Politeness Theories in Studying Discourse.** This article analyses three concepts of politeness that dominate the scope of Western linguistics. Each of these theories is characterized and its linguistic mechanism of polite behavior of a linguistic and cultural community representative is outlined. The choice of P. Brown and S. Levinson's concept choice for studying communicative strategies in discourse is explained.

**Key words:** discourse, communicative strategies, linguistic and cultural community, linguistic mechanism of polite behavior, politeness.

Уміння спілкуватися, вербально висловлювати свої думки є однією з головних рис людини. У спілкуванні важливу роль відіграє взаєморозуміння, досягнення згоди між комунікантами на основі відповідних принципів або максим дискурсу, найважливішим з яких є принцип увічливості [8, с. 303]. Ці максими були вперше сформульовані філософом і лінгвістом Г. П. Грайсом [4], детально розроблені у ХХ ст. Дж. Лічем [6], Р. Лакофф [5], П. Браун та С. Левінсоном [1], але не втрачають своєї актуальності у ХХІ ст., адже суспільно значущі комунікативні практики вимагають тлумачення на основі панівного в лінгвістиці когнітивно-дискурсивного підходу.

Метою цієї роботи є визначення теорії увічливості із низки наявних в західному мовознавстві, яка має найбільший пояснювальний потенціал вживання комунікативних стратегій представниками британської лінгвокультурної спільноти. Для досягнення вищезгаданої мети в роботі було вирішено низку завдань, а саме: описано передумови появи концепції комунікативної увічливості; розкрито сутність теорій комунікативної увічливості Дж. Лічема, Р. Лакофф та П. Браун і С. Левінсона й обґрунтовано вибір останньої для опису кооперативного спілкування британців.

Центральною ланкою концепції П. Грайса був так званий принцип співпраці, згідно з яким «учасники бесіди будуть вимовляти щось, що відповідає певному моменту в процесі розгортання бесіди» [2, с.129]. П. Грайс уточнив свій принцип співпраці, розділивши його на чотири максими, які, в свою чергу, він також розділив на субмаксими [4, с. 45]:

1. Максима кількості. Субмаксима: Зробіть свій внесок у розмову настільки інформативним, наскільки це необхідно (для цілей цього обміну зауваженнями). Субмаксима: Не робіть свій внесок більш інформативним, ніж потрібно.

2. Максима якості: намагайтеся робити свій внесок у розмову лише правдивим. Субмаксима: Не говоріть те, що вважаєте брехливим. Субмаксима: Не кажіть того, на що у вас самих немає достатніх підстав.

3. Максима релевантності: Будьте релевантними.

4. Максима манери ведення бесіди: чітко висловлюйте свої думки. Субмаксима: Уникайте двозначності вираження. Субмаксима: Уникайте двозначності. Субмаксима: Висловлюйтесь коротко (уникайте зайвої багатослівності). Субмаксима: Кажіть все по порядку.

Максими кооперації П. Грайса послужили відправною точкою для багатьох теорій і досліджень, і, зокрема, теорій увічливості Р. Лакофф, Дж. Ліча, а також П. Браун та С. Левінсона.

У своїй роботі «The logic of politeness; or minding your p's and q's» [5] авторка теоретично визнає, що в прагматиці повинні бути правила для визначення добре або погано сформульованого твердження. Вона запропонувала два загальних правила прагматичної компетентності: (1) правило чіткості вираження та (2) правило увічливості. Залежно від обставин ці два правила можуть або суперечити один одному, або підсилювати один одного. У конфліктному дискурсі одне буде витіснити інше. Чіткість вираження необхідна, коли основною метою вимовлення реплік є передача інформації. Правило увічливості переважатиме, коли метою мовця є зміцнення соціальних зав'язків або дружніх відносин. У більшості випадків правило увічливості замінює правило ясності, коли мовець не хоче образити слухача.

Беручи за основу правило чіткості максими співпраці П. Грайса, Р. Лакофф критикує здатність мовців визначати ступінь своєї об'єктивності. Однак її точка зору не зовсім актуальна для нашого дослідження, оскільки Р. Лакофф вважає, що максими П. Грайса належать до суб'єктивного ментального світу. Насправді, вони скоріше є частиною «інтерсуб'єктивного, соціального [...] світу [...], оскільки вони були створені та розвинені в соціальному світі» [5, с. 299]. Однак не слід виключати вплив психологічних, індивідуальних факторів (особистість мовця, почуття та емоції) на соціальні норми у повсякденному спілкуванні.

Р. Лакофф деталізує друге правило прагматичної компетентності – правило ввічливості, виділяючи в ньому такі принципи: (1) не втручайся; (2) надавай співрозмовнику право вибору; (3) будь доброзичливим [5, с. 298]. Ці принципи є універсальними, але пріоритетне використання будь-якого з них визначається соціальними та етнокультурними особливостями суспільства і варіюється залежно від стилю спілкування, який є загальноприйнятим у конкретну історичну епоху.

Ідеї П. Грайса і Р. Лакофф щодо поняття ввічливості були розроблені і доповнені Дж. Лічем. Виходячи з типів іллокутивних актів, запроваджених Дж. Сьорлем – асертивів, декларатив, директив, комісив і експресив [7, с. 12–17], він увів у лінгвістичний обіг так званий принцип увічливості. Залежно від типу іллокутивного акту ввічливість може бути позитивною (наприклад, за допомогою комісиву мовець заохочує слухача до виконання дії) або негативною (директиви є наказами). Негативна ввічливість полягає у мінімізації невічливих іллокуцій, позитивна – у посиленні ввічливих іллокуцій. Поняття негативної ввічливості пов'язане з мовленнєвим актом директиву, а позитивної – з мовленнєвим актом комісиву [6, с. 130]. (Мовленнєві акти наведені в інтерпретації Дж. Сьорля).

Отже, Дж. Ліч формулює наступні максими принципу ввічливості [6, с.132]: (1) Максима такту (для комісивів): (а) Мінімізуй шкоду для інших [(b) Максимізуй користь для інших]. Дж. Ліч наводить три прагматичні рівні, пов'язані зі ступенем такту, відповідного конкретній мовленнєвій ситуації. (1) Рівень ціни – вигоди, на яку встановлюється ціна та вигода дії А, запропонованої мовцю або слухачеві. (2) Рівень спроможності, на якому розподіляються

іллокуції, відповідно до вибору, наданого мовцем слухачеві. (3) Рівень відвертості, на якому, з точки зору мовця, іллокуції розподіляються з урахуванням аналізу, що пов'язує іллокутивну дію та іллокутивну мету. (2) Максима великодушності (для комісивів): (a) Мінімізуй самовигоду [(b) Максимізуй шкоду собі]. (3) Максима похвали (для експресивів та асертивів): (a) Роби несхвалення іншого мінімальним [(b) Роби схвалення іншого максимальним]. (4) Максима скромності (для експресивів та асертивів): (a) Мінімізуй похвалу собі [(b) Максимізуй похвалу іншим]. (5) Максима згоди (для асертивів): (a) Роби розбіжності між собою та іншими мінімальними [(b) Роби згоду між собою та іншими максимальною]. (6) Максима симпатії (для асертивів): (a) Роби антипатію між собою та іншими мінімальною. [(b) Роби симпатію між собою та іншими максимальною].

Найважливішими принципами міжособистісної комунікації Дж. Ліч називає наступні: принцип співпраці, ввічливості, зацікавленості та фасилітації. Вони доповнюються максимами якості, кількості, актуальності та манери ведення бесіди (вони належать до принципу кооперації), а також максимами такту, великодушності, похвали, скромності, згоди та симпатії (вони належать до принципу ввічливості) [6, с.146]. Дж. Ліч підкреслює, що всі ці принципи та максими універсальні для будь-якого виду людського спілкування, але пріоритетне використання того чи іншого залежить від культурних, соціальних та мовних факторів. Зокрема, для англомовних культур Дж. Ліч вважає першочерговим пріоритетом максимум такту [там само].

Принципи співпраці та ввічливості мають однаковий статус у лінгвістиці, однаково значущі у прагматиці та є найважливішими. Це принципи одного порядку, вони знаходяться у відносинах взаємодоповнення. Дж. Ліч обґрунтовує цю позицію тим, що окремо взятий принцип співпраці, по-перше, не пояснює, чому мовці часто прямо не висловлюють те, що мають на увазі, а, по-друге, не може бути використаний для встановлення співвідношення сприйняття та сили при аналізі нерозповідних речень [6], а принцип увічливості пояснює вищевказані порушення. Однак основним також можна вважати принцип співпраці, якому

підпорядковані всі інші, оскільки він є відправною точкою для реалізації всіх інших принципів.

П. Браун та С. Левінсон вважають, що якщо слідувати стратегії, запропонованій Дж. Лічем, то кількість максимумів буде нескінченною, оскільки можна вибрати окрему максимум для кожного окремого випадку використання мови. Ці автори пропонують свою концепцію увічливості в лінгвістиці. Ключовою фігурою концепту є ідеальна людина (Model Person) – носій мови, наділений двома специфічними характеристиками: раціональним потенціалом і обличчям [1, с. 58]. Раціональний потенціал трактується як здатність ідеальної людини обирати методи, за допомогою яких досягати своїх цілей залежно від цих цілей [там само]. Другою складовою ідеальної людини є «обличчя», тобто бажання забезпечити, невторчання у свої дії (або «негативне обличчя») отримання схвалення партнерів по спілкуванню («позитивне обличчя»). П. Браун і С. Левінсон виводять цю характеристику з концепції, запропонованої Е. Гофманом: кожен індивід претендує на позитивну соціальну цінність, або особистість, і в процесі взаємодії з іншими індивідуумами намагається забезпечити захист і збереження цієї цінності [3, с.5 – 10]. Увічливість визначається «відносною владою (В) мовця (М) над слухачем (С), соціальною дистанцією (Д) між М та С та ступенем ризику загрози «обличчю» (О)» [1, с. 15].

П. Браун і С. Левінсон розробили низку позитивних і негативних стратегій увічливості, які використовуються комунікантами в процесі спілкування. За допомогою позитивних стратегій мовець «захищає» своє позитивне «обличчя», оскільки прагне отримати схвалення оточуючих; за допомогою негативних – захищає негативне «обличчя», тобто недоторканність своєї внутрішньої сфери, свого внутрішнього світу.

Автори теорії увічливості виділяють такі позитивні стратегії: 1. Звертайте увагу на (С) (його інтереси, бажання, потреби, чесноти); 2. Перебільшуйте (зацікавленість, схвалення, симпатію до С); 3. Посилуйте інтерес до (С); 4. Використовуйте маркери приналежності до групи; 5. Отримуйте згоду; 6. Уникайте незгоди; 7. Припускайте, стверджуйте спільність; 8. Жартуйте;

9. Стверджуйте, припускайте, що М знає про потреби С та піклується про них; 10. Пропонуйте, обіцяйте; 11. Будьте оптимістичними; 12. Включайте як (М), так і (С) в спільну діяльність; 13. Нведіть (або попросіть пояснити) причини; 14. Припустити або стверджуйте взаємність; 15. Даруйте С подарунки (товари, співчуття, розуміння, співпрацю) [1, с.102]. Негативні стратегії: 1. Висловлюйтесь у непрямий спосіб; 2. Ставте питання, ухиляйтесь від відповіді; 3. Будьте песимістичними; 4. Мінімізуйте ступінь втручання; 5. Висловлюйте повагу; 6. Вибачайтесь; 7. Знеособлюйте (М) та (С); 8. Встановіть акт ушкодження "обличчя" як загальноприйняте правило; 9. Номіналізуйте; 10. Висловлюйтесь так, немов би вам роблять послугу, а не ви змушуєте вас її надати [1, с.131].

Таким чином, концепція ввічливості П. Брауна та С. Левінсона видається нам найбільш актуальною для подальшого вивчення, оскільки (а) вона так чи інакше охоплює концепції увічливості, запропоновані Р. Лакоффом та Дж. Лічем, і (б) його автори представили більш повний перелік стратегій, які можуть бути використані мовцями для досягнення своєї мети. Крім того, ця теорія дозволяє проводити історичні діахронічні дослідження мовлення, що становить перспективу подальших розвідок.

### **Література**

1. Brown P., Levinson S. Politeness: Some universals in language use. London, New York etc.: CUP, 1987. 345 p. 2. Fasold R.W. Linguistic Pragmatics: Conversational implicature. *The sociolinguistics of language*. Oxford: Basic Blackwell, 1990 P. 119–145. 3. Goffman E. Interactional ritual. New York: Enchor Books, 1967. 270 p. 4. Grice H.P. Logic and conversation. *Syntax and semantics*. New York: Academic Press, 1975. P. 41–58. 5. Lakoff R. The logic of politeness or minding your p's and q's. *Papers from the Ninth regional meeting of the Chicago Linguistic Society*. 1973. P. 292–305. 6. Leech G.N. Principles of Pragmatics. London, New York: Longman, 1983. 250 p. 7. Searle J. Expression and Meaning. Studies in the Theory of Speech Acts. Cambridge: CUP, 1999. 186 p. 8. Shevchenko I., Gutorov V. A cognitive-pragmatic perspective on apologies in English and Ukrainian discourse. *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow*. 2019. Vol.2, No. 4. P. 301–342.

УДК 811.111:378.091.33:028:07

## РОЗВИТОК МЕДІАГРАМОТНОСТІ СТУДЕНТІВ ПІД ЧАС ЗАНЯТЬ ІЗ ЧИТАННЯ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ

Ріпчанська К. Р. (Харків)

Науковий керівник: док. філол. наук, проф. Морозова О.І.

**Анотація:** Статтю присвячено вивченню особливостей формування медіаграмотності студентів через читання англійськомовних медійних джерел. Проаналізовано сучасний стан масової комунікації, її функції та стратегії маніпулятивного впливу на читача. Розглянуто зміст поняття медіаграмотності та наведено огляд підходів до її формування.

**Ключові слова:** маніпулятивний вплив, масова комунікація, медіаграмотність, читач.

**Summary: Ripchanska K. R. Fostering students' media literacy in English reading classes.** This article addresses the issue of fostering media literacy of students via reading media sources in English. It considers the present-day state of mass communication, its functions and strategies of manipulative impact upon the reader. The concept of media literacy and methods of its development are considered.

**Key words:** manipulative impact, mass communication, media literacy, reader.

У сучасному світі засоби масової комунікації відіграють надзвичайно вагому роль у житті кожної людини. Їхню наявність можна порівняти з існуванням повітря у навколишньому середовищі. Для людини дуже складно уявити світ поза межами масової комунікації. Кожна особа стикається з цим явищем у повсякденному житті, особливо люди студентського віку, коли більша частина часу проходить за екраном смартфона або ноутбука. Молоді люди використовують засоби масової комунікації, щоб отримати знання, поспілкуватися з друзями тощо. Однак ці засоби є дуже потужними та можуть нашкодити людині, навмисно спотворюючи інформацію. Щоб не потрапити у таку ситуацію, важливо розвивати медіаграмотність на всіх етапах освіти, починаючи з початкової і до вищої. Це дослідження присвячене виявленню особливостей формування медіаграмотності студентів через читання англійськомовних медійних джерел.

Актуальність цієї наукової розвідки визначається її відповідністю нагальним потребам сьогодення. Об'єктом дослідження є особливості формування медійної грамотності студентів. Предметом вивчення є методи розвитку медійної грамотності студентів під час навчання читанню англійськомовних масмедійних джерел. Мета роботи – розробити методiku розвитку медійної грамотності

студентів під час навчання читанню та запропонувати відповідні завдання. Новизна роботи міститься у розробці вправ для розвитку медійної грамотності студентів під час навчання читанню англійською мовою.

Масовою комунікацією прийнято вважати весь процес розповсюдження інформації, її донесення до широкої аудиторії через різні засоби, наприклад соціальні мережі, телебачення, журнали та газети, радіо та інші форми комунікації.

Царина застосування засобів масової комунікації є надзвичайно широкою, адже масова комунікація спрямована на розв'язання цілої низки завдань. Г. Лассвел [4] виокремлює три основні функції масової комунікації: 1) спостереження, завдяки якому люди мають можливість отримати найважливішу та найнеобхіднішу інформацію про нагальні проблеми у світі; 2) кореляція, головним завданням якої є вплинути на думку людини або змінити погляди та поведінку суспільства; 3) культурна передача, що сприяє соціалізації людини. Таким чином, через масмедійні джерела люди мають можливість отримати знання про культурні цінності, правила поведінки, мораль тощо. До цього переліку можна додати ще дві не менш важливі функції, а саме, розважальну та мобілізуючу. Мобілізація суспільства розширює його спроможність ініціювати власний розвиток та контролювати його.

Попри всі переваги масової комунікації, вона є середовищем, в якому процвітає маніпуляція, що її можна спостерігати на кожному телеканалі, на кожному вебсайті та навіть на сторінках друкованих видань. А. Хорн [3] пояснює зміст терміна «маніпуляція» у такий спосіб: це складний процес цілеспрямованого впливу маніпулятора на його жертву, щоб задовольнити власні потреби та цілі.

Засоби масової інформації мають величезну силу впливу на формування світогляду населення, вони застосовують різні прийоми маніпуляції, мета котрих – змінити свідомість людей. Н. Хомський виділяє 10 стратегії маніпулювання у засобах масової комунікації: 1) стратегія відволікання; 2) навмисне створення проблеми, щоб потім запропонувати вже раніше придуманий спосіб її вирішення; 3) примирення, що відбувається поступово; 4) перенесення строків виконання

зобов'язань; 5) звертання до людей як до малих дітей; 6) вплив на емоції; 7) підтримання невігластва в людях; 8) підштовхування населення до захоплення посередністю; 9) підсилення докорів сумління та почуття провини; 10) знання особистої інформації про людину та використання її у власних цілях.

Така маніпуляція може призвести до різних неприємних ситуацій, від придбання непотрібної речі до розповсюдження дезінформації, розвитку стереотипів та упереджень тощо. Таких проблем можна легко уникнути, якщо людина буде медіаграмотною. І. Федоров [1, с. 11] зазначає, що мета медіаграмотності – перетворення особистості на людину свідому, грамотну, з розвинутою здатністю самостійно сприймати, створювати, оцінювати медіатексти, усвідомлювати особливості роботи медіа в соціокультурному та політичному контекстах.

Аналізувати та оцінювати медійні повідомлення – завдання не з легких. Щоб правильно осмислювати інформацію, людина на думку А. Сілвербата [5], повинна володіти такими навичками, як: 1) критичне мислення; 2) усвідомлення принципів роботи засобів масової комунікації; 3) розуміння наслідків впливу засобів масової комунікації на суспільство та кожного індивіда окремо; 4) аналізування інформації з медіа джерел та їх обговорення; 5) розуміння факту, що медіа – це невіддільна частина повсякденного життя людини; 6) навичка цінувати переваги засобів масової комунікації; 7) навичка створювати свій особистий медіаконтент.

Розвиток цих навичок є невід'ємною вимогою для кожної людини, тому все частіше у школах та університетах вчителя та адміністрація намагаються впровадити окремі заняття або цілі курси по розвитку медійної грамотності. Важливим є інтегрування цього процесу в навчальну дисципліну, тоді такі заняття стають набагато ціннішими, адже вони не тільки надають школярам та студентам необхідні знання, а ще й розвивають їхні навички аналізування та оцінювання повідомлень з засобів масової комунікації.

Такий підхід є ефективним на заняттях з англійської мови, тому що із плином часу цілі і завдання таких занять зростають. На сьогодні вже замало лише вивчення нової лексики та граматики, зокрема, у тих класах і групах, що

демонструють високий рівень володіння іноземною мовою. Тепер студенти мають бути загально розвинутими особистостями, які вміють критично мислити, аналізувати факти, поважати соціальні та культурні відмінності тощо.

Читання є одним з основних вмінь у вивченні іноземної мови. І. Андерсон [2] зі співавторами зазначають, що це вміння є базовим протягом усього життя людини. Завдяки читанню учні та студенти можуть розширити власний словниковий запас, підвищити концентрацію уваги, розвинути аналітичне мислення, покращити уяву та креативність тощо.

У методичному плані навчання читанню – це спеціально зорганізована програма дій із текстом, що надається для прочитання. Цей процес складається з трьох основних етапів (передтекстовий, текстовий, післятекстовий). На кожному з цих етапів студентів можна навчити не тільки вмінню читати, а ще й розвинути їхню медійну грамотність. Для того щоб такі заняття принесли максимум користі, на кожному етапі викладач повинен стимулювати студентів думати, оцінювати та порівнювати інформацію.

Розглянемо кожен крок детальніше з урахуванням особливостей розвитку критичного мислення студентів.

- Передтекстовий етап (Pre-reading). Головне завдання викладача на цьому етапі – зацікавити студентів прочитати текст. Також, щоб розвивати критичне мислення у студентів, завдання повинні стимулювати їх розповісти про свою думку, свій досвід. Прикладами вправ тут можуть бути:

- Look at the picture and predict what the future text will be about. Для цього викладач повинен знайти відповідні картинки, що допоможуть студентам.

- Look at the title of the article, and answer the question: «What crimes will be discussed in the text?»

- Look at the name and interface of the website and answer the question: «Who created this piece of news?»

- Текстовий етап (While-reading). Цей етап дуже важливий для того, щоб учні змогли покращити своє розуміння тексту. Прикладами завдань із розвитку медіаграмотності для цього етапу є такі:

- Read the text and find three incorrect information, using reliable sources.
- Read the text and say if information is true or false, according to your experience.
- Післятекстовий етап (Post-reading). Цей етап надає можливість студентам

проаналізувати, осмислити та оцінити текст. Тож, цей крок – найважливіший для розвитку медійної грамотності. Викладач може дати такі завдання:

- Write a letter about your feelings after reading this text.
- Analyze information from the article and compare it with Ukrainian news.
- Answer the question: «What manipulative strategies are used in the text?»

Отже, майже кожна людина у сучасному світі не може уявити своє життя без медіа. Звісно, що завдяки засобам масової комунікації життя людей стало легше в багато разів, тепер люди можуть спілкуватися на відстані, отримувати останні новини через телефон, дає можливість навчатися коли і де завгодно тощо. Однак незважаючи на таку велику кількість корисних можливостей, засоби масової комунікації також здатні нести дезінформацію, маніпуляцію та навіть впливти на психологічний стан людей. Щоб уникнути таких проблем, сучасній людині потрібно бути медійно грамотною. Розвиток цього важливого вміння слід розвивати в навчальних закладах, це можуть бути окремі заняття, додаткові курси або навіть заняття з англійської мови. На таких заняттях викладач має можливість не тільки дати студентам мовні знання, але й розвинути її медійну грамотність та критичне мислення.

Перспективою розвитку порушеної проблематики є розробка планів для розвитку медійної грамотності у студентів під час навчання читанню на заняттях з англійської мови з урахуванням візуального складника медіакомунікації.

**Література.** 1. Іванов В. Ф., Волошенюк О. В. Медіаосвіта та медіаграмотність. Київ, 2012. 352 с. 2. Anderson I., Hiebert J., Scott E. The Report of the Commission on Reading. Washigton, 1985. 173 p. 3. Horn A. Manipulation Dark Psychology to Manipulate and Control People. Washigton, 2019. 105 p. 4. Lasswell H. Sociology Mind. *The structure and function of communication in society*. New York, 1948. P. 37—51. 5. Silverblatt A., Miller D., Smith J., Brown N. Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages. Westport, 2014. 560 p.

УДК 811.111'38'42:177.61

## ЛЮБОВНИЙ ДИСКУРС: ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ЗІЗНАННЯ В КОХАННІ В АНГЛОМОВНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Рябко А. А. (м. Харків)

канд. філол. наук, доц. Матюхіна Ю. В.

**Анотація:** Дана стаття присвячена дослідженню любовного дискурсу та лінгвостилістичних властивостей зізнання в коханні в англomовному середовищі. Визначено особливості процесу зізнання в коханні, виявлено специфіку та унікальні аспекти мовленнєвого акту в американському лінгвокультурному середовищі.

**Ключові слова:** любовний дискурс, лінгвокультурні особливості, комунікативна поведінка, романтична комунікація, образна мова, лінгвостилістичні властивості.

**Summary: Riabko A. A. Love discourse: linguistic stylistic features of love confession in English-speaking culture.** This article is devoted to the study of love discourse and linguistic stylistic features of love confession in English-speaking culture. It defines characteristics of the love confession process focusing on the specificity and unique aspects of the speech act in the American linguacultural environment.

**Key words:** love discourse, linguacultural features, communicative behavior, romantic communication, figurative language, linguistic and stylistic qualities.

Дослідження різноманітних форм дискурсу займає важливе місце в академічних працях вчених, оскільки допомагає не лише розкрити особливості мовних процесів, але й розглянути мову у загальному контексті. Любовний дискурс виступає як значущий інструмент для вираження та регулювання міжособистісних відносин і відіграє значну роль у мовленнєвій комунікації. Ця взаємодія дозволяє створювати комплексний мовленнєвий контекст, який допомагає ефективно передавати емоції та почуття.

Актуальність цього дослідження полягає в необхідності вивчення функціонування лінгвостилістичних властивостей у контексті зізнання в коханні в англomовному середовищі, оскільки використання образної мови в спілкуванні між закоханими відіграє вирішальну роль у посиленні емоційного резонансу.

Об'єктом є лінгвостилістичні особливості зізнання в коханні в американській лінгвокультурній спільноті. Предметом дослідження виступають особливості процесу зізнання в коханні в американському культурному середовищі, зокрема, стилістичні засоби, інтонація, вживання метафор та інших мовних засобів.

Мета дослідження полягає в аналізі особливостей лінгвостилістичних властивостей зізнання в коханні з акцентом на специфіці та унікальних аспектах мовленнєвого акту в американському культурному середовищі.

Лінгвістичний термін «дискурс» був вперше визначений американським лінгвістом Зеллінгом Харрісом у 1950-х роках минулого століття. Він використовує цей термін, щоб охарактеризувати «метод аналізу зв'язного мовлення, призначений для виведення дескриптивної лінгвістики за межі одного речення в даний момент часу і для співвіднесення мови та культури» [5, с. 2]. Виходячи з цього тлумачення, дискурс визнається як важливий лінгвістичний компонент комунікації, що охоплює вживання мови у всіх її формах, як усної, так і письмово. Проведений аналіз досліджень вітчизняних і зарубіжних дослідників дозволяє зробити висновок, що дискурс включає в себе не лише текстові аспекти, а й семантичні, прагматичні та соціокультурні компоненти, що формують його значення і впливають на його сприйняття.

Любовний дискурс є однією з конкретних форм дискурсу, яка зосереджена на вираженні та регулюванні любовних відносин. Термін «любовний дискурс» вперше був використаний Роланом Бартом у роботі «Фрагменти мови закоханого» (*Fragments d'un discours amoureux*) [1]. Любовний дискурс проявляється через невимушену, майже неорганізовану мову, яка відзначається спонтанністю та сильною залежністю від конкретних ситуацій. На фонетичному рівні він супроводжується особливою інтонацією, що передає ніжність та романтичний настрій. На лексичному рівні зазвичай використовуються спеціальні, емоційно забарвлені слова, а також лексика, що передає почуття та емоції. Важливим аспектом є його діалогічний характер, де обидва учасники, суб'єкт та об'єкт, взаємодіють через мовлення, виражаючи свої почуття та наміри. Головною метою учасників любовного дискурсу є не лише вираження власних емоцій, але й спонукання об'єкта кохання до відповіді на ці почуття. В даному мовленнєвому спілкуванні важливою є не лише вербальна частина (слова і фрази), але і невербальний аспект. Основна інформація, наміри та цілі учасників передаються не тільки словами, але й через міміку, жести та проксеміку.

Спілкування становить основу для життя людини та її взаємодії з оточуючим світом. Ф. С. Бацевич визначає мовленнєвий акт як цілеспрямовану мовленнєву дію, одиницю нормативної соціомовленнєвої поведінки [2, с. 170], а сама мовленнєва ситуація включає в себе як предмет мовлення, так і учасників мовлення з їх взаємовідношеннями і характеристиками [3, с. 3]. У романтичних стосунках спілкування відіграє вирішальну роль у підтриманні успішних й гармонійних відносин. Воно має інтимно-особистісний характер (інтимний від фр. *intime* – інтимний, близький; використовують у значенні глибоко особистий), який відрізняє її від інших видів спілкування. Ця специфічність дозволяє парам виражати свої почуття, встановлювати зв'язок та розвивати стосунки. Романтична комунікація передбачає формування спеціальної системи між двома романтичними партнерами, яка включає в себе конкретні риси та особливості, що роблять її особливою формою міжособистісного спілкування. Мова спілкування у романтичних відносинах відрізняється від загального мовлення за своєю виразністю, структурою та використанням мовних засобів, оскільки вона має на меті виражати глибокі почуття й будувати інтимні відносини.

У своїй науковій роботі «*We. Understanding the Psychology of Romantic Love*», психолог Роберт А. Джонсон приходить до висновку, що романтичне кохання можна охарактеризувати як «комплекс установок стосовно об'єкта кохання» та підкреслює, що романтичне кохання є основою для всієї ментальності західноєвропейської культури і важливим фактором у формуванні нових культурних цінностей [6, с. 79]. Кожна культура має свої унікальні особливості, які в лінгвістичній літературі відображаються як «мова культури», тобто система знаків та взаємозв'язків, яка підтримує узгодження ціннісно-сміслових форм та організацію існуючих або виникаючих уявлень, образів, концепцій та інших семантичних структур. Лінгвокультурологія як галузь дослідження взаємозв'язку мови та культури вивчає вплив мови на культурні особливості суспільства, а також взаємовплив культурних особливостей на мову. Порівнюючи різні мови та культури, ми можемо виявити відмінності у тематиці спілкування, невербальній поведінці та вираженні емоцій. Систематичний опис комунікативної поведінки

конкретної культури допомагає зрозуміти та адаптуватися до цих особливостей, сприяючи покращенню ефективності міжкультурного спілкування. У контексті різноманітних національних культур американська культура відрізняється своєю унікальною комунікативною поведінкою, яка виникла під впливом історичних, соціокультурних та політичних чинників. Серед ключових цінностей, які формують спосіб життя американців, слід виділити такі:

- індивідуалізм / особистий успіх / свобода;
  - *“Stop taking care of everyone but yourself”* [9]
  - *“Don't apologize for who you are and what you want”* [10]
- влада над обставинами. В Америці існує переконання, що кожна людина має можливість управляти всіма обставинами, які можуть впливати на неї, і будь-які проблеми, з якими вона зіткнулася, виникають не через невдачу, а через особисту небажання зробити своє життя краще;
  - *“We make our own fortunes, and call them fate. And what better excuse to choose a path than to insist it's our destiny? But at the end of the day, we all have to live with our choices ... no matter who's looking over our shoulder”* [5]
  - *“There are times when it feels like the world is happening to you, but remember that you are also happening to the world”* [11]
- рівність / егалітаризм. Рівність для американців – одна із найважливіших цінностей. Американці не відчувають необхідності в прояві шанобливого ставлення до тих, хто перебуває на вищому соціальному статусі, і навпаки, часто спілкуються з особами з нижчим соціальним статусом як з рівними.
  - невимушеність та пряmolінійність. Культура США характеризується неформальним та прямим стилем спілкування, що відображається у їхньому підході до комунікації. Американці вважають, що чесне спілкування, навіть якщо воно вимагає висловлення неприємної правди, є невід'ємною складовою здорових та гармонійних взаємин:

- “*Good friends are the ones who tell us the truth about ourselves... even when the truth might be something we're reluctant to admit*” [4]

- зміни. У США бажання змінювати своє життя вважається важливою складовою успіху, на відміну від деяких інших країн, де люди можуть відноситися до змін зі страхом, сприймаючи їх як щось невідоме і, отже, потенційно загрозливе:

- “*...the greatest rewards come from doing the things that scare you the most. Maybe you'll get everything you wish for. Maybe you'll get more than you ever could have imagined*” [8]

- час та управління ним. Для будь-якого американця час – це цінність виняткової важливості.

- орієнтація на роботу. Ідея прогресу, постійного зростання (*upward mobility*) – це «бажання досягти вищого ніж у батьків економічного статусу або забезпечити дитині великий успіх у житті» [9].

Таким чином, американська нація, яка характеризується своєю культурою та традиціями, має цілу низку культурних ціннісних характеристик, що впливають на особливості вираження почуттів в американській лінгвокультурі. Хоча деякі емоції є універсальними і переживаються подібним чином як реакція на певні ситуації в усіх культурах, інші емоції демонструють значні культурні відмінності у способі їх переживання та тому, як вони сприймаються суспільством [7, с. 229]. Ключем до вивчення людських емоцій є сама мова, яка класифікує та структурує емоції й пропонує засоби для мовленнєвого моделювання відповідних емоцій. Саме мова формує емоційну картину світу представників тієї чи іншої лінгвокультури.

Зізнання у коханні є не просто окремою подією, а складовою складнішої психологічної ситуації, яка передбачає певну послідовність етапів, таких як зустріч двох людей, формування особливих відносин між ними та розвиток почуттів на різних етапах. Згідно з тлумачним словником значення слова «любов» має просте та несуперечливе тлумачення: 1) почуття глибокої сердечної

прихильності; 2) внутрішній, духовний потяг до чого-небудь; 3) пристрасть до чого-небудь [8, с. 313]. Відомий психоаналітик та філософ Еріх Фромм визначає любов як акт самоствердження, який передбачає взаємодію між двома особами. Але це також акт віри, акт взаємодії, який веде до пізнання іншої людини, її внутрішнього світу, її унікальності. За його словами любов не є лише відчуттям. Це артикульоване ставлення, яке виявляється в діях, а не лише в словах [4].

Коли людина виражає свої романтичні почуття, мова може набувати особливого відтінку, що допомагає передати інтенсивність і пристрастність почуттів. Вивчення тонкощів образної мови в цьому контексті розкриває складну взаємодію метафор, порівнянь, персоніфікацій, гіпербол, символізму та образів. При зізнанні у коханні поетичні вислови та метафори можуть використовуватися для опису краси та привабливості об'єкта кохання, а також для надання розмові більшого емоційного навантаження та глибин:

- *“You're my end and my beginning. Even when I lose, I'm winning”*

[1]

- *“You are the sunshine of my life. That's why I'll always be around”*

[12]

Ідея «кохання» часто реалізується через використання метафор, пов'язаних з різними почуттями та сприйняттями, такими як кольори, світло, смак, запах, дотик та слух, а також метафори, що стосуються ваги, розміру та кількості:

- *“I loved you with a fire red, now it's turning blue”* [2]

- *“How deep is your love? Is it like the ocean?”* [6]

- *“Now we're breaking rules, but they ain't breaking us 'cause it's such sweet love”* [11]

Ці метафори допомагають надати абстрактному поняттю «кохання» конкретну і концептуальну форму, щоб краще передати його складність та глибину через образи, які відомі та доступні для багатьох людей.

Порівняння є ще одним визначним інструментом зізнання в коханні. Порівняння використовуються для вираження романтичної пристрасті та сильних емоцій, пов'язаних з глибоким почуттям кохання:

- “*Boy you play through my mind like a symphony*” [7]
- “*You are beautiful like a dream come alive*” [7]

У романтичному лексиконі часто спостерігається використання персоніфікації. Це прийом, що дозволяє надавати людські якості неживим об'єктам, абстрактним ідеям або навіть тваринам. Персоніфікація додає висловлюванням у романтичних стосунках яскравості, створює виразні образи та підсилює емоційний зв'язок:

- “*For Belly, Conrad is the sun and when the sun comes out, the stars disappear*” [10]

Гіпербола є потужним засобом, який допомагає передати глибину почуттів. Вона використовується для підкреслення вагомості емоцій та переживань, а також для підсилення інтенсивності емоційного виразу:

- “*I'm asking you to spend all of eternity with me*” [3]

В романтичному спілкуванні також використовується символізм, який базується на символічних образах для вираження значущості любові та відданості. Ці символи, такі як червона троянда, що втілює пристрасть, або кільце, яке символізує вічну відданість, допомагають людям спільно розуміти культурні та емоційні концепції, поглиблюючи їхні почуття та зв'язок.

Отже, проведе дослідження вказує на важливість любовного дискурсу як форми комунікації, що відображає специфічні аспекти культурного та соціального контексту. Підкреслюється, що вираз любові через мову має свої особливості, що допомагають висвітлити інтенсивність емоцій. Також акцентується на важливості вивчення особливостей романтичної комунікації, що відображає культурні цінності та комунікативні стратегії в американському середовищі. Дослідження тонкощів мови в рамках любовного дискурсу виявляє багатогранність та складність мовленнєвих засобів, використовуваних для вираження глибоких емоцій та побудови відносин.

Перспективою дослідження є більш детальне вивчення та аналіз любовного дискурсу, а також подальший розгляд та систематизація лінгвостилістичних

особливостей зізнання в коханні в англomовній культурі, їх впливу та ролі у сучасному світі.

Таким чином, вивчення лінгвостилістичних особливостей зізнання в коханні у американському лінгвокультурному середовищі є актуальним і дозволяє краще зрозуміти особливості мовленнєвої поведінки та культурного контексту.

## Література

Барт Р. Фрагменти мови закоханого. Львів: Незалежний культурологічний журнал «І», 2006. 283 с. 2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. Київ, Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с. 3. Солощук Л. В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англomовному дискурсі: монографія. Харків: Константа, 2006. 298 с. 4. Фромм Е. Мистецтво любові. *перек. В. Кучменко*. Харків, 2017. URL: [1https://shron1.chtyvo.org.ua/Fromm\\_Erich/Mystetstvo\\_liubovi.pdf](https://shron1.chtyvo.org.ua/Fromm_Erich/Mystetstvo_liubovi.pdf) 5. Harris Z. Discourse analysis. Language. 1952. Vol. 28. № 1. 30 p. 6. Johnson, R. We: Understanding the Psychology of Romantic Love. Harper Collins, 1985. 224 p. 7. Matsumoto D. Culture and Psychology. Cernage Learning, 2016. 544 p. 8. Sawhill I, Morton J.E. Economic Mobility: Is the American Dream Alive and Well? May 1, 2007. URL: <https://www.brookings.edu/articles/economic-mobility-is-the-american-dream-alive-and-well/>

## Список ілюстративних джерел

1. All Of Me lyrics. John Legend. URL: <https://www.azlyrics.com/lyrics/johnlegend/allofme.html> 2. Apologize lyrics. OneRepublic. URL: <https://www.azlyrics.com/lyrics/onerepublic/apologize.html> 3. Devious Maids, Season 1, Episode 12 – Getting Out the Blood. URL: [1https://sublikescript.com/series/Devious\\_Maids-2226342/season-1/episode-12-Getting\\_Out\\_the\\_Blood](https://sublikescript.com/series/Devious_Maids-2226342/season-1/episode-12-Getting_Out_the_Blood) 4. Desperate Housewives: Season 8, Episode 11 – Who Can Say What's True? URL: [https://sublikescript.com/series/Desperate\\_Housewives-410975/season-8/episode-11-Who\\_Can\\_Say\\_Whats\\_True](https://sublikescript.com/series/Desperate_Housewives-410975/season-8/episode-11-Who_Can_Say_Whats_True) 5. Gossip Girl: Season 3, Episode 12 – The Debarted. URL: [https://sublikescript.com/series/Gossip\\_Girl-397442/season-3/episode-12-The\\_Debarted](https://sublikescript.com/series/Gossip_Girl-397442/season-3/episode-12-The_Debarted) 6. How Deep Is Your Love lyrics. Calvin

Harris (with Disciples). URL: <https://www.azlyrics.com/lyrics/calvinharris/howdeepisyourlove.html> 7. Love You Like A Love Song lyrics. Selena Gomez & The Scene. URL: <https://www.azlyrics.com/lyrics/selenagomezthescene/loveyoulikealovesong.htm> 8. One Tree Hill: Season 3, Episode 15 – Just Watch The Fireworks. URL: [https://sublikescript.com/series/One\\_Tree\\_Hill-368530/season-3/episode-15-Just\\_Watch\\_the\\_Fireworks](https://sublikescript.com/series/One_Tree_Hill-368530/season-3/episode-15-Just_Watch_the_Fireworks) 9. Pretty Little Liars: Season 1, Episode 12 – Salt Meets Wound. URL: [https://sublikescript.com/series/Pretty\\_Little\\_Liars-1578873/season-1/episode-12-Salt\\_Meets\\_Wound](https://sublikescript.com/series/Pretty_Little_Liars-1578873/season-1/episode-12-Salt_Meets_Wound) 10. Pretty Little Liars: Season 4, Episode 11 – Bring Down the Hoe. URL: [https://sublikescript.com/series/Pretty\\_Little\\_Liars-1578873/season-4/episode-11-Bring\\_Down\\_the\\_Hoe](https://sublikescript.com/series/Pretty_Little_Liars-1578873/season-4/episode-11-Bring_Down_the_Hoe) 11. Sweet Love lyrics. Kiesza. URL: <https://www.azlyrics.com/lyrics/kiesza/sweetlove.html> 12. The Summer I Turned Pretty, Season 1, Episode 7 – Summer Love: 08 <https://transcripts.foreverdreaming.org/viewtopic.php?t=74918&sid=0f8e80756576034456dd68767faacf8f> 13. The Summer I Turned Pretty, Season 2, Episode 1 – Love Lost. URL: <https://transcripts.foreverdreaming.org/viewtopic.php?p=234687&sid=0f8e80756576034456dd68767faacf8f#p234687> 14. You Are The Sunshine Of My Life lyrics. Stevie Wonder. URL: <https://www.azlyrics.com/lyrics/stevewonder/youarethesunshineofmylife.html>

**УДК 811.111'42**

## **ДИСКУРСИВНІ СТРАТЕГІЇ *SMALL TALK* У ТВОРАХ ДЖ. ОСТІН**

**Сасіна Ю.Р. (Харків)**

Науковий керівник: докт. філол. наук, проф. Шевченко І.С.

**Анотація:** Роботу присвячено дослідженню стратегій і тактик *small talk* в англomовному художньому дискурсі 19 століття. У ході дослідження уточнено розуміння фатичного дискурсу в цілому і дискурсивної події автономного типу *small talk*, зокрема. В роботі застосовано принципи і методи новітнього когнітивно-комунікативного аналізу сучасної лінгвістики та визначено дискурсотвірні концепти *small talk*; схарактеризовано ритуалізований характер *small talk* і її орієнтацію на комунікативний принцип ввічливості; описано домінуючі та супутні інтенції *small talk* і встановлено провідні стратегії і відповідні тактики *small talk* в англomовному художньому дискурсі творів Джейн Остін.

**Ключові слова:** концепт, леді, джентльмен *small talk*, художній дискурс, стратегії і тактики

**Summary: Sasina Yu.R. DISCOURSE STRATEGIES OF SMALL TALK IN THE WORKS OF J. AUSTIN.** This work focuses on the study of small talk strategies and tactics in the English fiction discourse of the 19th century. This study refined the understanding of phatic discourse in general and the small talk as a discursive event of the autonomous type, in particular. The work applies the principles and methods of the latest cognitive-communicative analysis of modern linguistics and defines the discourse-creating concepts of small talk; is characterizes the ritualized nature of small talk and its orientation to the communicative principle of politeness; the paper describes the dominant and accompanying intentions of small talk and its leading strategies and corresponding tactics in the English discourse of Jane Austen's fiction.

**Keywords:** concept, lady, gentleman small talk, fiction discourse, strategies and tactics

У сучасній лінгвістиці активно розвиваються дискурсивні студії в цілому і, зокрема, досліджується фатична комунікація. Комунікативна подія (speech event) *small talk* займає особливе місце у фатичному дискурсі [1; 2; 4; 7; 9], але залишається недостатньо вивченою в аспекті когнітивно-прагматичних властивостей, що лежать в основі стратегій і тактик дискурсу.

Актуальність цього дослідження обумовлена тим, що нагальні завдання вивчення високочастотного і значимого в англійській лінгвокультурі фатичного спілкування *small talk* аналізуються в новому когнітивно-прагматичному ракурсі дискурсивних студій.

Об'єктом цього дослідження є мовленнєва подія *small talk* як автономний складник англійського фатичного спілкування, а його предмет – прагматичні та когнітивні характеристики дискурсивних ситуацій *small talk* у спілкуванні персонажів англійських художніх творів Джейн Остін.

Ціллю дослідження в статті є комплексна когнітивно-прагматична характеристика англійської фатичної мовленнєвої події *small talk*. Для цього вирішуються завдання: уточнити сутність і основні характеристики мовленнєвої події *small talk*, встановити її місце в типології фатичної комунікації; виявити когнітивні властивості *small talk* в англійській лінгвокультурі 19 століття; розглянути прагматичний аспект *small talk* і виявити її типові інтенції, визначити дискурсивні стратегії і тактики.

Матеріалом дослідження послужили 25 прикладів мовленнєвої події *small talk*, почерпнутих із художніх творів Джейн Остін загальним об'ємом 2050 слововживань.

Методи дослідження. В цьому дослідженні використовуються комплексні методики когнітивної прагмалінгвістики [8]: метод семного аналізу, метод концептуального моделювання, інтенційного аналізу мовленнєвих актів, функціонального опису стратегій і тактик дискурсу, діахронічного аналізу.

Наукова новизна дослідження вбачається в тому, що вперше з використанням теоретичного апарату когнітивної прагмалінгвістики [8] визначені дискурсотвірні концепції та комунікативні стратегії та тактики мовленнєвої події *small talk*. Практична значимість роботи визначається тим, що її результати можуть бути використані в курсах загального мовознавства, спецкурсах з аналізу дискурсу, прагмалінгвістики, когнітивної лінгвістики, теорії мовної комунікації; вони можуть знайти застосування в подальших дослідженнях бакалаврів і магістрантів.

У сучасній науці *small talk* (gossip и т.ін.) визначається як різновид фатичного дискурсу, його найбільша одиниця – мовленнєва подія, яка забезпечує системність і впорядкованість комунікації, задовольняє потреби в соціальному контакті, включеності в загальну діяльність; вона реалізується (не)спеціалізованими вербальними та невербальними засобами та характеризується домінуванням соціально-регулятивної інформації, конвенціональністю та ритуалізованістю [1]. Б. Малиновський вказував на фатичне спілкування (phatic communion) як встановлення «фундаменту соціального зв'язку» між людьми всередині певної групи шляхом самого факту вживання слів, як прояв увічливості [7, с.146-152]. Дж. Лейвер виділяє в цьому типі комунікації дві фази (етапи): ініціацію та завершення контакту [5].

Фатика є одним із найважливіших комунікативних принципів, зокрема, поряд з максимою увічливості (такта, згоди, симпатії, скромності) Дж. Лич виокремлює фатичну максиму (Phatic Maxim): «Уникай мовчання» і «Підтримуй розмову» [6, с. 41-142].

У фатичному дискурсі автономного типу загальна ціль регулювання мовленнєвої взаємодії здійснюється у *small talk* – дискурсивній ритуалізованій події, яка характеризується самоцінністю, упорядкованістю, переважною

соціально-регулятивною інформацією, тематичною заданістю, ігровими та естетичними компонентами [1, с.13].

До типових комунікативних ситуацій *small talk* належать: 1) заповнення комунікативної паузи; 2) підтримання соціальних контактів, де перші пов'язані з реалізацією максими ввічливості та відвертанням загрози «негативному лицю», другі – з реалізацією максими дружби та взаємним задоволенням «позитивного лиця» [2].

Вибір теми погоди в якості універсальної для *small talk* пов'язаний з англійським національним характером, стереотипами комунікативної поведінки англійців [4].

До історичних констант *small talk* відносять її когнітивно-інтенційні особливості: по-перше, її комунікативна мета — приємне спілкування, бажання розважити та догодити співрозмовникам; по-друге, стереотипні ролі та зумовлені етикетом стратегії ввічливості; по-третє, обмеженість тем розмови; по-четверте, змагальний та ігровий характер, який посилюється іронією та грою слів [9].

Цінність *small talk* історично сходить до цінностей та ідеології рицарського етосу в британській культурі, зокрема, до концептів *gentleman/джентльмен*, *lady/леді*. Ці концепти – дискурсотвірні в комунікативній події *small talk*. Вони належать до концептів культури – багатовимірних смислових одиниць, в яких виділяються ціннісний, образний та поняттєвий складники [8]. Основні концептуальні ознаки *gentleman* і *lady* пов'язані з такими ключовими концептами англійської культури, як *privacy*, *fair play*, *honour*, *dignity*, *tradition*, *humour*, *understatement*, *politeness*.

Мовленнєва подія *small talk* включає фатичні мовленнєві акти (далі МА) різних прагматичних типів, що реалізовані висловленнями привітань, компліментів, скарг, запитань, повідомлень та ін. Всі вони реалізують свою інтенцію встановлення та підтримки контакту, приємного малоінформативного спілкування. Водночас супутні інтенції конкретних МА розрізняються: це емотивність і оцінність, питальність, констатація тощо.

У художньому дискурсі Дж.Остін виділяються три найбільш поширені стратегії – контактоустановлення, заповнення пауз, розважання та їх тактики.

**Стратегії контактоустановлення** втілюються тактиками запитання, зауваження-коментаря, етикетною тактикою – утілення принципу ввічливості [3], які можуть використовуватися одночасно в одній мовленнєвій події. Наприклад, етикетна тактика (комплімент, запрошення, благопобажання, демонстрація поблажливості) реалізується в наступних МА - стереотипах: *Well, it's great pleasure to meet you, Mr. Bingley; I hope you are enjoying your stay; it's nice to have you back; People say very good things about you; You look well/ you look nice; Nice to see you How lovely to hear from you.* Ключовим можна назвати стереотип *Nice to see you.* У цьому прикладі містер Бінглі запрошує дам на бал у Незерфілд:

*I am perfectly ready, I assure you, to keep my engagement; and, when your sister is recovered, you shall, if you please, name the very day of the ball. But you would not wish to be dancing while she is ill* [10, chapter 9].

Наступна за значущістю та частотою стратегія у світській розмові – **стратегія заповнення пауз**, яка полягає в тому, щоб уникнути мовчання в період вимушеного перебування де-небудь. До комунікативних тактик, які реалізують стратегію заповнення пауз, відносяться тактики зауважень-коментарів щодо безпосередньої обстановки або недавніх подій, тактика згоди-повтора, тактика хеджінга (реалізована переважно непрямими МА).

В якості тактики згоди (піддакування, комунікативного повтору) виступають конативні маркери – сигнали зворотного типу зв'язку: *well, I see, true yes; right; oh yes; yes, I'm much better thanks; You're not wrong; Oh it's great; Oh it's beautiful; of course yes; That's right.* Подобного роду репліки практично повністю десемантизовані, їх єдина функція – підтримка комунікативного контакту з метою заповнення паузи.

*Small talk* нерідко розвивається саме за рахунок розвернутої згоди. Прикладом слугує *That is very true* у бесіді подруг:

*"His pride," said Miss Lucas, "does not offend me so much as pride often does, because there is an excuse for it. One cannot wonder that so very fine a*

*young man, with family, fortune, everything in his favour, should think highly of himself. If I may so express it, he has a right to be proud.”*

*“That is very true,” replied Elizabeth, “and I could easily forgive his pride, if he had not mortified mine.”* [10, chapter 5]

**Стратегія розважання** спрямована на те, щоб надати спілкуванню зацікавленості, при цьому реалізуються інтелектуальні і творчі мовленнєві здібності співбесідників. На відміну від стратегії заповнення пауз, де форма і тематика спілкування виходить на другий план і головним є психологічний комфорт (досягається комунікативними «погладжуваннями»), стратегія розважання передбачає креативність, витонченість за формою і змістом або хоч б нестандартність (теми погоди, здоров'я, розпорядка дня і т. п. зазвичай не використовуються). У ситуаціях розважання виділяють кілька тактик – компліменти, оцінювання, шутки, анекдоти, вираження думки, сентенції, афоризми, пліткування.

Зокрема, тактика компліменту може бути направлена на оцінку зовнішності, заслуг, поведінки адреси. При цьому комплімент може бути прямим і непрямим, як от бажання Дарсі познайомити Елізабет зі своєю сестрою:

*“There is also one other person in the party,” he continued after a pause, “who more particularly wishes to be known to you. Will you allow me, or do I ask too much, to introduce my sister to your acquaintance during your stay at Lambton?”*

*<...> They now walked on in silence; each of them deep in thought. Elizabeth was not comfortable; that was impossible; but she was flattered and pleased. His wish of introducing his sister to her was a compliment of the highest kind.* [10, chapter 43]

Таким чином, за результатами дослідження можна зробити висновки про те, що когнітивна прагмалінгвістика служить ефективним підходом у сучасній дискурсології. Використання її методології та методів для аналізу *small talk* в художньому дискурсі Джейн Остін надало можливість встановити, що домінуюча

інтенція мовленнєвої події ритуалізованого різновиду фатичного дискурсу автономного типу – англійської *small talk* – це контактоустановлення.

*Small talk* зумовлена дискурсотвірними концептами– леді і джентльмен, що відповідають цінностям англійської лінгвокультури 19 століття.

Функціонування світської розмови в ситуаціях неофіційного спілкування є високо конвенційним. Для такого фатичного спілкування ритуалізована форма важливіша за зміст повідомлень. Провідна характеристика *small talk* – орієнтація на дотримання дискурсивних принципів увічливості. Найбільш розповсюдженими стратегіями цієї мовленнєвої події служать встановлення контакту, заповнення пауз, розважання та відповідні тактики.

Проведене дослідження та отримані результати відкривають перспективи для подальших когнітивно-прагматичних студій художнього та інших типів дискурсу в англійській мові та в крос-культурному аспекті.

## Література

1. Матюхіна Ю.В. *Розвиток системи фатичної метакомунікації в англійському дискурсі XVI – XX століть*: автореф. дис. ... канд. філол. наук. Харків, 2004. 20 с.
2. Blum-Kulka S. Gossipy events at family dinners: negotiating sociability, presence and the moral order. J. Coupland (ed.) *Small Talk*. Harlow: Longman, 2000. P. 213-40.
3. Brown P. and Levinson S. Universals in language usage: politeness phenomena *Questions and Politeness. Strategies in Social Interaction* / E.Goody (Ed.). L.: Cambridge University Press, 1978. P. 56-289.
4. Coupland J. Small talk: social functions. *Research on Language and Social Interaction*, 2003. 36(1). P. 1-6.
5. Laver J. Communicative functions of phatic communication. *The Organisation of Behaviour in Face-to-Face Interaction* /A.Kendon, R.M.Haris, M.R.Key (Eds). The Hague: Mouton, 1975. P.156-87.
6. Leech G.N. *Principles of Pragmatics*. L., NY. 1983: Longman. 250 p.
7. Malinowski B. Phatic communion. *Communication in Face-to-Face Interaction*. L.: Penguin Books. 1972. P.146-52.
8. Shevchenko I. S. Cognitive pragmatics: approaches and perspectives. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2019. №2. С.169-173. <https://doi.org/10.32999/ksu2663-3426/2019-2-26>
9. Shevchenko I.,

Matyukhina Y., Drazdauskienė M. L. The evolution of the English small talk: a cognitive-pragmatic analysis. *Cognition, communication, discourse*, 2021. № 23. P.87-98. <http://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-06>

### Список джерел ілюстративного матеріалу

10. Austen, J. *Pride and Prejudice*. The Project Gutenberg [eBook #1342]. URL: <https://www.gutenberg.org/files/1342/1342-0.txt>

УДК 811.111`42:82-5:502/504

## ЕКОЛОГІЧНІСТЬ БРИТАНСЬКОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСА

(на матеріалі виступів Бориса Джонсона)

Свідлова К.О. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Шпак О.В.

**Анотація:** У статті досліджується екологічність сучасного британського політичного дискурсу на матеріалі виступів відомої політичної фігури, колишнього прем'єр-міністра Великої Британії Бориса Джонсона. Політичний дискурс Великої Британії ґрунтується на нормах мови, закорінених на комунікативній категорії ВВІЧЛИВІСТЬ, а також нормах британської політичної культури. Збереження балансу між фатикою та інформатикою, відмова від дисонансних висловлень на користь унісонності у спілкуванні політиків, а також фактор дискурсивної особистості виступають провідними принципами екологічності.

**Ключові слова:** еколінгвістика, дисонансність, інформативність, комунікативна особистість, політичний дискурс, унісонність, фатичність.

**Summary: Svidlova K. Ecolinguistic Features of the Communicative Behavior of a British Politician (Based on Boris Johnson's Speeches).** The article examines the ecolinguistic features of modern British political discourse based on the speeches of a well-known political figure, the former Prime Minister of Great Britain, Boris Johnson. Political discourse in Great Britain is based on the English language norms rooted in the communicative category of Politeness, as well as norms of British political culture. Preserving the balance between phatics and informatics, the rejection of dissonant statements in favor of unison in the communication of politicians, as well as the factor of a discursive personality are the leading principles of ecology.

**Key words:** discursive personality, dissonance, ecolinguistics, informativeness, phaticity, political discourse, unison.

Сучасна наука стикається з появою нових напрямків, що виникають на перетині існуючих наукових парадигм. Це відбувається через те, що суспільство розвивається і стає все більш складним, спонукаючи розвиток досліджень у суміжних галузях. Наприклад, лінгвістика у ХХІ столітті вимагає нових наукових підходів, тож відкритість цієї галузі до співпраці з іншими науками сприяє розвитку соціолінгвістики, психолінгвістики, когнітивної лінгвістики,

комунікативної лінгвістики, комп'ютерної лінгвістики і багатьох інших напрямків [1, с. 28].

Еколінгвістика [2, с. 101] як один з нових напрямів лінгвістики набирає швидкість у своєму сучасному розвитку, відкриваючи нові перспективи дослідження. Тема вивчення аспекту екологічності англomовного політичного дискурсу вбачається актуальною в сучасних умовах швидкої глобалізації. Еколінгвістичний аналіз виступів відомого британського політика і колишнього прем'єр-міністра Великої Британії, такої яскравої дискурсивної особистості, як Борис Джонсон, має проліти світло на питання реалізації комунікативної категорії КОНТАКТ [5, с. 27-29] у британському політичному дискурсі. Еколінгвістичні засоби та способи спілкування англomовних політиків розглядаються через призму дослідження інформативної та фатичної складових висловлень Бориса Джонсона, а також унісонності та дисонансності у модусі його промов. Аналізується також невербальна складова комунікативної поведінки відомого політичного діяча.

Аналіз останніх досліджень та літератури в галузі мовознавства виокремлює ідею екологізму, яка була розвинута видатними мовознавцями, такими, як В. фон Гумбольдт, Е. Хауген, Х. Хаарман, а також багатьма сучасними вітчизняними науковцями [2]. Згідно з цією ідеєю, мова формується через взаємодію людей як органічних елементів природи у конкретному середовищі культури і суспільстві. З екологічної точки зору, мова є відповідною формою поведінки людини, що виникає з її потреб у зв'язку з її існуванням у спільноті [2, с. 100-103]. Вчені виявляють активний інтерес до цієї актуальної проблеми, оскільки еколінгвістика сприяє кращому розумінню факторів ефективності спілкування. Вона фокусується на специфіці системної організації комунікативних подій у різних видах дискурсу та уживає власну термінологію ("мовний сміття", "охорона мови" тощо). До того ж, еколінгвістичний підхід є критичним до парадигми антропоцентризму: мова розуміється не як сутність, занурена у світ, а як діяльність, інтегрована у світ [2]. Англomовний політичний дискурс, досить добре вивчений сучасними лінгвістами,

є важливою складовою сучасної глобальної політичної арени, і здобуває, таким чином, інший ракурс дослідження, що й визначає новизну дослідження.

Таким чином, об'єктом дослідження є спілкування англомовних політиків, зокрема мовленнєві та немовленнєві засоби, уживані у комунікативних контактах з іншими політиками колишнім прем'єр-міністром Великої Британії Борисом Джонсоном. Предметом розвідки є принципи екологічності британського політичного дискурсу. Мета роботи полягає в аналізі еколінгвістичного аспекту спілкування суб'єктів англомовного політичного дискурсу, видатним представником якого виступає Борис Джонсон. Ця видатна постать в парламенті Великої Британії славиться яскравими промовами та неординарною поведінкою серед інших урядовців, що спричиняє великий інтерес до нього, як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні.

На початку XXI століття Європейський Союз зіткнувся з викликами, зокрема, в області довіри до наднаціональних органів та формування європейської ідентичності. Brexit, вихід Великої Британії з Європейського Союзу, є найважливішою та непередбачуваною подією в історії ЄС. Він породив інтенсивні дебати про економічні розбіжності, суверенітет і імміграцію, а також викликав питання про національну ідентичність Великої Британії та її роль у світі. Політики у своїх промовах почали використовувати різноманітні тактики, спрямовані на стратегію формування громадськості та єднання. У політичних виступах спостерігається використання образів та символів [3, с. 148-154]. Проте їхнє розуміння і інтерпретація залежать від їхніх відображень у загальній свідомості. Тому досвідчений політик, яким є Борис Джонсон, висловлює свої думки так, що вони знаходять відгук в аудиторії, незалежно від її розташування у світі.

Політичний дискурс (ПД) – це всі мовні взаємодії, обумовлені традиціями і досвідом певної національної культури, що виражаються у специфічній риторичній риториці на політичну тему [4, с. 211]. Зміст висловлень, предмет розмови або публічних виступів, адресанти та адресати належать до сфери політики: це глави держави (монархи, президенти), прем'єр-міністри, спікери, лідери партій або

парламентських фракцій, парламентарії та інші. ПД визначається як аргументативний вид дискурсу, головною функцією якого є управління суспільною думкою за допомогою слова, яке виступає певною зброєю в руках політика [5, с. 126].

Театральний характер політичного дискурсу пов'язаний із спробою політика створити привабливий для громадськості образ, працювати на аудиторію для створення позитивного враження з уживанням слів, образів, метафор, символів тощо:

(1). *"... when the dawn breaks and **the curtain goes up on a new act in our great national drama**"* (Boris Johnson, Pre-Recorded Address to the Nation on Leaving the European Union).

Створення екологічно ефективного ПД неможливо без урахування фактору психологічного впливу, тенденції до експресивної надлишковості [5, с. 124-128]. Спостерігається деяка амбівалентність у мовленні Бориса Джонсона, коли він використовує метафори та абстрактні вирази, що можуть створювати плутанину щодо істинного змісту. Прикладом слугує фрагмент промови Джонсона, що пов'язана з новиною про вихід Британії з ЄС:

(2). *"... **who had started to worry that the whole political wrangle would never come to an end**"* (Boris Johnson, Pre-Recorded Address to the Nation on Leaving the European Union).

Важливим еколінгвістичним принципом спілкування політиків є доцільне поєднання фатичних та інформативних висловлень. Борис Джонсон використовує фатичні засоби, які спрямовані на підтримку контакту та створення розуміння та єдності з аудиторією:

(3). *"**I understand all those feelings ... For many people this is an astonishing moment of hope, a moment they thought would never come**"* (Boris Johnson, Pre-Recorded Address to the Nation on Leaving the European Union).

Інформативність виявляється у зазначенні фактів та подій, поясненні ситуації, що надає промові конкретності та фактичної основи:

(4) *“They are committing war crimes, and their atrocities emerge wherever they are forced to retreat... When they came to me last year, and they said that the evidence was now overwhelming that Putin was planning an invasion and we could see his Battalion Tactical Groups -- well over 100 of them -- gathering on the border”* (Boris Johnson, Address to the Parliament of Ukraine).

Лінгвістичні особливості політичного дискурсу вбачаються у використанні займенників; речень з футуральною перспективою, лексичних і стилістичних повторів тощо:

(6). *“Ukraine will win! Ukraine will be free! And I tell you why! I believe you will succeed members of the Rada* (Boris Johnson, Address to the Parliament of Ukraine).

Проявом ораторської майстерності політика вбачаємо вдале поєднання висловлень задля унісонності контакту з іншими політиками, вираження спільності та підтримки боротьби українського народу. Дисонасність, з іншого боку, виявляється через уживання експресивних лексичних оборотів, висловлень у функції незгоди та обурення щодо російських планів та пропаганди, а також у розбіжності сприйняття ситуації:

(7). *“I also, I remember a sense of horror but also of puzzlement. Because I had been to Kyiv on previous visits -- and I actually met some of you and I had stood in the Maidan and seen the tributes to those who had given their lives to protect Ukraine against Russian aggression”* (Boris Johnson, Address to the Parliament of Ukraine).

**Висновки.** Таким чином, до еколінгвістичних особливостей спілкування британських політиків, яскравим представником яких є Борис Джонсон, відносимо ораторську майстерність, доцільний баланс у поєднанні фатичності та інформативності, унісонності і дисонантності, британський такту, виваженості та емоційності, а також у вживанні експресивних лексичних одиниць, метафор, порівнянь, стилістичних повторів, речень з футуральною перспективою, невербальних компонентів комунікації, що створює драматичний характер промов та підсилюють емоційний зв'язок з аудиторією й ефективність комунікативного процесу. Перспективою роботи вважаємо вивчення екологічних способів і засобів комунікативних контактів політиків США.

## Література

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ, 2004. 344 с.
2. Морозова О.І. Екологізм як альтернативне антропоцентризму методологічне підґрунтя дослідження мови культури. Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація. Тези доповідей ХІХ наукової конференції з міжнародною участю. Видавництво Точка, 2020. С. 100-121.
3. Набока О.М. Феномен політичної метафори в англомовних текстах політичної метафори. Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис». № 9, 2021 С.148-154.
4. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля-К, 2006. 312 с.
5. Шпак О. В. Британський політичний дискурс з позиції еколінгвістики. Закарпатські філологічні студії. Ужгородський національний університет. 2023. Вип. 26. Том 2. С. 124-128.
6. Boris Johnson, Pre-Recorded Address to the Nation on Leaving the European Union, URL: <https://www.americanrhetoric.com/speeches/borisjohnsonleavingtheEUfinally.htm> (Last accessed: 19.10.2023)
7. Boris Johnson, Address to the Parliament of Ukraine, URL: <https://www.americanrhetoric.com/speeches/borisjohnsonukraineparliament> (Last accessed: 20.10.2023).

УДК 811.111:811.112.2]`255.4`373.23:821.111-312.9

## АНТРОПОНІМИ У АНГЛОМОВНОМУ ФЕНТЕЗІ ТА ЇХ ПЕРЕДАЧА В ПЕРЕКЛАДАХ НІМЕЦЬКОЮ МОВОЮ

Світоносова Л.О. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Оніщенко Н.А.

**Анотація:** У статті розглянуто закономірності вживання промовистих імен персонажів у англомовних творах фентезі та специфіку їх відтворення в перекладах німецькою мовою. Відзначено, що аналізовані власні імена у романі Дж. Роулінг «Гаррі Поттер і філософський камінь» можна умовно розділити на три великі групи: антропоніми, зооніми і топоніми. Усі вони приховують в собі характеристику персонажа, історію імені. Зауважено, що найчастотнішим засобом перекладу англомовних промовистих імен зазначеного твору німецькою мовою постає транслітерація.

**Ключові слова:** власні назви, оніми, переклад, промовисті імена, фентезі.

**Summary: Svitonosova L.O. Anthroponyms in English Fantasy and Their Translation into German.** The article examines the patterns of use of “speaking” names of characters in English-language fantasy works and the specifics of their reproduction in translations into German. It is noted that the analyzed proper names in J. Rowling’s novel “Harry Potter and the Philosopher’s Stone” can be divided into three large groups: anthroponyms, zoonyms and toponyms. They all contain character characteristics and the history of the name. It is emphasized that the most common way of translating English-language “speaking” names of the analyzed work into German is transliteration.

**Keywords:** expressive names, fantasy, onyms, proper names, translation.

Промовисті імена посідають особливе місце в онімному фонді мови. Вони відображають емоційно–психологічну та кваліфікативну сферу антропонімної номінації, яка пов’язана з уявленнями мовців про дійсність, їх емоційним ставленням до інших осіб, соціальними та індивідуальними оцінками носіїв індивідуальних колоритних імен.

Актуальність дослідження зумовлена сучасним лінгвокультурологічним підходом до ономастикону художнього дискурсу. Дослідження у цьому річизі є необхідними з огляду на потребу вдосконалення підходу до характеристики функціонування промовистих імен, розширення термінологічної бази, окреслення шляху мотивації надання промовистого імені та інтерпретації цього класу онімів людьми різних соціальних і вікових категорій. Не менш нагальним постає й питання адекватного перекладу промовистих імен іншими мовами.

Мета дослідження – визначити закономірності перекладу промовистих імен, вжитих у творах сучасного англомовного фентезі, німецькою мовою на прикладах творів Дж. Роулінг та їх перекладів німецькою мовою.

Поставлена мета інспірує необхідність розв’язання таких завдань дослідження:

1. Розглянути історію наукового вивчення поняття ономастики та онімної одиниці;
2. Охарактеризувати промовисті імена як семіотичний феномен;
3. Визначити прийоми та методи перекладу промовистих імен у творах Дж. К. Роулінг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Існують певні розбіжності у твердженнях науковців щодо функційності сучасних промовистих імен. На думку

Л.О. Белея, сучасні промовисті імена мають посилений оцінний компонент, простежується намір дати людині соціальну насмішкувату оцінку, а не відобразити реальні якості людини. Це призвело до того, що тепер промовистим іменем часто не називають людину у вічі [3, с. 28]. О.В. Арделян не погоджується з точкою зору на промовисте ім'я «як іменування, що містить переважно негативну характеристику» [2, с. 171]. У свою чергу він стверджує про різнотипність цього класу антропонімів, появу нових способів їх утворення тощо [2, с. 171]. На думку О. Ю. Андрієнко, промовисті імена, на відміну від власних імен, завжди містять певну характеристику особи, але, подібно до особових імен, «не виступають у ролі предиката, а є одиничним «кодовим» позначенням референта» [1, с. 5]. За визначенням В.М. Галич та Р.С. Лук'янчук, «промовисте ім'я – особова назва, внутрішня форма (мотивованість) якої ґрунтується на законі подібності, коли експресивно–характеристичне значення її формується через зіставлення зовнішніх і внутрішніх властивостей референта з об'єктами навколишньої дійсності» [6, с. 78].

Виклад основного матеріалу дослідження. Промовисті імена – «антропоніми неофіційної сфери функціонування, які виражаються одним чи кількома словами та вживаються як стислі тексти, що відрізняються формальною структурно–семантичною нерозгорнутістю й розкриваються в мотиваційному/інтерпретаційному тексті» [5, с. 257]. Вони характеризуються «підвищеною інформативністю й експресивно–емоційною забарвленістю, компресують у своєму змісті характеристики зовнішніх і внутрішніх особливостей носія імені, імпліцитно представлені через асоціативний зв'язок з предметами чи явищами навколишньої дійсності» [3, с. 46].

Матеріалом дослідження став переклад першого роману британської письменниці Дж. К. Роулінг з циклу про Гаррі Поттера українською та німецькою мовами, а саме «Harry Potter and the Philosopher's Stone». Переклад українською мовою виконано В. Морозовим, переклад німецькою мовою – К. Фрітцем (переклав «Harry Potter und der Stein der Weisen»).

Імена власні в творчості Дж. К. Роулінг є невід'ємним елементом форми художнього твору, складовою авторського стилю, одним із засобів, що створюють художній образ. Власні імена, будучи характерною рисою художньої літератури, є одним із найбільш експресивних та інформативних засобів, які передають обсяг імпліцитної інформації. Практично кожне ім'я несе в собі помітно виражене смислове навантаження. До того ж, за допомогою онімів у текстах, залучених до вивчення, здійснюється кодування соціокультурної й прагматичної інформації. Поміж іншим, онімні одиниці у творах Роулінг наділені величезним конотативно-експресивним потенціалом, інспірованим їхньою здатністю до того, аби доповнюватися контекстуальними та фоновими прирошеннями.

Специфіка ономастикону твору зумовлює додаткові труднощі перекладу: імена і поняття книг Дж. К. Роулінг близькі і зрозумілі англійським читачам, оскільки з погляду носія мови мають прозору семантику. Проте непідготовленим читачам, що не є носіями мови, складно розрізнити стилістичні відтінки англійських імен або вірно тлумачити їх виразність без знання мови оригіналу. Тому завданням перекладача є розкрити значення цих онімів та передати їхню функцію в тексті.

Виходячи з теми дослідження, зупинимося більш детально лише на деяких, на наш погляд, найбільш цікавих особливостях індивідуального стилю письменниці і в рамках даного пункту проаналізуємо *імена власні*, що зустрічаються в перших трьох частинах серії книг про Гаррі Поттера.

Створена нами картотека назв включає 246 одиниць. Відібрані імена власні можна умовно розділити на три великі групи: антропоніми, зооніми і топоніми.

Аналізований твір рясніє антропонімами, вигаданими самою письменницею. Це надає тексту більш яскравого і живого характеру. Виходячи з цього, можна розділити всі антропоніми романів на дві групи: промовисті імена власні і, отже, звичайні імена.

*Промовисті* імена власні приховують в собі характеристику персонажа, історію імені (що теж допомагає краще зрозуміти внутрішній світ того чи іншого героя). Найбільш яскравими прикладами можуть бути такі імена, як:

- такі, які вказують на *рід діяльності персонажа*, наприклад:

*Argus Filch* – сторож школи «Гогвортс». Argus (Аргус або Паноптес, «всевидючий») – в грецькій міфології багатоокий велетень, якому ревнива Гера – дружина Зевса доручила стежити за Іо, новою фавориткою чоловіка. Назвавши цього персонажа саме так, Дж. К. Роулінг, ймовірно, хотіла показати можливість шкільного сторожа стежити за всім, що відбувається в Гогвортсі.

*Pomona Sprout* – викладач травології в школі «Гогвортс». Ім'я цього персонажа також пов'язане з її професійною діяльністю. У римській міфології Pomona – богиня деревних плодів і достатку; sprout – дієслово англійської мови зі значенням «виростати, пускати паростки, розпускатися (про листя)».

- такі, що містять елементи опису *зовнішності персонажа*:

Nearly Headless Nick – шкільний привид; в результаті не цілком вдалої страти його голова залишилася частково прикріпленою до плечей.

Такі, що описують *особливості характеру персонажа*:

*Peeves* – набридливий шкільний привид. В англійській мові дієслово peeve значить «дратувати, набридати», а прикметник preevish – «сварливий, докучливий, з досадою».

Поряд з антропонімами у творі досить багато зоонімів: *Aragog, Basilisk, Binky, Buckbeak, Crookshanks, Errol, Fang, Fawkes, Fluffy, Hedwig, Hermes, Mr. Paws, Mrs. Norris, Norbert, Ripper, Scabbers, Snowy, Tibbles, Trevor, Tufty*.

*Hedwig* – поштова сова, що належить Гаррі Поттеру.

Географічні назви в «Гаррі Поттері» також грають важливу роль – назви географічних об'єктів письменниця використовує для того, щоб занурити світ чарівництва і магії в реальний світ. Не випадково в творі подана велика кількість географічних найменувань – це назви англійських міст, графств і вулиць. Це дозволяє включити чарівне в контекст реального часу і показати існування двох паралельних реальностей. Відповідно, всі топоніми твору можна розділити на реальні і вигадані.

*Реальні топоніми:*

- назви країн: *Brazil, Britain, Egypt, France, Ireland, Mongolia, Romania, Wales*;
- назви графств: *Argyllshire, Kent, Surrey, Yorkshire*;
- назви міст: *Aberdeen, Abergavenny, Bath, Bristol, Dundee, London, Topsham*;  
*острови: Anglesey, Majorca*;
- назви вулиць: *Charing Cross Road*;

*Вигадані топоніми: Cokeworth* (вигадане місто в одному з центральних графств Англії), *Godric's Hollow* (невелике поселення, де народився засновник школи «Гогвортс», місце, де поховані батьки Гаррі Поттера), *Hogsmeade* (єдине село у Великій Британії, де немає маглів – людей, що не володіють магічними здібностями).

Слід відзначити важливість послугування адаптацією як засобом адекватного передання прагматики оригінального тексту. Зазначений спосіб окреслює необхідність оперування такими прийомами:

1) опущення деталей, які можуть за умовчанням бути незнайомими читачеві. Насамперед у таких випадках ідеться про реалії: «*Perhaps people have been celebrating **Bonfire Night** early – it's not until next week, folks!*» [10]. Переклад не передає назву свята, вона просто опускається: «*Vielleicht zündete jemand ein Feuerwerk, um den bevorstehenden Feiertag zu feiern. Obwohl bis zum **Feiertag** noch eine ganze Woche vergeht*» [11].

2) добір концептуального відповідника, необхідність у здійсненні якого пов'язана з наявністю в кожній мові назв, асоційованих із певними об'єктами чи ситуаціями, внаслідок чого вони можуть оцінюватися абсолютно конкретним чином представниками етнокультурної спільноти. Наприклад: «*It's been **bedlam!***» [10] / «*Das ist ein **Wahnsinn!***» [11].

3) формулювання орієнтованості, співвідносної з конкретним реципієнтом та конкретною ситуацією, що може реалізуватися в формі:

а) експлікації, себто передання умовного значення: «*Ginny covered her face with her hands and ran into class*» [10] / «*Ginny rannte weinend ins Klassenzimmer*» [11].

б) зміни, реалізованої виражальними засобами, а саме обрання перекладачем із метою доходу бажаного ефекту геть інших засобів, аніж використаних у оригінальному тексті: «*The effect of this simple sentence on the rest of the family was incredible*» [10] / «*Dieser einfache Satz wirkte auf die Familie wie ein rotes Tuch auf einen Stier*» [11].

Залежно від своєї прагматичної функції усі досліджувані реалії в романах Дж. К. Роулінг зазнають поділу на такі, що підлягають прагматичній адаптації, та такі, що не підлягають. Особливе місце в системі реалій творів про Гаррі Поттера посідає назва головної школи магії – Гогвортс. Оригінальна назва – *Hogwarts* – як українською, так і німецькою мовою передаються шляхом наслідування оригінальної фонетики, проте якщо в німецькому варіанті перекладу перекладач вдається до адаптації шляхом транслітерації, то в українському перекладі обрано стратегію транскрипції – Гогвортс, що більш точно передає оригінальне звучання.

Образ Гогвортсу був інспірований Дж. К. Роулінг ще в її дитинстві. Справді, студенти школи Ітона, де навчались брати і батько Дж. Роулінг кожного року отримують перелік речей, які вони повинні привезти з собою до школи, а також список предметів, які використовувати неможна. Тому Поттер і отримує листа з переліком речей, які мають бути у кожного першокурсника. Одним з найважливіших предметів у цьому переліку є підручники:

англ. *The Standard Book of Spells (Grade 1) by Miranda Goshawk A History of Magic by Bathilda Bagshot Magical Theory by Adalbert Waffling*

*A Beginner's Guide to Transfiguration by Emeric Switch One Thousand Magical Herbs and Fungi by Phyllida Spore Magical Drafts and Potions by Arsenius Jigger*

*Fantastic Beasts and Where to Find Them by Newt Scamander*

*The Dark Forces: A Guide to Self-Protection by Quentin Trimble* [10, с. 52-53]

укр. «Стандартна книга заклинань» (1-ий курс) Міранди Гошоук.

«Історія магії» Батільди Бегшот.

«Магічна теорія» Адальберта Вофлінга.

«Початковий курс трансфігурації» Емеріка Свіча.

«Тисяча магічних трав і грибів» Філіди Спор.

*«Магічні зілля й настійки» Арсеніуса Джигера.*

*«Чарівні звірі і де їх знайти» Ньюта Скамандера.*

*«Темні сили – посібник для самозахисту» Квентіна Тримбла [8, с. 70]*

нім. *„Kursbuch der Verschwörungen und Zaubersprüche“ (erster Kurs). Miranda Gussokl*

*„Geschichte der Magie“. Bathilda Bagshot*

*„Theorie der Magie“. Adalbert Waffling*

*„Ein Leitfaden für Anfänger zur Verklärung.“ Emerick Switch*

*„Tausend magische Pflanzen und Pilze.“ Phyllida–Spore*

*„Magische Abkochungen und Tränke.“ Zhig Arsenicoff*

*„Phantastische Tierwesen: Wo man es findet.“ Newt Scamander*

*„Dunkle Mächte: Ein Leitfaden zur Selbstverteidigung.“ Quentin Trimble*

[11, s. 83].

Щодо заборонених речей, то:

англ. *...the list of objects forbidden inside the castle has this year been extended to include Screaming Yo-yos, Fanged Frisbees and Ever-Bashing Boomerangs. The full list comprises some four hundred and thirty-seven items, I believe, and can be viewed in Mr Filch’s office, if anybody would like to check it [10, p. 162].*

укр. *...цього року до списку заборонених у замку предметів долучено верескливі йо-йо, пазуристі літальні тарілки та навіжені бумеранги. Повний список складається, якщо не помиляюся, з чотирьохсот тридцяти семи пунктів. Усі, кого це зацікавить, можуть прочитати його в кабінеті містера Філча [8, с. 170].*

нім. *... Die Liste der innerhalb der Burgmauern verbotenen Gegenstände wurde dieses Jahr um quietschende Yo-Yos, Fangzahn-Frisbees und ununterbrochene Bumerangs erweitert. Die vollständige Liste besteht aus vierhundertsevenunddreißig Punkten und kann in Mr. Filchs Büro eingesehen werden, wenn natürlich jemand dies wünscht [11, s. 174].*

Щодо *Room of Requirement* / кімната на вимогу / *Raum der Wünsche*, – одного з головних образів п'ятої книги, місця для зустрічей Дамблдорівної армії, то в тексті знаходимо наступну інформацію:

англ. *It is known by us as the Come and Go Room... or else as the Room of Requirement!.. it is a room that a person can only enter... When they have real need of it. Sometimes it is there, and sometimes it is not, but when it appears, it is always equipped for the seeker's needs* [10, p. 427].

укр. *Ми це приміщення називаємо непостійною кімнатою, або кімнатою на вимогу!.. це кімната, в яку можна зайти... тільки тоді, коли це дуже необхідно. Інколи вона є, а інколи її немає, проте коли вже вона з'являється, то завжди обладнана відповідно до вимог читача* [8, с. 365].

нім. *Man nennt ihn „Dies–und–Das–Zimmer“... sonst „Raum der Wünsche“... man darf diesen Raum nur betreten, wenn man ihn wirklich braucht. Manchmal ist es da und manchmal nicht, aber wenn es erscheint, wird es so eingerichtet, wie es der bedürftige Mensch braucht* [11, s. 368].

Переклади відрізняються тим, що в німецькому перекладі демонструється тяжіння до оказіонального вживання («*Dies–und–Das–Zimmer*», «*Raum der Wünsche*»), натомість, український перекладач використовує описовий переклад (непостійна кімната, або кімната на вимогу).

Серед найбільш цікавих є закляття, які чарівникам заборонено вживати, вони входять до групи *Unforgivable Curses* / *непрощені закляття* / *Kriminelle Zaubersprüche*. Це – *Imperius curse* / *закляття «Імперіус»* / *Imperius-Zauber*, *Cruciatus curse* / *закляття «Круціатус»* / *Cruciatus–Fluch* та *Avada Kedavra* (*Killing Curse*) / *Авада Кедавра* («Смертельне закляття») / *Avada Kedavra* (*Tötungsfluch*).

Назви заклять «*imperius*» і «*cruciatus*» знаходять своє коріння в латинській мові і перекладаються як «я керую» і «я піддаю тортурам». Однак, найцікавішою з точки зору походження, є назва смертельного закляття "Авада Кедавра". "Авада Кедавра" виникла з арамейського виразу "Abhadda kedhabhra", який перекладається як "щезни, як це слово". Цей вираз використовувався в реальному

світі цілителями, магами і навіть лікарями для того, щоб припинити чи змінити перебіг хвороби. Крім того, ймовірно, від цього виразу також походить відоме магічне закляття "абракадабра", яке використовують фокусники під час своїх вистав.

При перекладі цієї групи онімів перекладачі зазвичай користуються прийомом калькування, рідше транскрипцією.

Як і в будь-якому учбовому закладі в школі Гогвордс є студенти, ім'я одного з яких є цікавим прикладом антропоніма - капітана Грифіндорської команди з квідичу, якого звали *Oliver Wood* / *Олівер Вуд* / *Oliver Holz*. Перша зустріч Гаррі з Олівером відбулася, коли Гаррі вперше серйозно порушив шкільне правило і очікував покарання за свій вчинок. Вихователька Гарріного гуртожитку наказала йому слідувати за нею, відчинила двері одного з класів і запитала:

англ. *'Excuse me, Professor Flitwick, could I borrow Wood for a moment? Wood? thought Harry, bewildered; was Wood a cane she was going to use on him?*

*But Wood turned out to be a person, a burly fifth-year boy... [10, p. 112]*

укр. – *Перепрошую, професоре Флитвік, можна на хвилинку Вуда?*

*«Вуда? – здивувався Гаррі. – Що це, лозина, якою його лупцюватимуть?»*

*Але Вуд виявився кремезним п'ятикласником... [8, с. 154]*

нім. *Entschuldigen Sie, Professor Flitwick, kann ich Sie etwas fragen? Ich brauche Holz.*

*"Holz? „Harry schauderte und spürte, wie Entsetzen ihn überkam. "Was ist das?" Es stellte sich heraus, dass Holz ein Mensch war. Er war ein Student im fünften Jahr mit einem starken Körperbau ... [11, s. 192].*

Бачимо, що український переклад (*здивувався*) є більш точним з точки зору відповідності оригіналу, проте в німецькому перекладі використано німецькомовний відповідник прізвища п'ятикласника магічної школи – *Holz*.

Не меншу цікавість викликають також прізвища власників закладів які мають особливий антропонімічний характер. Наприклад, прізвище власниці магазину *Malkin* / *Малкін* / *Vogelscheuche* має два основних значення: "мітла" і "опудало".

Тут "мітла" може вказувати на чарівне походження власниці, а "опудало" пов'язуємо з роботою, що полягає в одяганні людей. Також вразливим для лінгвістичних асоціацій є ім'я власника магазину чарівних паличок - Ollivander / Олівандер / Ollivander, яке нагадує слово "oleander" - "олеандр", деревина яка є важливим елементом у виготовленні чарівних паличок. Більш того прізвище Ollivander натякає на заняття свого власника - виробництво чарівних паличок (wand). При утворенні відповідників перекладачі, як правило, користуються калькуванням і транскрипцією (особливо коли частиною власної назви закладу виступає антропонім чи топонім).

Проаналізувавши приклади перекладу промовистих власних імен, узятих із творів Дж. Роулінг про Гаррі Поттера, ми склали нижченаведену діаграму. Вона показує загальне відсоткове співвідношення використаних в процесі перекладу прийомів: калькування, транскрипції, транслітерації, еквівалентного та семантичного перекладу (Рисунок 1.).

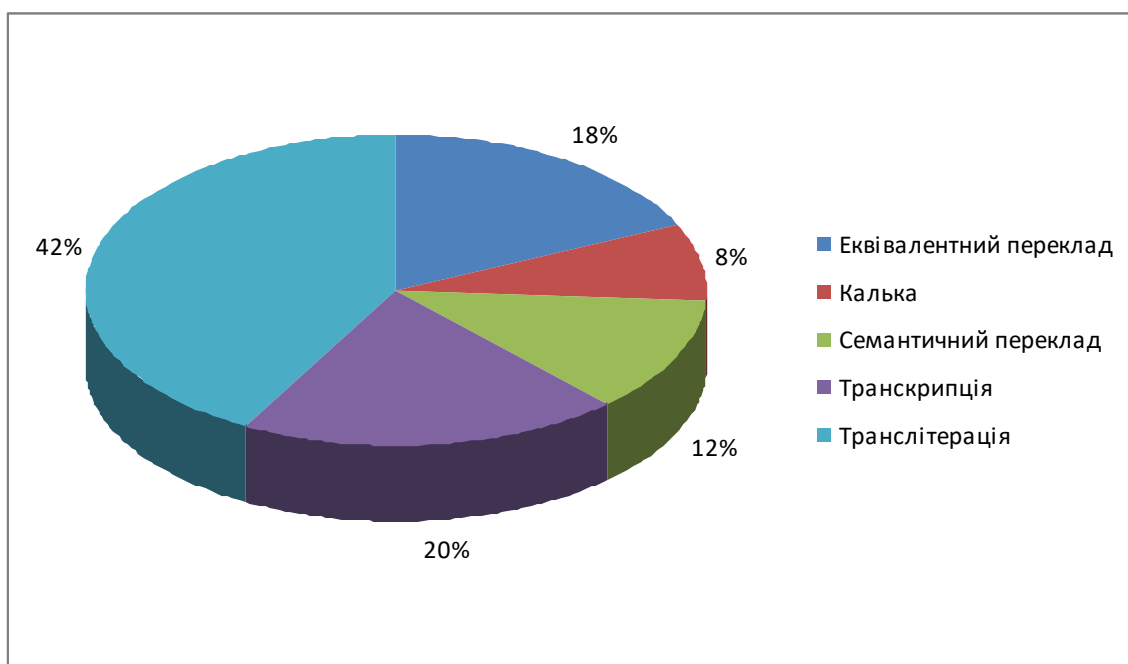


Рисунок 1. Засоби німецькомовного перекладу промовистих імен у творах сучасного англomовного фентезі

**Висновки.** Отже, нами були проаналізовані провідні стратегії перекладу промовистих імен із творів сучасного англomовного фентезі німецькою мовою. Було зауважено, що для німецькомовного перекладу таких онімів нерівною мірою

були використані такі способи, як еквівалентний переклад, калькування, семантичний переклад, транскрипція, транслітерація. Транслітерація тут залишається головною перекладацькою стратегією, що викликано прагненням локалізаторів зберегти оригінальну форму слова і образ, який створюється при його прочитанні. Проте багато топонімів, що збігаються з англійськими значущими словами, були передані за рахунок кальки або семантичного перекладу, доречного при наявності установки на збереження сенсу.

Дослідження інспірується здійсненим внеском до студій, присвячених закономірностям послугування промовистими іменами в художньому дискурсі та перекладацькій практиці.

Перспективи подальших досліджень убачаємо в можливості розширення кола авторів і творів англійського фентезі, які послуговуються промовистими іменами та постають об'єктами для німецькомовного перекладу. Зокрема, планується розглянути своєрідність відтворення семантики промовистих імен у німецьких перекладах романів Дж. Мартіна.

## **Література**

1. Андрієнко О.Ю. Комунікативно–прагматичний потенціал власних назв у науково-фантастичному тексті: автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 – рос. мова. Одеса, 1992. 17 с.
2. Арделян О. В. Прецедентні антропоніми у фразеологізмах в різносистемних мовах. *Мова і культура*. 2011. Вип. 14. С. 168–174.
3. Белей Л. О. Нова українська літературно-художня антропонімія: проблеми теорії та історії. Ужгород, 2002. 175 с.
4. Белей Л. О. Українська літературно-художня антропонімія кінця XVIII – XX ст.: дис. ... доктора філол. наук: 10.02.01 – укр. мова. Ужгород, 1996. 394 с.
5. Бучко Д. Проблемні питання української ономастичної термінології. *Науковий вісник Чернівецького університету* : збірник наукових праць. Випуск 356-359. Чернівці : Рута, 2007. С. 255–260.
6. Галич В.М. Антропонімія Олеся Гончара: природа, еволюція, стилістика. Луганськ: Знання, 2002. 212 с.
7. Кам'янець В.М. Структурні, семантичні та функціональні особливості власних назв сучасної німецької мови : автореф дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 ; спец. «Германські мови». Львів : 2001. 18 с.
8. Роулінг Дж. К.

Гаррі Поттер і філософський камінь. / Пер. В.Морозова. Київ, 2004. 9. Шестакова С.О. Лексико-семантичні інновації у системі української номінації (на матеріалі ергонімів і прагмонімів): автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.01. Харків, 2002. 17 с. 10. Rowling J.K. Harry Potter and the Philosopher's Stone. Bloomsbury., 1997. 11. Rowling J.K. Harry Potter und der Stein der Weisen. Carlsen Verlag, 2000.

УДК 811.111'42:305:07

## СЕКСИЗМИ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІА-ДИСКУРСІ

### США ТА БРИТАНІЇ

Севідова А.І. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Кукушкін В.В.

**Анотація:** У статті розглядаються аспекти відображення сексизмів в англomовному медіа-дискурсі, впливу вживання гендерно-маркованих одиниць на формування та закріплення гендерних стереотипів у суспільстві на основі проведення порівняльного емпіричного аналізу матеріалу усних та письмових медійних текстів. Досліджується роль засобів масової інформації у поширенні сексистських уявлень і вплив даного явища на сприйняття гендерних ролей у сучасному суспільстві.

**Ключові слова:** гендерні ролі, гендерні стереотипи, засоби масової інформації, медіа-дискурс, сексизм.

**Summary: Sevidova A.I. Sexism in the English-language media discourse of Britain and the United States.** The article examines the aspects of the reflection of sexism in English-language media discourse, the impact of the use of gender-labelled units on the formation and consolidation of gender stereotypes in society on the basis of a comparative empirical analysis of oral and written media texts. The role of the media in the spread of sexist ideas and the impact of this phenomenon on the perception of gender roles in modern society are investigated.

**Keywords:** gender roles, gender stereotypes, media, media discourse, sexism.

Актуальність даного дослідження визначається аспектами проблематики гендерної рівності у суспільстві, впливом гендерних стереотипних уявлень на соціальні гендерні ролі та очікування, поширенням закріплених гендерних стереотипів серед засобів масової інформації, що зумовлює культурне, гендерне та академічне значення дослідження.

Новизна роботи полягає у дослідженні сексизмів з точки зору їх прагматичної характеристики та здійснення порівняльного аналізу використання гендерно-маркованих одиниць у медіа США та Великої Британії.

Об'єктом дослідження є відображення сексизмів в англomовному медіа-дискурсі.

Предметом дослідження є прагматична специфіка втілення мовних сексистських висловлювань в англomовних медіа.

Метою даної роботи є виявлення та дослідження гендерно-маркованих одиниць, які знаходять мовне відображення в англomовних засобах масової інформації та впливають на закріплення гендерних соціальних стереотипів через впровадження мовних сексизмів у текстових медійних репрезентаціях.

З поглибленням використання інтернет-платформ та соціальних мереж впровадження та використання гендерно-маркованих одиниць засобами масової інформації постає об'єктом дискусій та аналітичних досліджень у багатьох сферах наукової та суспільної діяльності. За останні десятиліття увага лінгвістів розповсюдилась на низку різновидів дискурсів, у тоді числі медійних. Поняття «дискурс» введене у обіг лінгвістичних досліджень Херрісом 3.3. і відноситься до комплексного аналізу мови та текстів як відображення соціокультурних та політичних контекстів. Дослідження дискурсу надають можливість проаналізувати мовні конструкції та їхні соціокультурні відтінки, дослідити як мова формує та відображає соціальні структури та ідеології у суспільстві, а також яким чином соціокультурна картина світу відображається у мовних та мовленнєвих контекстах.

Дискурс у широкому розумінні представляє собою складну взаємодію мовних виразів та позамовних впливів, важливу єдність лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів, що є передумовою для кращого розуміння тексту, надає уявлення про учасників спілкування, їхні наміри і установки, а також умови виникнення та сприйняття інформації. [6, с. 303]

Сучасний аналіз дискурсу є міждисциплінарною областю знань, яка розвивається у лінгвістиці тексту, психолінгвістиці, семіотиці та риториці. У

зародженні суспільства перше було слово, а потім з'явилася преса в результаті еволюції людського суспільства. Навіть сьогодні друковані ЗМІ залишаються важливою та впливовою складовою суспільного життя. Засоби масової інформації віддзеркалюють людські практики, впливають на суспільні переконання та формують сталі соціальні уявлення. Вони відіграють важливу роль у формуванні суспільних норм і цінностей, розкриваючи та аналізуючи складні аспекти сучасного культурно-соціального життя.

Визначення та характеристика сексизмів в контексті дискурсу англomовних ЗМІ охоплює різноманітні моделі поведінки, що сприяють підтримці традиційних гендерних ролей, очікування від виконання жінками та чоловіками певних видів діяльності, або навпаки утримання від реалізації низки дій.

Поняття «гендер» є «з одного боку сукупністю соціальних проявів, а з іншого – прихованим культурним змістом статі, що включає загальноприйняті соціальні та культурні уявлення стосовно його ролі та сутності» [2, с. 68].

У сучасному суспільстві поняття «гендер» включає соціокультурні ролі та очікування, призначені кожній статі, а також гендерну ідентичність і гендерні стереотипи, які впливають на поведінку та самооцінку особистості. Гендерна ідентичність формується на основі суспільних норм і впливає на спосіб, яким люди розуміють і виражають свою стать та статеву ідентичність [5, с. 57].

Гендерна роль – це певна роль, яку згідно соціальним очікуванням має виконувати чоловік або жінка в процесі соціальних взаємовідносин, професійних стосунків, культурно-соціальної життєдіяльності взагалі.

Гендерні стереотипи є історично-обумовленими та типізованими соціальними уявленнями, що існують у масовій свідомості певного народу, певні очікування від чоловіків та жінок щодо характеристик, які вважаються властивими їм чи невластивими [3, с. 47; 4, с. 39].

До основних гендерних стереотипних уявлень приписують наступні:

1. Соціальні ролі чоловіка та жінки: У суспільстві існують очікування, що чоловік завжди повинен бути головою сім'ї та основним годувальником, тоді як

жінка часто сприймається як домогосподарка, вихователька та берегиня домашнього тепла та затишку.

2. Лідерські якості: Історично чоловіки вважаються більш здатними до кар'єрних та політичних успіхів, ніж жінки та розглядаються на вищому рівні політичної спроможності.

3. Економічні питання та прибуток: Існує упередження, що саме чоловіки мають більш великий доступ до прибуткової кар'єри та фінансів не залежно від сфери роботи. [8]

Медіа-дикурс, який є джерелом формування суспільної думки, виграє важливу роль у впровадженні та затвердженні гендерних стереотипів. Феміністки світу визнають, що ЗМІ мають значний та тривалий вплив на формування соціальних очікувань та гендерних упереджень. Медіа – це інструмент репрезентації навколишнього світу. Сексизм у медіа може виявлятися через стереотипи щодо ролей жінок і чоловіків, об'єктивацію жінок, неправильне відображення гендерної ідентичності тощо.

Сексизм трактується як «несправедливе ставлення до осіб, особливо жінок, через їхню стать» [14]; «переконання, що представники однієї статі, зазвичай жінки, є менш розумними або менш здібними, ніж представники іншої статі, і не потребують рівного ставлення до себе, а також поведінка, яка є результатом цього переконання» [11], «дії, засновані на переконанні, що певні роботи та види діяльності підходять лише для жінок, а інші - лише для чоловіків» [10]; «ставлення або поведінка, що ґрунтується на традиційних стереотипах гендерних ролей» [12].

Ідея «сексизму» відображається у системі переконань та стереотипів, які впливають із віри в перевагу представників однієї статі над іншим. Сексизм присутній в уявленнях про те, що одна стать є вищою або нижчою за іншу, він охоплює погляди та думки щодо того, які ролі та характеристики вважаються належними для чоловіків і жінок у суспільстві. Гендерні стереотипи, у свою чергу, сприяють закріпленню сексизмів у суспільстві, вони формують соціальні

очікування щодо гендерних ролей та норми, які є обов'язковими для виконання чоловіками та жінками.

Сексизми, які присутні у всіх сферах культурно-соціально життя та відображають гендерні соціальні очікування, можуть бути розподілені за двома параметрами, явні та приховані сексизми. Явні сексизми характеризується тим, що люди відкрито висловлюють свою віру в перевагу однієї статі над іншою, часто через образи, дискримінаційні дії та інші форми жорстокого поводження [7, с. 195]. Прихований сексизм є більш витонченою, менш відкритою формою дискримінації, яка не відразу помітна. Це часто проявляється у формі гендерних стереотипів і прихованих бар'єрів, які перешкоджають просуванню жінок і чоловіків у сферах, де сексизм не завжди очевидний [1, с. 53].

До явних сексизмів відносимо явні феміні образи у друкованих текстах та відео-матеріалах ЗМІ, які відверто утворюють образи жінок як слабших, неінтелігентних або безпорадних у порівнянні з чоловіками. Також, відверті коментарі журналістів чи ведучих, які дискримінують особу на підставі статі, надаючи перевагу одній статі перед іншою, використання прямих висловлювання для приниження жінок та об'єктивації ролей, нав'язаних їм суспільством. Прихований сексизм відображає приховані стереотипи про ролі чоловіків та жінок, що віддзеркалюється через образи та характеристик у рекламних матеріалах або новинах. До даної категорії також відносимо використання слів та виразів, які підтримують гендерні норми та ролі, навіть якщо це не виглядає образливо та принизливо.

У рамках нашого дослідження контекстуальний аналіз медійних текстів свідчить про велику наявність гендерно-маркованих одиниць у текстах англійських ЗМІ. Вивчення та аналіз 96 інформаційних текстах новин та рекламних матеріалів, у яких наявні сексистські висловлювання доводить наявність та втілення мовних сексистських висловлювань у англійських медіа. У медіа США та Великій Британії сексизми можуть виявлятися в заголовках через використання образливих слів та стереотипних зображень, які знижують жінок до їхніх фізичних характеристик, зовнішнього вигляду та їхньої зовнішності,

ігноруючи їхні досягнення та професійні навички. Яскравим прикладом вживання сексизмів засобами масової інформації постає заголовок у журналу Daily Mail, який потрапив на головну сторінку журналу. Фото на обкладинці зображає Терезу Мей, британську прем'єр-міністерку, та Ніколь Стерджен, лідера партії Шотландії. Заголовок має наступне формування :

(1) «*Never mind Brexit. Who Won Legs-it*» [9].

Цей заголовок, по-перше, зводить об'єктивацію жінок, Терезу Мей та Ніколь Стерджен, до їхніх фізичних атрибутів, зокрема до їхніх ніг, ігноруючи їхні досягнення та здібності як політиків і лідерів. Дане висловлення знижує їх політичне значення до зовнішнього вигляду, що є неприпустимим у професійному контексті. По-друге вираз «legs-it» грає на словах, поєднуючи «legs» (ноги) з «legit» (скорочення від «legitimate», тобто «законний»), що може вказувати на питання законності та повноважності жінок та їх політичних позицій, а отже сприяє стимуляції гендерних стереотипів та призводить до непрофесійного сприйняття жінок у політиці.

(2) «*It's time for men to 'man up'*» – «Настав час чоловікам «стати мужніми»» [13].

Наведений приклад ілюструє заголовок статті та може бути сприйнятий як сексистський через вживання виразу «to man up». Цей вираз вказує на стереотипні уявлення про те, яким має бути чоловік, підкреслюючи силу, витривалість і відсутність емоцій як ключові характеристики «справжнього чоловіка». Використання такого виразу підтримує та підкреслює гендерні стереотипи відносно представників чоловічої статі, які мають відповідати цим стереотипам та гендерним очікуванням. Заголовок наводить на думку, що чоловік повинен виявляти додаткову «мужність», що є обмежуючим у своїй суті та віддзеркалює соціальні уявлення про чоловіків.

(3) «*Female academics: don't power dress, forget heels – and no flowing hair allowed*» [15].

Приклад демонструє встановлені стандарти зовнішнього вигляду жінок. Вказівка на те, як повинні вдягатися та виглядати жінки на основі стереотипів

щодо їхньої зовнішності, може підтримувати гендерні стереотипи та обмежувати їхню професійну свободу. Цей заголовок вказує на відсутність поваги до жіночої індивідуальності та зосереджує увагу на їхньому зовнішньому вигляді замість навичок, знань і досягнень у науковій сфері. Такі обмеження можуть сприяти гендерній дискримінації та підтримувати сексизм у професійному середовищі.

Емпіричний аналіз матеріалу тестів ЗМІ показали, що як у США, так і в Великій Британії засоби масової інформації можуть використовувати гендерно-марковані одиниці вираження ідеї змісту висловлювання задля надання забарвленості та ефектності повідомлення. Однак вони можуть виявлятися у різних формах та контекстах. У США, наприклад, більше уваги приділяється обговоренню зовнішності жінок у політиці та галузі бізнесу, тоді як у Великій Британії акцент зазвичай робиться на ролі жінок у сім'ї та їх соціальних функціях.

Медійні репрезентації американських журналів часто критикують жінок за їхні зовнішність, вигляд та моду, що сприяє підтримці соціальних стереотипних стандартів краси. У Великій Британії жінки, зокрема ті, що займають високі посади у політиці та бізнесі, можуть стикатися з образливими коментарями та критикою, спрямованою на їхні здібності та професійні досягнення. В американських медіа успішні жінки можуть бути представлені як виняток, що підкреслюється їхня надзвичайність. У британських медіа, навпаки, часто надмірно акцентується на особистих життєвих аспектах жінок, намагаючись зменшити їхні досягнення шляхом публікації скандальних або особистих інформаційних матеріалів.

В американських медіа, часто виділяється роль жінок як матері і господарки, що може обмежувати їхню соціальну активність та професійні можливості. У Великій Британії більше акценту робиться на традиційних гендерних ролях, підкреслюючи роль жінок у підтримці сімейного благополуччя. Обидві країни спостерігають за ростом медійного активізму, спрямованого на боротьбу з сексизмом. Простежується чітке зменшення використання гендерно-маркованих одиниць та заміну їх на нейтральні, зокрема у британських медіа. Наприклад, уникання вживання слів «woman», «lady», «female» перед позначеннями професій,

заміна «spokeswoman» на «spokesperson», «fireman» на «firefighter», «chairman» на «chairperson». Часто використовують інклюзивні терміни для просування гендерної рівності та наявні окремі заохочуючі дискусії про важливість нейтральної мови у формуванні суспільних поглядів.

Отже, доходимо висновку, що дослідження виявило наявну тенденцію використання сексизмів в англomовних медійних репрезентаціях США та Великої Британії. Гендерно-марковані одиниці використовуються у медіа-дискурсі задля надання забарвленості та драматизму повідомлення, здебільше направлені на об'єктивацію жінок, стереотипних соціальних уявлень щодо гендерних ролей жінок та чоловіків. Акцент зазвичай робиться на ролях жінок у сім'ї та їх соціальних функціях, що протиставляється професійним якостям жінок та їх досягненням. Однак спостерігається позитивна тенденція до зменшення використання гендерно-маркованих слів та переходу до нейтральної мови. Це свідчить про зростаючу увагу до проблеми сексизму у медіа та заохочує дискусії про важливість нейтральної мови у формуванні суспільних уявлень. Перспективами дослідження є аналіз втілення гендерних стереотипів та вживання сексизмів в англomовному медіа-дискурсі у діахронічному розрізі з подальшим порівнянням із сучасними реаліями.

## **Література**

1. Кізь О. Гендерні аспекти реклами: сексизм як негативний чинник формування гендерних відносин в Україні. Практичні аспекти впровадження принципу рівних прав та можливостей жінок і чоловіків в діяльності Верховної Ради України. 2010. С. 50–70.
2. Ліончук Р. Термін "гендер" у науковому дискурсі: вітчизняний та зарубіжний підходи. Нова педагогічна думка. 2013. №2. С. 66–70.
3. Мартинюк А.П. Конструювання гендеру в англomовному дискурсі : монографія Харків, 2004. 292 с.
4. РибакOва О.В. Гендерна специфіка втілення стратегії незгоди в усній англomовній неофіційній комунікації: дис ... канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2016. 290 с.
5. Тащенко Г. Гендерні стереотипи як прояв культури в оригіналі та перекладі (на матеріалі роману-антиутопії М. Етвуд «Заповіти»). Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Methodика викладання іноземних

мов. 2021. Вип. 93. С. 55–60. 6. Шепель Ю. Медіа-дискурс як засіб маніпулятивного впливу на читача. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. РОЗДІЛ VII. Дискурсознавство. Текстологія. Літературознавство. 2017. № 3. С. 302–307. 7. Muindi M. Sexism in language: A critical discourse analysis perspective. Editon Consortium Journal of Literature and Linguistic Studies. 2021. № 3 (1). P. 194–203. 8. Sharda A. Media and Gender Stereotyping: The need for Media Literacy. International Research Journal of Social Sciences. 2014. Vol. 3(8). P. 43–49. 9. BBC News. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-39416554> (Last accessed: 13.10.2023) 10. Cambridge dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/sexism> (Last accessed: 10.10.2023) 11. Collins dictionary. URL: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/sexism> (Last accessed: 04.10.2023) 12. Dictionary.com. URL: <https://www.dictionary.com/browse/sexism> (Last accessed: 27.09.2023) 13. Midland Daily News. URL: <https://www.ourmidland.com/opinion/voices/article/COMMENTARY-It-s-time-for-men-to-man-up-17713095.php> (Last accessed: 02.10.2023) 14. Oxford Learner's Dictionaries. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/sexism?q=sexism> (Last accessed: 02.10.2023) 15. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/higher-education-network/blog/2014/oct/26/-sp-female-academics-dont-power-dress-forget-heels-and-no-flowing-hair-allowed> (Last accessed: 17.10.2023)

## МІФОПОЕТИЧНА СТРУКТУРА РОМАНУ Е.-Е. ШМІТТА «УЛІСС З БАГДАДУ»

Сьогодні І. Ю. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. кафедри романо-германської філології  
Сатановська Г. С.

**Анотація:** Стаття присвячена аналізу міфопоетичної структури роману Е.-Е. Шмітта «Улісс з Багдаду». Структура аналізується у двох напрямках. Перший напрямок розглядає життєвий шлях головного героя Саада Саада на прикладі класичної моделі міфологічного героя, яку описав Дж. Кемпбелл у своєму дослідженні «Тисячолікий герой». У романі простежуються етапи сепарації, ініціації та трансформації, з випробуваннями та зустрічами, які впливають на внутрішню зміну персонажа. Другий напрямок аналізу полягає в дослідженні паралелей та відмінностей між пригодами Одиссея з однойменного твору Гомера та мандрівкою юнака Саада Саада.

**Ключові слова:** міфопоетика, «Улісс з Багдаду», Е.-Е. Шмітт, мономіф, Одиссея, схема ініціації, шлях.

**Summary: Segodina I. Y. Mythopoetic structure of the novel "Ulysses from Baghdad" by E.-E. Schmitt.** The article is devoted to the analysis of the mythopoetic structure of E.-E. Schmitt's novel "Ulysses of Baghdad". The structure is analyzed in two directions. The first direction examines the life path of the protagonist Saad Saad on the example of the classical model of the mythological hero described by J. Campbell in his study "The Hero with a Thousand Faces". The novel traces the stages of separation, initiation, and transformation, with trials and encounters that influence the character's inner change. The second line of analysis is to explore the parallels and differences between the adventures of Odysseus from Homer's eponymous work and the journey of the young man Saad Saad.

**Key words:** mythopoetics, "Ulysses from Baghdad", E.-E. Schmitt, monomyth, Odysseus, initiation scheme, path.

Актуальність даного дослідження зумовлена перш за все невеликою кількістю робіт, які б могли проаналізувати міфопоетичну структуру роману «Улісс з Багдаду» Е.-Е. Шмітта. На сьогодні ми можемо знайти тільки декілька робіт, які б досліджували цей феномен у роботах письменника. Зокрема, роботи дослідниць Ващенко Ю. А. та Сатановської Г. С., де аналізується парадигма чарівної казки як елемент жанрового пастишу в романі Е.-Е. Шмітта.

Утім, аналіз міфопоетичної структури твору сприятиме загальній концептуалізації міфопоетичного аспекту художнього тексту, що й складає актуальність цього дослідження.

Об'єктом дослідження є роман Е.-Е Шмітта «Улісс з Багдаду».

Предметом дослідження є міфопоетична структура роману Е.-Е Шмітта «Улісс з Багдаду».

Метою даної роботи є відповідно дослідження міфопоетичної структури у романі Е.-Е Шмітта «Улісс з Багдаду».

Матеріалом дослідження є франкомовне видання роману Е.-Е Шмітта «Улісс з Багдаду».

Роман «Улісс з Багдаду» (2008) – твір авторства сучасного французького письменника Еріка-Емманюеля Шмітта (1960 р.). Протагоніст роману, молодий чоловік на ім'я Саад Саад, намагається покинути зруйнований війною Багдад і дістатися до Лондона, міста, яке для нього уособлює надію на краще життя. Автор відтворює трагедію іракської війни і політичну бездіяльність та байдужість європейських країн відносно кризи біженців. Е.-Е. Шмітт вже у назві твору відсилає до пригод Одиссея з однойменного твору Гомера [2], які у певній мірі переплітаються з подорожжю головного героя. Цей роман містить у собі велику кількість філософських роздумів на тему особистості, долі, війни, людських взаємовідносин. Крім того, твір «Улісс з Багдаду» має складну конструкцію, наповнену різноманітними міфопоетичними елементами, які ми розглянемо далі у цій статті.

Отже, міфопоетичну структуру роману можна розглянути в двох напрямках:

- Подорож героя, його пригоди та внутрішня трансформація. У цьому випадку роман загалом слідує класичній структурі, яку в своїй книзі «Тисячоликий герой» виявив Джозефф Кемпбелл [4].

- Порівняння мандрівки Саада з пригодами Одиссея, де можна спостерігати інкорпорування Шміттом багатьох елементів класичного гомерівського твору, в той же час замінюючи їх на реалії сьогодення.

Розглянемо спочатку перший напрям. Наративна структура роману «Улісс із Багдада» використовує класичну схемою міфологічного героя, визначену Дж. Кемпбеллом у книзі «Тисячоликий герой» як мономіф. Сатановська Г. С. у своєму дослідженні підкреслює, що метаморфозу героя в аспекті міфопоетичному [1]

розглядає Дж. Кемпбелл [4]. Аналізуючи мономіф подорожі, який містить символічні форми вираження двох головних подій індивідуального і колективного буття – створення світу і становлення особистості. Учений досліджує схему ініціації, яка, згідно з класифікацією А. Ван Геннепа [5], поділяється на три стадії: 1) сепарація, яка означає зміну соціального або іншого статусу, відділення від звичного кола людей; 2) лімінальність, яка ознаменовує перебування в проміжному або межовому стані; 3) відродження, трансформація, апофеоз, або смерть героя, яка веде його до повернення до *Axis Mundi* й переходу в статус божества. Схема ініціації передбачає чітко обумовлену послідовність дій, яка зближує її з ритуалом. М. Еліаде розглядає ритуал як повторення архетипової дії, яку виконує бог, пращур або герой. За рахунок такого повторення людина не втрачає зв'язки з основами буття й долає ентропію лінійного часу [3].

Першою стадією, яку проходить Саад є стадія сепарації. Герой зазвичай живе у світі, який явно чи приховано має деякі проблеми, потім він отримує виклик відправитися на зустріч пригодами, але не одразу робить це, бо має внутрішні сумніви [4, с. 53]. У цьому випадку головний герой роману Саад Саад повністю повторює традиційну міфопоетичну схему Дж. Кемпбелла, бо мешкає у країні, яку руйнує спочатку диктатура Саддама Хусейна, а потім бідність, ембарго, війна та голод: *«У мене вже було два зяті - Азіз і Рашид, троє племінників, коли в серпні 1990 року Саддам Хусейн розпочав війну проти Кувейту. <...> У відповідь на агресивну політику Саддама Хусейна – критику, яку я поділяв – Організація Об'єднаних Націй вирішила накладити на Ірак ембарго [6, с. 14]. (тут і далі переклад наш – І.С.)*

Життя у Іраку для Саада здається нестерпним, особливо після того, як він втрачає свою кохану, батька та інших родичів через війну та бідність, але, тим не менш, йому дуже складно вирушити у подорож та стати біженцем у надії на краще життя. Він із усіх сил намагається знайти варіанти залишитися у Іраку та продовжити своє нормальне життя, працює на виснажливих роботах, щоб заробити гроші. Переломним моментом для нього стає смерть племінниці, коли він розуміє, що іншого виходу, аніж їхати, у нього немає: *"Сальма не була*

*жертвою політичних конвульсій Багдада, вона просто поранилася цвяхом. <...> На світанку, коли я прокинувся, моя маленька наречена лежала мертва на моїх руках" [6, с. 49]. Йому складно покидати свою матір та сестер, але він приймає рішення будь що потрапити до Англії, країни його мрії, та допомагати своїй сім'ї грошима. На думку дослідниць Ващенко Ю. А. та Сатановської Г. С. [1], саме мати стає для юнака «відправником» – єством, яке часто допомагає герою зважитись на мандрівку: «Сааде, я думаю, що ти був би більш корисним для нас за кордоном. Тут, більше немає майбутнього. Якби ти поїхав кудись, ти б працював у кращих умовах і менше, ти б став багатшим, ти б надсилав нам долари» [6, с. 43], мати дає герою мотивацію покинути рідний дім. Оскільки герой дуже часто сумнівається у своєму виборі та рефлексує, така настанова допомагає йому прийняти рішення та їхати з Іраку.*

Для Саада надзвичайно важко знайти спосіб виїхати з Іраку, тому він готовий буквально «продати свою молодість та тіло» [6, с. 43], намагаючись вступити до ісламіської терористичної організації, а потім беручи участь у нелегальній контрабанді наркотиків та стародавніх артефактів.

Наступним є етап лімінальності, або ж той момент, коли герой повинен проходити випробування [4, с. 95], які б сформували його нову особистість, а найважливіше та найскладніше випробування дало б йому змогу отримати головну нагороду. Під час цього етапу герой, зазвичай, зустрічає на своєму шляху інших персонажів, які допомагають, або заважають йому досягти своєї мети. Шлях Саада з Багдаду до Лондона можна вважати ініціацією, тому що під час подорожі йому довелося стикнутися з багатьма перешкодами реального життя: бюрократія, байдужість зі сторони інстанцій, що допомагають біженцям, проблеми перетину кордонів та митниці та ін. Наприклад, коли доктор Кіркея відмовляє Сааду у статусі біженця через те, що технічно Ірак вже був звільнений від диктатури: « *Пане Сааде Сааде, я вважаю за краще бути з вами відвертою: ви, швидше за все, не отримаєте статус біженця. <...> Тому що Ірак був звільнений Сполученими Штатами Америки. Тому що сьогодні Ірак - вільна*

країна. Тому що Ірак рухається до демократії. Тож проблеми більше немає» [6, с. 98]. Всі ці перешкоди змінюють та загартовують головного героя.

За цей час герой зустрічає декілька класичних персонажів, як наприклад, вірний друг-компаньйон, яким стає африканець Бубакар та вороги, які не дають йому продовжити свою дорогу – працівниця служби ООН у справах біженців та одноокий службовець, що затримав їх з другом на Мальті. Сааду потрібно спілкуватись з кожним з цих персонажів та знаходити виходи зі складних ситуацій. Він отримує свою нагороду, платячи за це дуже велику ціну: втрачає кохану жінку, але прибуває до Лондона, який не є настільки дивовижним, яким він його уявляв: *«Лондон, в який я потрапляю, збиває мене з пантелику. Агата Крісті не описувала мені такого місця; Діккенс, мабуть, описував, але я не читав Діккенса, бо Саддам Хусейн не оголосив його поза законом»* [6, с. 202]. Все ж таки герой має надію, що його життя все ще може змінитися: *«Я подивився на останню бородавку, ту, що чинила опір усьому, і, дмухнувши на неї, нарешті вимовив її справжнє ім'я, ім'я, яке було моїм і визначало мене, я назвав його: "Надія"»* [6, с. 205].

Важливою частиною роману є мотив пекла. На думку дослідниць Ващенко Ю. А. та Сатановської Г. С. [1], у творі присутні декілька варіантів «сходження героя в пекло». Одним з найяскравіших можна вважати, наприклад, вантажівку, що була переповнена нелегалами. У цій духоті, смороді, темряві та жахливих умовах люди були ніби зведені до ролі тварин, позбавлені будь-якої гідності, вони повинні були терпіти «пекельні» муки: *«Я пам'ятаю цю подорож як низку незручностей, які мучили мене послідовно»* [6, с. 164]. Крім того, потрібно відмітити, що навіть «винагорода» Саада, омріяний ним Лондон, у кінці роману описується більше як притулок для усіх маргіналізованих верств суспільства: *«<...> проявляться бруд, кіптява, тріщини, що виказують втому стін, з'являться запахи сміттєвих баків, блювотиння біля входу в паб стане ще виднішим, їдкий запах бітуму рознесеться навкруги, розповсюдиться сморід, вивержений підвалами (...)*» [6, с. 202].

Останньою частиною мандрівки героя стає його трансформація. Саме під час цього етапу герой досягає апофеозу своєї пригоди та зазнає найважливіших змін. Такою найвищою точкою для Саада стає прибуття до Лондона, виповнення його найбільшої мрії, що можна розглядати, як винагороду за пройдений шлях [4, с. 281]. Фінал пригоди затьмарює відсутність коханої жінки поряд, біль від всіх пережитих страждань та смиренне розчарування Лондоном.

Автор залишає фінал відкритим, тому не можна зрозуміти, яким буде життя Саада далі, що він буде робити зі своєю винагородою. Але очевидним стає те, що повернення назад не буде, тому що у процесі етапу сепарації та лімінальності герой втрачає зв'язок з Іраком: *«У мене таке відчуття, що я народився не в країні, а в пастці. "Моя країна", це формулювання мені здається дивним. "Моя країна"! Ірак не належить мені, він не прийняв мене, не давав мені певного місця; я навряд чи був щасливий в Іраку, або навіть всупереч Іраку; я не впевнений, що Ірак любить мене, не кажучи вже про те, що я люблю Ірак»* [6, с. 95]. Впродовж всієї книги можна бачити сумніви молодого Саада стосовно його ідентичності. Разом з ним читач переживає кризу особистості, яка на етапі трансформації нарешті вирішується: Саад приймає остаточне рішення забути про Ірак. Він перероджується у людину нової формації: іммігранта, біженця, яка за час своїх незгод та скитань сформувала іншу ментальність: той, хто вже розірвав зв'язок з батьківщиною, але ще не став ніде своїм; той, хто живе лише майбутнім; той, хто постійно шукає: *«У мене зустріч з тим, чого я не знаю»* [6, с. 204].

Крім використання класичної схеми мандрівки головного героя, розглянемо те, як автор використовує епічну поему Гомера «Одіссея», де давньогрецький герой також проходить через багато труднощів та пригод для того, щоб повернутися до Ітаки. Подібно до Одіссея [2], Саад Саад стикається з багатьма викликами та випробуваннями протягом своєї подорожі, які перевіряють його хитрість, хоробрість і рішучість. У романі Саад та його батько багато говорять про Одіссея, і саме останній часто наполягав на паралелях долі сина з героєм. З часом Саад бере собі ім'я Улісс. Однак, незважаючи на те, що обидва персонажі

схожі, їхні історії мають також значні відмінності, що надає роману Еріка-Еммануеля Шмітта унікальний та оригінальний вимір.

У романі автор дає головному герою змогу пройти деякі з випробувань, які можна зустріти у «Одіссеї», але змінює, додаючи реалії сьогодення. Так, наприклад, Одисей, приплив на острів лотофагів, де його команда, скуштувавши лотоса, не захотіла вирушати до рідної Ітаки [2, с. 112]. Саад, у свою ж чергу, повинен був працювати контрабандистом з двома напарниками, які постійно знаходилися під дією наркотичних речовин та затримували їх приїзд до Каїру. Тут можна побачити, як Шмітт замінює героїчний наратив пригоди давньогрецького героя на історію простої людини, яка заради того, щоб вирватися з країни, яку розриває війна, готова на кримінал та незаконні вчинки. Саад - добре освічена молода людина, яка має гарні наміри допомогти своїй сім'ї у майбутньому, але він не є ідеальним доблесним героєм. Шмітт завжди показує його душевні метання, злість на світ, внутрішній конфлікт стосовно самоідентифікації: *«Ким був я сам? Іракцем? Арабом? Мусульманином? Демократом? Сином? Майбутнім батьком? Поціновувачем справедливості та свободи? Студентом? Незалежним? Закоханим? Все це, та все це погано поєднувалося разом»* [6, с. 27].

Наступною історією з «Одіссеї», яку використовує Шмітт, є прибуття на острів до чарівниці Кіркеї, яка затримує героя на рік та перетворює його товаришів на свиней [2, с. 128]. Таким островом у романі стає місто Каїр, куди приїжджає Саад у надії подати документи на біженство до ООН та нарешті відправитися до Англії. Тут він стикається з жорстокою реальністю, бо бачить, що сотні таких же знедолених людей, як і він, повинні виживати у нелюдських умовах та працювати незаконно для того, щоб дочекатися своєї черги на прийом до державного службовця, який би їм допоміг: *«Там дислокувалася вся знедолена Африка: ліберійці, ефіопи, сомалійці, суданці, Дінка з Судану з високо піднятим тазом на нескінченних ногах, Сьєрра-Леоне з понівеченими кінцівками, цілі сім'ї, що рятувались від різанини в Руанді та Бурунді»* [6, с. 83].

Тут Саад знайомиться з африканцем Бубакарром, який стає його вірним другом та помічником у подорожі, він знаходить йому місце роботи – жиголо у

нічному клубі, де хлопець має працювати, щоб дожити до дати прийому. У цій частині Шмітт показує руйнування сподівань Саада на відносно просте вирішення питання його біженства: *«Реальність мала показати мені, що у мене погана уява. Відстій, нуль балів, провал! Я мав зрозуміти, що це була не моя уява, а моя дурість»* [6, с. 83].

Герою доводиться звикати до нового життя у велетенському місті, що дуже відрізняється від звичного йому Багдада, зіткнутися з проблемами європейської бюрократії. Нарешті потрапивши на прийом, він розуміє, що ім'я держслужбовиці – доктор Кіркея. Цей момент у романі добре показує контрастність між героїчними пригодами Одиссея та суворою реальністю Саада, тому що останнього утримували не чари та надприродні сили, а проста бюрократія та подвійні стандарти ООН у справах біженців.

Останнім найголовнішим моментом книги є слова самого Саада стосовно його схожості с долею Улісса: *«Хоча я подорожував і стикався з тисячами перешкод на цьому шляху, я став повною протилежністю Улісса. Він повертався, я пішов. Я йду, він повертається. Він йшов до місця, яке він любив; я тікаю від хаосу, який я ненавиджу. Він знав, де його місце, я шукаю його. Для нього все було вирішено, за його походженням, він мав лише регресувати, а потім померти. померти, щасливим, законним. Я збудую свій дім далеко від дому, за кордоном, деінде. Його одиссея була ностальгічною подорожжю, а моя - від'їздом, сповненим майбутнього. Він зустрічався з тим, що вже знав. У мене зустріч з тим, чого я не знаю»* [6, с. 204]. Тут ще раз можна побачити, що доля молодого героя ще не вирішена, тому що ціллю його мандрівки було не повернення до рідних земель, а втеча та нове життя. Можна сказати, що Ітакою Саада був Лондон, але він уособлював лише етап, а не остаточне завершення історії. Саад усвідомлює, що він знаходиться лише на початку свого життя, йому доведеться ще дуже багато працювати для того, щоб знайти своє місце в світі. Для Одиссея Ітака була рідною домівкою, де він міг бу спокійно зістаритися та зустріти свою смерть, у той час, коли Лондон стає для Саада усвідомленням складності його подальшого шляху.

Отже, міфопоетична структура роману «Улісс із Багдада» має багато спільного з класичною моделлю шляху міфологічного героя, запропонованою Дж. Кемпбеллом. Протаногіст роману Саад Саад слідує шляхом героя, проходячи через сепарацію, лімінальність та трансформацію, зустрічаючись з архетипними персонажами (вірний друг, заклятий ворог, жінка) та долаючи перешкоди. Така розповідна структура, а також паралелі з історією Одиссея – все це збагачує розповідь і сприяє глибині та складності роману та робить роман «Улісс з Багдада» важливим твором, який досліджує універсальні теми, такі як пошук себе, культурна ідентичність та наслідки війни.

Перспектива дослідження полягає у можливості використання матеріалів статті у подальших дослідженнях міфопоетичної структури у творах інших письменників та у творах Е.-Е Шмітта.

### **Література**

1. Ващенко Ю. А, Сатановська Г. С. Парадигма чарівної казки як елемент жанрового пастишу в романі Е.-Е. Шмітта «Ulysse from Bagdad». Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика». Том 33 (72). № 6, 2022. С. 84–89. 2. Гомер. Одиссея. Центр навчальної літератури, 2020. 400 с. 3. Еліаде М. Священне і мирське ; Міфи, сновидіння і містерії ; Мефістофель і Андрогін ; Окультизм, ворожбитство та культурні уподобання / пер. Г. Кьоран, В. Сахно. К. : Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2001. 592 с. 4. Campbell, Joseph. The hero with a thousand faces. Vol. 17. New World Library, 2008. 432 p. 5. Van Gennep, Arnold. The rites of passage. University of Chicago press, 2019. 198 p. 6. Schmitt, Éric-Emmanuel. Ulysse from Bagdad. Albin Michel, 2008. 208 с.

УДК 811.111+811.161.2]’42:659.131.2

**ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ  
ОГОЛОШЕНЬ ЗНАЙОМСТВ  
(НА МАТЕРІАЛІ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ)**

Ткаченко О. С. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Матюхіна Ю. В.

**Анотація:** Ткаченко О. С. Лінгвокультурологічні особливості оголошень знайомств (на матеріалі англійської та української мов)

Статтю присвячено виявленню лінгвокультурологічних особливостей англійських та україномовних оголошень знайомств. У дослідженні розглянуто міжособистісну комунікацію, визначено та порівняно мовні та культурні риси оголошень знайомств англійською та українською мовами.

**Ключові слова:** міжособистісна комунікація, особиста об’ява, вербальне та невербальне спілкування

**Summary:** Tkachenko O. S. Linguistic and cultural features of dating ads (on the material of English and Ukrainian languages). The article aims to identify the linguistic and cultural features of English and Ukrainian personal ads. The study examines interpersonal communication, identifies and compares linguistic and cultural features of dating ads in English and Ukrainian.

**Keywords:** interpersonal communication, personal ad, verbal and non-verbal communication

Міжособистісна комунікація – ключовий елемент людської взаємодії, що впливає на взаємовідносини, конфлікти, співпрацю та особистий/професійний успіх. Комунікативні навички є важливими для благополуччя і суспільства загалом. Міжособистісна комунікація включає в себе вербальні та невербальні сигнали, а також розглядається як транзакційний процес, що залежить від вибору кожної особи. Такі фактори як відправник і одержувач, кодування і декодування, різні типи повідомлень та контекст впливають на розуміння інформації та спілкування між людьми.

Актуальність цього дослідження визначається недостатньою освітленістю особливостей англійських та україномовних оголошень знайомств у сфері філології. Саме тому ми вбачаємо необхідність їхнього дослідження та належного аналізу отриманих результатів.

Об’єктом дослідження є вербальні та невербальні засоби, що використовуються в англійських та україномовних оголошеннях про знайомства.

Предметом є англійські та україномовні оголошення про знайомства.

Метою роботи є виявлення лінгвокультурологічних особливостей оголошень знайомств на матеріалі англійської та української мов.

Досягнення мети передбачається шляхом розв'язання таких завдань:

- 1) визначити поняття міжособистісної комунікації та визначити її основні види;
- 2) виявити особливості оголошень знайомств української та англійської лінгвокультур;
- 3) проаналізувати різницю між оголошеннями знайомств української та англійської лінгвокультур на прагматичному, лексичному та граматичному рівнях.

Матеріалом дослідження є англійськомовні та україномовні об'яви знайомств з газет, журналів та соціальних мереж для знайомств Tinder та Об'ява.

Наразі міжособистісна комунікація набуває все більшої уваги з боку дослідників. Міжособистісна комунікація цікава філологам через кілька ключових аспектів. З філологічної точки зору, мова виступає як інструмент спілкування. Філологи вивчають мовні структури та граматичні особливості, які впливають на передачу повідомлень: проводиться аналіз того, як вибір слів та стилі мовлення впливають на розуміння та сприйняття інформації та вивчається те, як інформація кодується та декодується в мові і як це впливає на взаєморозуміння. Більш того, філологи досліджують культурні та історичні аспекти мови та комунікації. Вони вивчають, як мова відображає соціокультурні зміни та розвиток суспільства.

Усі ці аспекти розвивають методи для аналізу та вдосконалення комунікативних навичок, а також допомагають краще розуміти, як мова та комунікація впливають на людей та суспільство. Таким чином, залишаючись важливим об'єктом вивчення для філологів, міжособистісна комунікація сприяє розумінню та покращенню спілкування в різних контекстах.

Для того, щоб більш докладно визначити особливості вивчення міжособистісної комунікації, треба звернутися до її визначення та виявити її основні види.

З точки зору лінгвістики, міжособистісна комунікація трактується як галузь дослідження, ціллю якої є зрозуміти, як люди використовують вербальні та невербальні сигнали для досягнення ряду особистих цілей [3, с. 3671]. Інші джерела визначають міжособистісне спілкування як комунікацію між двома або більше особами, яке ґрунтується на їх психологічних і когнітивних зв'язках та враховує важливість особистісних емоцій, установок, переконань і сприйняття [3, с. 3682]. Ці психологічні аспекти розкривають те, як індивіди інтерпретують повідомлення один одного. Когнітивні аспекти стосуються розумових процесів, які використовуються для розуміння, інтерпретації та створення повідомлень. Отже, це визначає важливість психологічних факторів та особистісних переконань у контексті міжособистісного спілкування та їхній вплив на взаємодію між людьми.

Загалом, існує багато видів міжособистісної комунікації, з яких основними є комунікація «віч-на-віч», вербальна комунікація, невербальна комунікація та посередницька комунікація.

Комунікація "віч-на-віч" – взаємодія між фізично присутніми людьми, коли вони можуть бачити, чути та спілкуватися один з одним в реальному часі. Цей тип комунікації важливий для розвитку людей, функціонування соціуму та формування соціальних груп і культур [4, с. 357]. Вивчення комунікації "віч-на-віч" є одним із активних напрямків міждисциплінарних досліджень серед науковців, що досліджують гуманітарні науки.

Вербальне спілкування – інший вид міжособистісної комунікації, де слова використовуються для передачі повідомлень, інформації та ідей між людьми. Вербальне спілкування може відбуватися у багатьох формах, включаючи усні розмови, письмову переписку та електронне спілкування [5, с. 3]. Цей вид спілкування важливий для обміну інформацією та вираження думок і емоцій. Часто вербальне спілкування супроводжується невербальними сигналами, такими як мова тіла і тон голосу, які допомагають передати додаткові нюанси та значення. Таким чином, вербальне та невербальне спілкування разом створюють багатогранну форму виразу, яка може бути суттєвою для успішного спілкування,

але може також призводити до непорозумінь, коли слова не узгоджуються з невербальними сигналами.

З розвитком технологій з'явилися нові способи міжособистісного спілкування, такі як соціальні мережі та месенджери. Ці платформи використовують текст, зображення, відео та інший цифровий контент для взаємодії між користувачами. Вони дозволяють людям та організаціям спілкуватися, ділитися оновленнями, брати участь в обговореннях та будувати глобальні відносини. За словами Т. Баруа, соціальні мережі встановили нові стандарти спілкування, де повідомлення зазвичай короткі та часті, а час відповіді значно скоротився [2, с. 4].

Оголошення про знайомство представляє собою унікальний спосіб взаємодії між людьми. Цей жанр спілкування поєднує в собі риси різних форм комунікації: діалогічного та монологічного, вербального та невербального, публічного та приватного. Через оголошення в ЗМІ або онлайн люди намагаються знайти собі партнера, представляючи себе у ролі потенційного партнера та адресата для когось іншого. Такий спосіб спілкування може бути як особистим, так і публічним, однак його тема завжди є особистою, що робить цей тип спілкування особливим.

Завдяки аналізу англомовних та україномовних оголошень знайомств, можна засвідчити як схожість, так і різницю у структурі об'яв. Розглянемо наступні приклади англомовних об'яв:

1. Hi! I'm Allison. I am 24 and really cute. I am a college student, getting my degree in education. I have blue eyes, blond hair, and am 5'6". I am sporty, athletic, pretty, and attractive. If you are looking for someone who will love to look at, call me.  
[6]

У першому прикладі авторка сподівається привабити потенційних партнерів описом зовнішності багатьма синонімічними епітетами pretty, cute, attractive. Хоча дана об'ява є короткою та прямо закликає до контакту з дівчиною, вона зосереджується насамперед на зовнішності, що може відштовхнути людей, які

шукають більш значущих стосунків. У профілі також відсутні особисті інтереси або хобі, які могли б стати першою потенційним темою спілкування.

2. "I'm not a judgemental person, but I'm not sure if we can hang out if you get your memes from Facebook." [9]

У цьому прикладі стала помітна тенденція скорочення персональних оголошень. Користувачі надають перевагу демонстрації однієї своєї примхи чи інтересу, які можуть стати початком чату. У додатках, де можна спілкуватися з декількома потенційними партнерами одночасно, багатьом важливо запам'ятися. Наприклад, якщо поділитись лише однією цікавою думкою, це може викликати чийось зацікавленість для початку розмови.

3. "Lovely, Lively, Literate — Lean, Lollobrigida-like NY lady — longs for love, laughter, languid lunches, lunar libations, with legally-free, long, lean, literate, loquacious non-lunatic, 40s–50s. recent photo, personal note" [8]

У третьому прикладі авторка робить акцент на алітерацію, яка робить оголошення ритмічним та додає шарм мові. Цей стилістичний прийом використовується для підкреслення захоплення читанням та навичок письменності. Важливо зазначити, що хоча в англомовних об'явах коротко описуються риси потенційного партнера, фокусом є особисті риси автора. Також цікаво, що навіть орієнтована на літературність об'ява не позбавлена гумору, адже авторка додає до своїх бажань non-lunatic, жартівливо підкреслюючи бажання познайомитись з адекватною людиною шляхом порушення алітерації.

При аналізі об'яв можна помітити такі фігури мови:

- метафори: "enjoy all that this world has to bring to the table", "a man who compliments my life":

- дієслова must, have to, should при описі бажаних рис партнера: "must be physically affectionate", "should like animals";

- типова лексика оголошень про знайомства та загальноприйняті скорочення: "bl eyes, bl hair", "40s–50s".

Україномовні статті також різняться між собою, адже кожна людина є окремою особистістю з індивідуальним підходом до представлення самого себе. Розглянемо декілька прикладів:

(1) "Бажаю вийти заміж за лікаря. Віком 60–66 років, або фельдшера, здорового, непитушого, з невеликими коштами. Маю власний будинок і сад. У містечку, де я проживаю дуже потрібен лікар. Бажаю відкрити аптеку. Сама здорова, симпатична, господиня, акушерка. Серйозну пропозицію письмово прошу вислати разом із своїм фото. Адреса містечко Бережниця, Волинської губернії, Луцького повіту, до запитання, М.Г." [6]

Важливо звернути увагу на відсутність порівнянь, епітетів тощо, тобто жінка має чітку позицію щодо своїх побажань та висловлює її без фігур мов, які потенційні партнери могли б інтерпретувати неправильно. До того ж, авторка використовує скорочення М.Г., що, ймовірно, є її ініціалами, проте вона обрала зберегти свою анонімність. Поміж цього, варто звернути увагу на те, як жінка уникає використання займенника «я» (маю, бажаю, прошу), що може вказати на офіційний стиль спілкування.

2. "Анастасія, 29. Живе в місті Київ

дивлюся на життя з легкістю й оптимізмом, що би не було. сама себе роблю щасливою.

постійний рух - як стиль життя

люблю сміливих, відкритих, щирих, принципових людей і сама такою ж намагаюся бути)

ціную вчинки, почуття гумору та ідіотські гіфки

вірю в перемогу" [6]

Вираз "дивлюся на життя з легкістю й оптимізмом, що би не було" містить антитезу, яка підкреслює протилежність між легкістю та оптимізмом, з одного боку, та життєвими труднощами, з іншого боку. Авторка також порівнює слово рух зі стилем життя, використовуючи метафору. Авторка притримується стилю оформлення, що є загальноприйнятим у соціальних мережах: відсутність великих

літер на початку речення, крапок; використання ")") для посмішки, що є скороченим смайлом для виразу радості або усмішки в письмовому спілкуванні.

Важливо зазначити, що в оголошенні були збережені авторські пунктуація та орфографія. Тобто тенденцією сучасних оголошень про знайомства є нехтування стандартними правилами пунктуації та орфографії.

3. "Зверніть увагу! Для мене дуже важливо, щоб хлопець хоч раз в житті пас гусей!" [7]

Як можна помітити у прикладі 3, тенденція скорочення об'яв до одної думки, аби зацікавити потенційного партнера почати розмову, також простежується в україномовних об'явах. Так, у третьому прикладі дівчина ділиться жартівливим критерієм для потенційних чоловіків (натякає на хазяйновитість), виставляючи об'яву у формі першої репліки в розмові. Таким чином, авторка запрошує продовжити розмову з собою починаючи не з банального "привіт", а з власних думок потенційного партнера щодо даної забаганки. Важливо зазначити, що акцент робиться саме на критеріях потенційного партнера, часто побажання описуються ярко та детально.

При аналізі україномовних об'яв знайомств можемо виділити наступні мовні особистості:

- використання порівнянь для більш забарливого опису: "постійний рух – як стиль життя", "відносини, які могли б бути міцними, як добре зав'язаний вузол";
- широке використання епітетів: "миловидна", "музична";
- уникання використання займенника "я" при власному описі або своїх побажань: "\_ Шукаю..", "\_ Живу", "\_ Дивлюся".

Під час аналізу практичного матеріалу було виявлено декілька нестандартних комунікативних тактик, що реалізують дивергентну стратегію самопрезентації.

1. Тактика акцентування позитивної інформації про себе та/або про бажаного партнера. Ця тактика виявляється у використанні таких різновидів гіперболізації:

- кількісних гіпербол: "provided with everything/всім забезпечений; все при мені, все є";

- образних гіпербол, наприклад: "Las Vegas to guy/найкращий хлопець Лондона; божественна дівчина);

- гіперболізації за допомогою слів-інтенсифікаторів. Наведемо приклади: very attractive/дуже приваблива, very sincere/дуже щира;, кого я хочу знайти: найпрекраснішого!

- гіперболізації за допомогою лексики з оцінною семантикою, що позначає високий ступінь будь-якої характеристики в шкалі оцінок, наприклад: a wonderful hostess/чудова господиня, an ideal husband/ідеальний чоловік; мій образ яскравий і неповторний, з яскравою зовнішністю).

2. Тактика акцентування негативної інформації про себе та / або про бажане. Ця тактика виявляється у використанні авторами таких засобів:

- гіпербола, наприклад: the accumulation of physical and other disadvantages/ маса фізичних та інших недоліків; купа комплексів;

- дисфемізмів (заміна емоційно і стилістично нейтрального слова більш грубим словом або виразом): "a lot of nonsense in my head/много нісенітниць в голові, an old hag/стара карга; нічого, крім неприємностей, божевільний старий дивак шукає...".

Отже, коли йдеться про особисті оголошення на різних мовах, вони можуть відрізнятися за структурою, стилем, та спрямованістю. Перш за все, одні з ключових відмінностей полягають у темі оголошень. В англомовних оголошеннях автори часто акцентують увагу на описі самого себе, наводять основні характеристики та особливості, які бажать про себе представити. Замість опису бажаного партнера також можуть використовувати почуття, які цей потенційний партнер має викликати у автора об'яви. Україномовні оголошення, навпаки, детально описують бажаного партнера та роблять це за допомогою як метафоричних виразів, так і однозначні прикметники. Такий підхід може бути пов'язаний із більш вираженою індивідуальністю та самовираженням в англомовних культурах. Україномовні оголошення більше акцентують увагу не стільки на самому собі, а і на тому, які риси і характеристики бажаних партнерів

вони шукають. Це відображає різну логіку та підходи до знайомств у різних культурних середовищах.

Україномовні оголошення є більш формальними, з акцентом на традиційні цінності і ввічливість, в той час як англomовні є менш формальними та більш відкритими у вираженні своїх почуттів. Також вимоги до партнера в україномовних об'явах зазвичай більш традиційні з гендерної точки зору. В англomовних оголошеннях, як правило, існує більш прогресивна у відношенні гендерної рівності думка, або ж стереотипні побажання від партнера або партнерки зовсім не згадуються. Це може вказати на те, що сучасні ідеї гендерної рівності та руйнування стереотипів не настільки популярні в Україні, наскільки в англomовних країнах. Використання культурних посилок також може різнитися між цими двома типами оголошень. Англomовні оголошення часто містять посилення на англomовну масову культуру, наприклад знаменитостей, популярну музику. Метою подібних посилок є створення спільної мови з потенційними партнерами, які добре розуміють їх та також мають спільні інтереси та смаки. Україномовні оголошення менше спираються на посилення масової культури, проте можуть посилатись на сучасні історичні події, наприклад, війну.

Отже, порівняння україномовних та англomовних оголошень про знайомства є важливим для того, щоб з'ясувати загальні культурні та мовні тенденції. Оголошення є відображенням того, як люди висловлюють свої побажання та самоідентифікацію. Порівнюючи україномовні та англomовні оголошення, ми можемо виявити, як різні культури реагують на однакові аспекти особистості та партнерства. Крім того, порівнювання оголошень корисно для покращення міжкультурного спілкування та розуміння. Вивчення різниць у вираженні особистості та бажань у різних мовних спільнотах сприяє створенню мостів між культурами.

Перспективою цього дослідження є більш детальне вивчення та аналіз українських та англomовних оголошень про знайомства, а також подальше поглиблене порівняння лінгвокультурних особливостей україномовної та англomовної культур оголошень знайомств.

Таким чином, дане дослідження на прикладі україномовних та англомовних оголошень показало різницю та збіжності структур україномовних та англомовних об'яв про знайомства, що є цікавим предметом дослідження для лінгвістів та культурологів.

### **Література**

Особливості міжособистісного спілкування. URL: [http://um.co.ua/8/8-2/8-26253.html#google\\_vignette](http://um.co.ua/8/8-2/8-26253.html#google_vignette) дата звернення - 12.10.2023 2. Baruah T. D. Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study. International Journal of Scientific and Research Publications, 2012. P. 3. Berger, Ch. R. Interpersonal communication. The International Encyclopedia of Communication. New York: Wiley-Blackwell, 2008. P. 3671-3682. 4. Kendon A., Harris R. M., Ritchie M. Organization of Behavior in Face-to-face Interaction. Boston: De Gruyter Mouton, 1975. P. 357 5. M.B.H. Everaert M.B.H. Structures, Not Strings: Linguistics as Part of the Cognitive Sciences. Utrecht: Utrecht University, 2015. P.

### **Список ілюстративних джерел**

1. Тік-Ток акаунт користувача @/panas\_petrovych. URL: [https://www.tiktok.com/@panas\\_petrovych](https://www.tiktok.com/@panas_petrovych), дата звернення: 12.10.2023 2. Тік-Ток акаунт користувачки @/yanitka\_\_\_. URL: [https://www.tiktok.com/@/yanitka\\_\\_\\_](https://www.tiktok.com/@/yanitka___), дата звернення: 12.10.2023 3. 15 Amazing Personal Ads From the '90s, Presented With Commentary. URL: <https://www.thecut.com/2014/12/what-we-can-learn-from-pre-internet-personals.html>, дата звертання - 23.09.2023 4. Not Your Regular Singles Ads: Funny Ads from Lonely Women URL: <https://pairedlife.com/dating/Not-Your-Regular-Singles-Ads-Funny-Ads>, дата звернення - 20.10.2023 5. Weird and Funny Singles Ads From Women on the Hunt. URL: <https://pairedlife.com/dating/Weird-and-Funny-Singles-Ads-Women-on-the-Hunt>, дата звернення - 12.10.2023

УДК 811.111'373.7

## SEMANTIC ANALYSIS OF ANTHROPONYMIC PHRASEOLOGY IN THE ENGLISH LANGUAGE

Tiurina K.O. (Kharkiv)

Scientific adviser: PhD, Associate Professor Shastalo V.O.

**Summary:** **Tiurina K.O. Semantic analysis of anthroponymic phraseology in the English language.** The article is devoted to the analysis of semantic peculiarities of phraseological units of the English language that contain an anthroponymic component. The concept of «construal of the world» and its main components are considered. Special attention is paid to the concept of «anthroponymic phraseology». The meaning of the term «anthroponym» is revealed and its main characteristics are highlighted. The classification of phraseological expressions with anthroponymic components based on their semantic specificity is presented. The etymological peculiarities of the anthroponymic idioms presented in this article are investigated. The results of the conducted semantic analysis of phraseological units with an anthroponymic component give grounds for defining an anthroponym as a key element of idiomatic expressions of the English language, which enriches them with connotations and reveals the depth of semantics, creating associations with culture and history.

**Key words:** anthroponym, anthroponymic phraseology, construal of the world, linguistic construal of the world, phraseological construal of the world, phraseological unit, phraseology.

**Анотація:** **Тюріна К.О. Семантичний аналіз антропонімічної фразеології у англійській мові.** Статтю присвячено аналізу семантичних особливостей фразеологічних одиниць англійської мови, які містять компонент-антропонім. Розглянуто поняття «картини світу» та її основні складові. Особлива увага приділена поняттю «антропонімічної фразеології». Розкрито значення терміну «антропонім» та виокремлено його основні характеристики. Представлена класифікація фразеологічних виразів з компонентом-антропонімом з огляду на їх семантичну специфіку. Досліджено етимологічні особливості представлених у цій роботі антропонімічних ідіом. Результати проведеного семантичного аналізу фразеологічних одиниць з антропонімічним компонентом дають підстави для визначення антропоніма як ключової складової ідіоматичних виразів англійської мови, яка насичує їх конотаціями та розкриває глибину семантики, створюючи асоціації з культурою та історією.

**Ключові слова:** антропонім, антропонімічна фразеологія, картина світу, мовна картина світу, фразеологічна картина світу, фразеологічна одиниця, фразеологія.

Language is the main means of human communication. It is a social and national phenomenon that is a tool for human cognition of the world, reflects the worldview, expresses national character, and preserves ethnic and cultural values of the people.

The national logic of thinking, both collective and individual, can be comprehended through linguistic units that have linguistic and cultural significance. Such units include primarily phraseological units – fixed expressions with independent meanings that significantly enhance the aesthetic aspect of speech.

Proper names, which serve as carriers of socio-cultural information and vividly reflect the values of society, hold a special place within the lexicon of any language,

including English. It should be noted that the anthroponymic aspect plays a significant role in the formation of English phraseology since most of the well-known idioms are associated with a person and various spheres of their activity.

We believe that a comprehensive study of the phraseology of the English language is a very promising trend in the academic research activities of modern linguistics, so this article is devoted to the linguistic analysis of phraseological units of the English language.

The relevance of the research is as follows: the analysis of phraseological units with an anthroponymic component is a particularly interesting topic for linguists since anthroponym as a component of a phraseological unit is an insufficiently studied phenomenon. The analysis of the socio-cultural aspect of anthroponyms and the identification of their main peculiarities in the structure of English phraseological units will help in the interpretation and understanding of the phraseological construal of the world of English-speaking peoples.

The object of the research is the phraseological units of modern English with an anthroponymic component, and the subject of the research is the study of semantic peculiarities of English idioms with an anthroponymic component.

The aim of the research is to identify and analyse in depth the semantic peculiarities of phraseological units of the English language, which include an anthroponymic component.

The research material includes English phraseological units with an anthroponymic component, the total number of which is 30 units, selected from foreign lexicographical sources.

The scientific novelty of the research is as follows: it analyses the semantic peculiarities of English phraseological units with an anthroponymic component from the standpoint of a linguistic and cultural approach to the study of fixed combinations, which allows revealing the historical and cultural nature of the anthroponymic component and identifying the peculiarities of the formation of these units, which contain culturally important information.

In the process of evolution, human culture develops in many directions and is divided into numerous diverse cultures, each of which is formed under specific conditions: geographical, historical, technological, domestic, religious, social, etc. Within each of these cultures, unique worldview and mentality are shaped. The result of this specific perception of the world, where a person lives, is a construal of the world that is a system of visual, auditory, olfactory and tactile emotionally coloured images, ideas about the world and the role of a person in it, based on the experience and knowledge of previous generations, as well as information about the ideals, beliefs and values of a particular nation or group.

In the process of formation of a comprehensive construal of the world, language plays a crucial role since it serves as the foundation of the linguistic construal of the world, which, in turn, reflects reality through the cultural one.

The idea of a special linguistic worldview was first expressed by W. von Humboldt, whose teachings emerged within the context of German classical philosophy in the early 19th century. W. von Humboldt believed that language was the creator of reality, which shaped societal consciousness and reflected the spirit of a nation. Consequently, he considered language to play a pivotal role in the formation of consciousness, emphasizing the inseparable connection between language and the spiritual and cultural life of a nation [6].

The concept of «linguistic construal of the world» was first introduced into scientific terminology by L. Weisgerber. The scientist believed that within the language of a specific community, spiritual content and a repository of knowledge coexist and interact, which are rightfully called the construal of the world of a particular language, where linguistic and cultural peculiarities are consolidated [8].

According to V.V. Zhaivoronok, the linguistic construal of the world can be characterised as a «mosaic-like field structure of interconnected linguistic units» [3, p. 15]. The linguistic construal of the world influences communicative behaviour and shapes the understanding of both the external and internal worlds of individuals.

One of the fundamental components of the linguistic construal of the world is commonly considered to be the phraseological construal of the world. In the opinion of

the renowned Ukrainian researcher N.F. Venzhynovych, the «phraseological construal of the world is a model of description through phraseological expressions that denote separate fragments of the surrounding reality» [2, p. 120].

The main peculiarities of the phraseological construal of the world are universality, anthropocentrism, national and ethnic specificity, evaluation and expressiveness [2, p. 120].

The phraseological construal of the world can be regarded as a rather simple interpretation of the world, reflecting knowledge about the surrounding world within the bounds of everyday consciousness. The events that form the basis of generally accepted fixed comparisons (analogies) and expressions often set certain standards in human behaviour, and this has a certain impact on the way people perceive the world around them. The foundation of the phraseological construal of the world is formed by phraseological units, which have a more ancient origin and are typically characterised by either ambiguous, vague (phraseological fusions), or, conversely, well-defined (phraseological unities) internal structures. In our opinion, the phraseological construal of the world is the most stable component of the linguistic construal of the world since its composition hardly changes over time and the process of forming new phraseological expressions occurs very slowly.

The phraseological construal of the world most vividly and accurately reflects the spirit of the people, their national mentality, as well as their cultural and historical experience in understanding the world. Objects of real life are comprehended and semanticised in different ways by different peoples: a fragment of the phraseological construal of the world that is characteristic of one nation may be absent in the phraseological construal of the world of another nation or be represented by other means of linguistic expression. Thus, the phraseological construal of the world is specific to each language.

The basis of the phraseological construal of the world is phraseology, a special branch of linguistics that studies the structural and semantic peculiarities of complex combinations of words and expressions that are fixed, i.e. whose meaning is not

determined by the meaning of the words that make up their composition. In our article, special attention is paid to the study of semantic features of anthroponymic phraseology.

Anthroponymic phraseology is a subdivision of phraseology, the object of study of which is phraseological units that include an anthroponymic component.

Anthroponyms have been known since ancient times, and today they are an integral part of culture and, in particular, occupy a special place in the English language.

Anthroponyms are «a set of personal names that identify a real person (real anthroponyms) or a fictional character (mythological anthroponyms). This set includes people's first and last names, nicknames, pen or stage names, and so on» [7, p. 145].

The principal peculiarities of anthroponyms include the following [1]:

- 1) indication that the bearer of the anthroponym is a person: *Ravi, Olivia*;
- 2) indication of a specific national and linguistic community: *Jacob* (Jewish), *Annelies* (German), *Charlotte* (French);
- 3) indication of gender: *Michael* (m.), *Jared* (m.), *Jenna* (f.), *Elizabeth* (f.).

An anthroponym is a universal lexical component of the language, the peculiarities of structure and functioning of which reflect the specifics of a particular ethnic group. It also serves as a valuable source in the process of studying the language and socio-cultural life of a nation, both in the past and at the present stage of its development.

In phraseological units, one can observe a wide range of diverse semantic processes that can occur within any lexical system of a language, including synonymy, antonymy, polysemy, metonymy, etc. The anthroponymic component, which is a part of phraseological expressions, is also subject to a number of various semantic processes. For example, in every language, there is a specific way of naming people, a specific order of assigning names, unique semantics, nominative techniques, structural characteristics, etc.

Considering the semantic peculiarities of anthroponymic phraseological units, we can classify them in terms of gender (phraseological units with male and female names), the degree of motivation of anthroponyms and etymology, having studied the history and traditions of English-speaking countries, as well as literary sources in detail.

One of the main peculiarities that characterises phraseological units with an anthroponymic component is the semantic indivisibility of their components. This allows them to function as a single indivisible semantic linguistic unit, which expresses a single concept of subject matter.

From the standpoint of etymology, the semantics of objectively motivated anthroponyms in the structure of English phraseological units can allow us to divide phraseological units with an anthroponymic component into the following groups:

- phraseological units with anthroponyms of biblical origin;
- phraseological units with anthroponyms of ancient and mythological origin;
- phraseological units with names of prominent personalities.

The significant influence of mythology on culture and other aspects of human life is an evidence of the fact that over a long period of time, the thinking of many nations, including the ancestors of modern English speakers, was built on a mythological basis. In language, this influence is manifested in the form of mythologems, which are often used in phraseological expressions.

The term «mythologem» was introduced by the Swiss psychiatrist C. G. Jung and referred to something related to mythology, such as an image, plot, or specific event [4]. Typically, a mythologem has a global nature and is widely used in the mythology of many nations and cultures.

Regarding the phraseological treasury of the English language, the most commonly used mythologems fall into two main categories: those of ancient origin and biblical expressions (mythological images based on biblical texts).

#### 1. Phraseological units with anthroponyms of biblical origin.

In our opinion, the Bible is the most important literary source of phraseological units. The Bible has enriched not only English, but also many other languages of the world with phraseological expressions. Much has been said and written about the enormous influence that Bible translations had on the English language. For centuries, the Bible was among the most read and quoted books in England. L. P. Smith believed that not only individual words, but also entire idiomatic expressions entered the English

language from the pages of the Bible [5, p. 111]. The number of phrases and expressions of biblical origin that have come into English is very large, but in this article, we would like to highlight the most commonly used ones. In order to demonstrate examples and study the etymology of each phraseological unit of this group, we have turned to the following sources: Oxford Dictionary of English Idioms [9], Longman Dictionary of English Idioms [15] and online Bible [10].

- *A doubting Thomas – an unbeliever; a person who doubts everything* (John 20:24–29) [9; 10];

- *David and Jonathan – faithful friends* (1 Samuel 20:1–42) [9; 10];

- *as poor as Job – a very poor person* (Job 1–43) [9; 10];

- *as old as Methuselah – a very old person* (Genesis 5:27) [9; 10];

- *Abraham's bosom – a place of supreme bliss; Paradise* (Luke 16:19–31) [15; 10];

- *Adam's ale – unadulterated water* (Genesis 2) [15; 10];

- *a Benjamin's portion – surplus of anything* (Genesis 43:34) [9; 10];

- *bow down in the house of Rimmon – act contrary to your principles* (2 Kings 5:18) [15; 10];

- *a Job's comforter – a person who tries to support and comfort someone but their words have the opposite effect, making the conversation partner even more unhappy* (Job 16:2) [9; 10].

## 2. Phraseological units with anthroponyms of ancient and mythological origin.

Ancient mythology, culture, history and literature are another sources of enriching the phraseological treasury of any language. Undoubtedly, the concept of «antiquity» encompasses a wide range of different aspects of human life. This period greatly influenced the development of European culture, science and society as a whole.

In English, as well as in many other European languages, there are quite a few phraseological expressions associated with the mythology of Ancient Greece and Ancient Rome (mythonyms). It is impossible to cover the entire spectrum of phraseology of ancient origin in the English language, so in our article, we have presented the most commonly used ones. In order to demonstrate examples and explore the etymology of each of them, we have chosen the following sources: Oxford

Dictionary of English Idioms [9], Longman Dictionary of English Idioms [15] and Classical Mythology A to Z: An Encyclopedia of Gods & Goddesses, Heroes & Heroines, Nymphs, Spirits, Monsters, and Places [13].

- *Herculean effort – titanic efforts (Hercules is a god and hero in Roman mythology who is famous for his 12 labours)* [9; 13];

- *Lares and Penates – the house where one was born and raised; hearth and home (Lares and Penates are gods who are patrons and protectors of the homeland and home in Roman mythology)* [9; 13];

- *Janus-faced – duplicitous, ambiguous; a hypocritical person (In Roman mythology, Janus is the god of time, beginning and end, the god of change and movement. He is depicted with two faces, young and old, turned in different directions)* [13; 15];

- *a Sisyphean labour – meaningless, hard and fruitless work (In Greek mythology, Sisyphus was a builder and king of Corinth, who after his death was condemned by the gods to roll a heavy stone to the mountain in Tartarus, which, having reached the top, rolled down time after time)* [9; 13];

- *cut the Gordian knot – solve a difficult problem (In Greek mythology, Gordius was a peasant who was chosen as a king of Phrygia by the will of Zeus. He left his wagon in the temple of Zeus and tied it to the altar with such a complicated knot that no one could untie it. An oracle predicted that whoever untied the knot would rule the world. According to legend, later Alexander the Great, after conquering Phrygia, cut this knot with his sword)* [9; 13];

- *the thread of Ariadne – a way to get out of a difficult situation (In Greek mythology, Ariadne was a Cretan princess who helped her lover, Theseus, escape from the labyrinth of the Minotaur by giving him a ball of thread)* [9; 13];

- *Pandora's box – a source of all sorts of troubles and misfortunes; a dangerous toy (Pandora was an ancient Greek goddess who brought misfortunes, misery and hope to the Earth by opening a chest through her curiosity, in which human sins and evil were hidden)* [13; 15];

• *Pyrrhic victory* – a victory at great cost, or a victory that is equivalent to defeat (Pyrrhus was an ancient Greek king who won several battles but suffered losses that were so great that his victory was a matter of great doubt) [13; 15].

### 3. Phraseological units with names of prominent personalities.

Phraseological units, the components of which are the names of real people, such as rulers, cultural figures, politicians, and other prominent personalities, do not lag behind mythonyms in terms of quantity. Logically motivated, similar to mythonyms, they have firmly established themselves in the phraseological treasury of the English language and are frequently used by native speakers who may not even realise their true origin. In order to demonstrate examples and investigate the etymology of each of them, we have chosen the following sources: Oxford Dictionary of English Idioms [9], Longman Dictionary of English Idioms [15], A Complete History of Britain [14], The Penguin History of the United States of America [11] and Zur Psychopathologie des Alltagslebens: Grundlagenwerk der Psychoanalyse [12].

• *The admirable Crichton* – a highly successful individual; a well-educated and attractive person (James Crichton was a renowned Scottish scholar of the 16th century, known for his sharp intellect (he received a Master's degree at the age of fourteen) and was a very attractive man) [14; 15];

• *Jack Ketch* – a very cruel person (Jack Ketch was a notorious executioner of Irish descent who served English kings Charles II and James II) [14; 15];

• *John Hancock* – signature; to sign (John Hancock was the President of the Second Continental Congress, an important American statesman of the 18th century who was known for his bizarre signature) [9; 11];

• *Occam's razor* – «principle of simplicity» (This principle was formulated by the English philosopher of the 15th century W. of Occam. The principle asserts that from a set of several assumptions, one should choose the simplest one. In other words, everything should be simplified) [9; 14];

• *Florence Nightingale* – a person who tirelessly assists the sick, poor, and helpless (Florence Nightingale was an English nurse who devotedly cared for British soldiers during the Crimean War in the 19th century) [14; 15];

• *Bloody Mary* – an alcoholic beverage made with vodka and tomato juice (a beverage was named after Mary Tudor who was one of the most cruel rulers in Europe) [9; 14];

• *the Duke of Exeter's daughter* – the torture rack (torture instrument) (This torture instrument was named after the Duke of Exeter, who invented it) [14; 15];

• *Old Harry* – Satan, devil, beast (The idiom originated from the nickname of Henry VIII, whom people called «the Devil» due to his excessive cruelty) [9; 14];

• *Freudian slip* – a slip made as a result of the intervention of an unconscious repressed desire (This phenomenon was described in the work «The Psychopathology of Everyday Life» (Zur Psychopathologie des Alltagslebens) by the famous Austrian psychologist S. Freud. Freud suggested that minor and nonsensical mistakes are actually the result of the realisation of unconscious desires) [9; 12];

• *all Sir Garnet* – to be alright (This expression originates from the name of Sir Wolseley Garnet, a British military commander of the 19th and 20th centuries, who consistently participated in military campaigns without making tactical mistakes) [9; 14];

• *Heath Robinson* – a whimsically elaborate and impractical mechanism (William Heath Robinson was a famous British artist, book illustrator and cartoonist, known for drawing whimsically elaborate mechanisms, which were designed to achieve simple goals) [14; 15];

• *Nosey Parker* – a person who constantly meddles in other people's affairs (This idiom originates from the name of the Archbishop of Canterbury, Matthew Parker, who conducted many unusual investigations into the activities of other clergymen, sought information and was very annoying. He was also probably nicknamed «nosey Parker» because of his long nose) [9; 14];

• *Joe Miller* – an old joke (Joe Miller was a person who published the first collection of jokes in England) [14; 15].

Conclusions. Having analysed the main semantic peculiarities of English phraseological units that include an anthroponymic component as well as having studied their etymology, we can conclude that anthroponyms are a significant component of

phraseological expressions, as they play an important role in expressing various concepts and ideas, make these idiomatic phrases specific and unique, saturate them with connotations and reveal the depth of semantics, creating associations with culture and history. The results of our semantic analysis of anthroponymic idioms reveal how creatively proper names, in particular anthroponyms, are used in the English language to make up expressive and emotionally charged phraseological units. Therefore, anthroponymic idioms aid in a better understanding of the traditions, values and mindset of a particular culture or people.

Directions for future research. For a deeper understanding of the role of anthroponyms in phraseology, their influence on language, and the cultural aspect, the following types of research are necessary: 1) cross-cultural analysis (compare anthroponymic idioms across different cultures and languages to identify cultural variations and universal themes); 2) pragmatic analysis (analysing the pragmatic functions of anthroponymic idioms in various communicative contexts, including their role in humour, persuasion, or rhetoric); 3) studying the influence of mass media (explore how anthroponymic phraseology is reflected in literature (newspapers, magazines), film, music and other media).

## **References**

1. Величко Я. А. Антропонімія в англійській мові: структурно-семантичний та функціональний аспекти. *Перекладацькі інновації: матеріали Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції* (Суми, 25—27 листопада 2010). Суми, 2010. С. 5—7.
2. Венжинович Н. Ф. Фраземіка української літературної мови: когнітивний та лінгвокультурологічний аспекти: дис. ... канд. філол. наук. Київ, 2018. 503 с.
3. Жайворонок В. В. Українська етнолінгвістика: Нариси: навчальний посібник. Київ, 2007. 262 с.
4. Jung C. G., Kerényi K. Einführung in das Wesen der Mythologie. Amsterdam, 1941. 251 S.
5. Smith L. P. Words and Idioms: Studies in the English Language. London, 1943. 292 p.
6. Steintal H. Die Sprachwissenschaft Wilhelm v. Humboldts. Charleston, 2022. 184 S.
7. Tiurina K. Semantic and Functional Peculiarities of Anthroponyms in the Detective Story “Murder on the Orient Express” by A. Christie. *Humanities Science Current Issues*. Drohobych,

2021. № 42 (2). P. 144—149. 8. Weisgerber L. Vom Weltbild der deutschen Sprache. Düsseldorf, 1950. 231 S.

### **List of sources of illustrative material**

9. Ayto J. Oxford Dictionary of English Idioms. New York, 2009. 408 p. 10. Bible – New King James Version (NKJV) Holy Bible. URL: <https://bible-book.org/en/> (Last accessed: 05.10.2023). 11. Brogan H. The Penguin History of the United States of America: New Edition. London, 2001. 752 p. 12. Freud S. Zur Psychopathologie des Alltagslebens: Über Vergessen, Versprechen, Vergreifen, Aberglaube und Irrtum. Berlin, 2017. 130 S. 13. Giesecke A. Classical Mythology A to Z: An Encyclopedia of Gods & Goddesses, Heroes & Heroines, Nymphs, Spirits, Monsters, and Places. New York, 2020. 376 p. 14. Schama S. A Complete History of Britain. London, 2003. 1246 p. 15. Urdang L. Longman Dictionary of English Idioms. London, 1979. 387 p.

**УДК 811.111`42:82-5:502/504**

## **ЕКОЛІНГВІСТИЧНА СПЕЦИФІКА АНГЛОМОВНОГО ВІЙСЬКОВОГО ДИСКУРСУ**

Цемох Д.О. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол. наук, доц. Шпак О.В.

**Анотація:** Стаття присвячена еколінгвістичному аналізу комунікативних подій в англомовному військовому дискурсі. Досліджено мовленнєві та немовленнєві засоби на фазах встановлення, підтримки та розмикання контакту в різних ситуаціях взаємодії між солдатами та офіцерами як суб'єктами військового дискурсу. У результаті дослідження, заснованого на аналізі функцій висловлювань у комунікації англомовних військових, вивчено поєднання фатичності та інформативності, унісонності та дисонансності, досліджено засоби і способи комунікативних контактів англомовних військових, визначено еколінгвістичні принципи спілкування у військовій сфері.

**Ключові слова:** військовий дискурс, дисонансність, еколінгвістика, інформативність, унісонність, фаза контакту, фатичність.

**Summary:** Tsemokh D.O. *Ecolinguistic Specificity of English Military Discourse.* The article is focused on the eco-linguistic analysis of communicative contacts in English-speaking military discourse. The article examines the linguistic and non-linguistic means in the phases of establishing, maintaining and breaking contact in different situations of interactions between soldiers and officers as subjects of military discourse. The study, based on the analysis of the functions of utterances in the communication of English-speaking military personnel, examines the combination of phaticity and informativeness, unison and dissonance, investigates the means and methods of communication in military sphere, and also identifies the ecolinguistic principles of communication in the military discourse.

**Keywords:** dissonance, ecolinguistics, informativeness, military discourse, phase of contact, phaticity, unison.

Екологічний підхід до мовленнєвих явищ є свідченням переходу лінгвістики від науки, яка на пряму ідентифікує проблеми, до діяльній науки, яка вирішує комунікативні проблеми [4], що є сучасним і актуальним; перш за все він представляє діяльність людини, яка спрямована безпосередньо на збереження біологічної та культурної варіативності. Метою еколінгвістичного дослідження дискурсу є виявлення особливостей спілкування в його різних типах, та визначення закономірностей мовної поведінки в межах певного етносу [1, с. 65]. Проблематика військового дискурсу поки що не одержала вичерпного висвітлення у лінгвістичній літературі [2]. Крім того, недостатньо розглянуто міждискурсивну характеристику військового дискурсу, у тому числі еколінгвістичний аспект. Вивчення англomовного військового дискурсу з позицій еколінгвістики визначає новизну нашої розвідки.

Дослідженням дискурсу та військового дискурсу займалися такі мовознавці, як Т. А. ван Дейк, Ф. С. Бацевич, Дж. Лакофф, Е. Зандберг, М. Нейгер, В. Вигівський та інші. Існує багато наукових праць в еколінгвістичному напрямі (див., Е. Хауген [8]), зосереджених на *Homo Contactum* (людині контактній) [7]. Як підкреслюється в роботах багатьох учених, вивчення принципів спілкування з позицій функціонально-комунікативного підходу [5] та еколінгвістики розширює розуміння міжособистісної комунікації та покращує екологічність спілкування за рахунок правильно обраних вербальних і невербальних засобів контактів [3, с. 24].

Тож, об'єктом дослідження є англomовний військовий дискурс. Предметом вивчення виступають екологічні способи та засоби комунікативних контактів англomовних військових на фазах встановлення, підтримання та розмикання процесу спілкування.

Метою роботи є виявлення еко-специфіки спілкування англomовних військових, особливих характеристик сучасного англomовного військового дискурсу, визначення принципів екологічності англomовних військових контактів.

Комунікативні елементи культури мовлення, що ґрунтуються на стилістиці спілкування, передбачають вибір найдоцільніших мовних засобів спілкування в окремих сферах і в конкретних умовах спілкування [1, с. 91].

Військовий дискурс – це військова комунікація з когнітивно-комунікативною системою, що відображає уявлення про реальні та уявні об'єкти, явища та їх взаємодію, раціональні та емоційні оцінки у військовій сфері [2, с. 19]. В основі цієї системи лежать військові поняття, що охоплюються військовою термінологією та її неформальними бінарними виразами, військовим жаргоном і термінологією, а також "реляційними термінами", що використовуються для позначення семантичних і стилістичних зв'язків, в яких терміни входять у тексти і мовні системи [2, с. 14].

Особливостями мовленнєвої діяльності у військовій сфері визначені такі риси, як стислість, чіткість, лаконічність, максимальна ясність і точність мови, що відображається у використанні певних клішованих форм мови, тобто наказів, розпоряджень, звітів тощо [там само, с. 17-18]. Інформативність мовленнєвих і немовленнєвих дій військовослужбовців у ситуаціях контакту під час їх професійної діяльності є більш важливою складовою, ніж в інших сферах мовленнєвого спілкування, тому засоби контакту у військовому дискурсі виконують переважно функції інформативного характеру [7, с. 17].

Запорукою ефективності спілкування військових вважаємо унісонність комунікативних контактів, коли між комунікантами існує згода, підкреслюється злагодженість, підтримка, прагнення до сумісного виконання поставленого командиром завдання.

У наведеному нижче фрагменті члени екіпажу танка взаємодіють як одна команда та співпрацюють під час підготовки до бою:

(1). Don "Wardaddy" Collier: **"Everyone, check the ammunition and rounds."**

Boyd "Bible" Swan: **"All in place, Commander."**

Norman "Machine" Ellison: **"The engine is ready for operation."**

Don "Wardaddy" Collier: **"Good, everyone be vigilant out there. We're doing this together"** (Лють).

Члени екіпажу використовують спільну мову та демонструють загальну єдність у роботі, коли кожен виконує свою функцію, щоб забезпечити готовність до бою та підтримати один одного. У фразі *"We're doing this together"* підкреслюється ідея унісонності та єдності, де командир закликає екіпаж діяти разом та об'єднатися під час бою.

Суб'єкти військового дискурсу зосереджені на предметах війни, яка в боротьбі за здобуття перемоги здійснюється за допомогою суто об'єктивної інформації. Однак суха беземоційна чоловіча мова у військовому дискурсі іноді поступається емоційному висловленню почуттів. Наступний фрагмент військового дискурсу ілюструє комунікативну подію спілкування військових, де офіцер висловлює подяку іншому офіцеру, полковнику Гансом Ландою за їхню злагоджену взаємодію у військовій операції:

(2). *Hans Landa: "You're getting the look of a defeated man....I leave you to your fate. But you've given me enough pleasure for one evening."*

*Aldo Raine: "Alright. I apologize for not thanking you sooner. Thank you."*

*Hans Landa: "We could talk for hours, I suppose, until that satchel charges blows your little bits and pieces all over hell. But if you do change your mind about making that call, I'd appreciate it."* (Безславні виродки).

У наведеному фрагменті офіцер починає спілкування з експресивних висловлень у фатичній функції висловлення подяки. У фазі підтримання контакту спостерігається демонстрація почуттів і також уживаються експресивні висловлення. У фазі розмикання діалогу співбесідник уживає жаргонізми *that satchel charges blows your little bits and pieces all over hell* висловлює сподівання на майбутню зустріч, що також є висловленням теплих почуттів і маніфестує екологічність спілкування.

За результатами аналізу екологічність контакту в англomовному військовому спілкуванні, як при паритетних, так і при ієрархічних відносинах комунікантів, репліки є передбачуваними, відповідають очікуванням та мовленевим нормам спілкування, і, таким чином, спрямовані на створення атмосфери взаєморозуміння та підтримки суворої дисципліни. Причому, кінетичні, проксемічні та просодичні

компоненти комунікації призначені підсилити комунікативний ефект [6, с. 118]. Дисонансність комунікативних контактів, залежно від ситуативних чинників, спричиняється дисгармонією у стосунках комунікантів, або їхніми індивідуально-психологічними станами, що може призводити до конфліктів, розладів у спілкуванні, ігноруванні наказів тощо – маніфестації неекологічності комунікативної поведінки.

Висновки. Англомовний військовий дискурс демонструє екологічність спілкування військових за рахунок регламентації мовленнєвих та немовленнєвих дій, високої стислості мови, використання військового жаргону, жартів, військових термінів тощо. Це безумовно обумовлює ефективність комунікації в армії, оскільки від мовленнєвої зладнаності залежить безпека та успіх військових операцій. Важливою екоспецифікою англомовного військового дискурсу є його обов'язкові елементи: військова субординація, яка проявляється у точності наказів, чіткості підтвердження розуміння, і лаконічність ритуалізованої мови та рухів військових.

У роботі визначено формування та особливості комунікативної культури у британському та американському військових колективах – це дотримання строгих принципів (військова честь та гідність; субординація; гуманізм; військове товариство та дружба; єдність і командна роботи при виконанні завдань; дотримання усіх моральних норм та етики взаємовідносин; авторитет командира; виконання правил службових форм спілкування, статутних норм та специфіки спілкування, військового етикету). Кількість унісонних контактів (74%) значно перевищує кількість дисонансних (16%). Перспективою роботи є вивчення порушення екологічних принципів у спілкуванні англомовних військовослужбовців.

## **Література**

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: Академія. 2004. 344 с.2. Вигівський В.Л. Структурно-семантичні, стилістичні та прагматичні особливості військових омофраз (на матеріалі англомовної військової фразеології) : дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04. «Германські

мови». Житомирський державний університет імені І. Франка. 2009. 222 с. 3. Загнітко А.П. Основи дискурсології: науково-навчальне видання. Донецьк: ДонНУ, 2008. 194 с. 4. Морозова О.І. Екологізм як альтернативне антропоцентризму методологічне підґрунтя дослідження мови культури. Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація. Тези доповідей ХІХ наукової конференції з міжнародною участю. Видавництво Точка, 2020. С. 100-121. 5. Самохіна В.О. Функціонально-комунікативний напрям досліджень у лінгвістиці. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. 2012. С. 130-136. 6. Солощук Л.В. Взаємодія вербальних і невербальних компонентів комунікації у сучасному англomовному дискурсі : дис.д-ра філол. наук : 10.02.04 / Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2009. 469 с. 7. Шпак О.В. Реалізація комунікативної категорії КОНТАКТ у сучасному англomовному дискурсі: автореф. дис. канд. філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови». Харків, 2015. 20 с. 8. Haugen E. The Ecology of Language; Essays. Stanford University Press, 1972. 384 с. 9. «Безславні виродки». [Електроний ресурс]: <https://imsdb.com/scripts/Inglourious-Basterds.html> 10. «Лють». [Електроний ресурс]: [https://www.scripts.com /script/fury\\_303](https://www.scripts.com /script/fury_303)

УДК 81'373.23:[316.772.3:004.738.5]

**СТРУКТУРНІ, СЕМАНТИЧНІ ТА ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ  
УТВОРЕННЯ РЕЄСТРАЦІЙНИХ НОМІНАЦІЙ КОРИСТУВАЧАМИ  
АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ**

Шерняк В.О. (м. Харків)

Науковий керівник: канл.філол.наук. Нефьодова О.Д.

**Анотація:** Статтю присвячено актуальній тематиці результатів сучасної номінативної діяльності користувачів соціальних мереж, зокрема порівняльному дослідженню структурних, семантичних та лінгвокультурних характеристик англійськомовних ніків користувачів комунікаційних платформ «*Instagram*» та «*TikTok*».

**Ключові слова:** користувач соцмереж; лінгвокультурні, семантичні, структурні чинники; нікнейм; особиста номінація; соціальні мережі

**Summary:** Sherniak V.O. **Structural, Semantic and Linguistically-Rendered Culturally-Biased Aspects of English Social Network Usernames.** The article researches into the results of contemporary nomination activity of social network users by attempting a comparative analysis of the

structural, semantic and linguistically-rendered culturally-biased features of English-language usernames of Instagrammers and TikTokers.

**Key words:** linguistically-rendered culturally-biased, semantic and structural factors; social network user; personal name; social networks; username

Однією з базових функцій будь-якої мови є номінативна функція [1], яка передбачає надання назв об'єктам, концепціям та явищам навколишнього світу з метою ідентифікації таких явищ та надання можливості комунікувати про них [2, с. 68]. Нерозривний зв'язок між мовою та навколишнім світом, що постійно змінюється, невинна лінгвокреативна діяльність людини та антропоцентричність сучасної лінгвістики зумовлюють актуальність обраної тематики, об'єкта дослідження (англійськомовних реєстраційних номінацій користувачів застосунків «*Instagram*» та «*TikTok*» як новітнього класу номінативних одиниць, поява якого викликана активним використанням комунікаційних платформ соціальних мереж) та його предмета (структурних, семантичних та лінгвокультурних характеристик таких «ніків»). Метою дослідження є виділення та порівняльний аналіз означених типологічних характеристик ніків на матеріалі корпусу прикладів, що складається зі 100 англійськомовних реєстраційних номінацій користувачів «*Instagram*» та 100 аналогічних номінацій користувачів «*TikTok*». Для досягнення поставленої мети в роботі вирішено такі завдання: 1) розглянуто основні положення теорії номінації; 2) проаналізовано основні номінативні характеристики класу власних імен; 3) досліджено традиційну англійськомовну формулу імені та її особливості в основних різновидах англійськомовної лінгвокультури (британській та американській); 4) прийнято робоче визначення ніку як реєстраційної номінації користувачів застосунків «*Instagram*» та «*TikTok*» та його формули; 5) проведено контрастивний аналіз реєстраційних номінацій користувачів застосунків «*Instagram*» та «*TikTok*» в аспекті їхніх структурних, семантичних та лінгвокультурних характеристик.

Незважаючи на довгу історію дослідження номінацій та розвитку ономастики як науки про власні імені, зокрема онімну та апелятивну лексику (див., напр., роботи вітчизняних та зарубіжних дослідників Д. Бучка, М. Брус, Т. Вільчинської, П. Генкс, Д. Кристала, П. Леслі, С. Левочкиної, Т. Наумової, О. Селіванової, Дж.

Скіппера та ін.), обраний об'єкт, предмет та матеріал дослідження зумовлює його наукову новизну, яка полягає у вивченні ономастичного феномену сучасного англійськомовного реєстраційного ніку та виділенні його типологічних характеристик.

Традиційна англійськомовна формула власного імені є трикомпонентною і складається з власного імені (найстаріший компонент, позначається термінами «*first name*», «*given name*» та «*Christian name*»), прізвища (з'являється починаючи з XIV ст., позначається термінами «*last name*», «*family name*» або «*surname*») та так званого середнього імені («*middle name*», яке з'являється, починаючи з XVII ст.). Використання середнього імені найяскравіше демонструє різницю між наявними американською та британською формулою імені, адже в американській традиції середнє ім'я скорочується до ініціалу та часто позначається саме терміном «*initial*», а в британській традиції середнє ім'я або ігнорується або відтворюється повністю та виконує ідентифікаційно-розрізняльну функцію, зокрема при співпадинні власного імені та прізвища (див. [4, с. 148]). Окрім вибору зафіксованих традицією та словниками власних імен, основними способами утворення нових власних імен є експериментальні фонетичні okazionalizmi (напр., *Condoleezza*), суфіксація (*Marietta*), злиття двох традиційних імен (*Diandrea*), okazionalna орфографія (*Sendie*), використання абстрактних іменників для утворення промовистого імені (*Patience*), запозичення з інших мов (*Ashanti*) [5].

Водночас, поряд з офіційною формулою імені завжди активно використовувались прізвиська (які, починаючи з XV ст. почали позначатись лексевою «*nickname*», від староанглійського «*an eke name*» – «ще одне ім'я») [4, с. 152]. На відміну від особистого імені, прізвиська переважно є промовистими, тобто акцентують певну характеристику носія, зазвичай виділену лінгвокультурною групою, до якої він/вона належить, та є способом висловити позитивну чи негативну оцінку носія (захоплення, фамільярність, ніжність або презирство тощо).

Якщо прізвисько обирає оточення його носія, то ще одне альтернативне ім'я – псевдонім («*pseudonym*», «*alias*», «*pen-/stage-name*», «*allonym*») – його носій, зазвичай публічна персона, обирає власноруч, щоб створити потрібне враження, уникнути невігідних асоціацій, краще запам'ятовуватись або, навпаки, приховувати свою особистість. Саме псевдонім в епоху соціальних мереж трансформувався в реєстраційне ім'я або нік, який вживається користувачами комунікаційних платформ «*Instagram*» та «*TickTock*».

Нік є іменем, яке його носій використовує при роботі із застосунком для позначення адреси свого профіля. Нік (також «*Instagram handle*») може складатись з будь-якої конфігурації цифр, літер та окремих символів і не має співвідноситись з офіційним іменем користувача [7]. Вибір ніку для використання в мережі полегшують он-лайн генератори ніків для «*Instagram*» (див., наприклад, «*Insfollowers*» <https://www.getinsfollowers.com/instagram-name-generator>). Процес передбачає 1) вибір ключових слів, 2) генерацію ніку, 3) перевірку можливості його використання. Основні поради при формуванні ніку: 1) почати зі свого офіційного імені; 2) змінити його певним чином; 3) додати до нього назви улюблених речей; 4) створити нік на підставі хобі. На відміну від «*Instagram*», користувачі «*TikTok*» формують нікі на основі власних імен (див. [3]), або створюють оніми-жарти. Проведений нами порівняльний аналіз реєстраційних номінацій користувачів «*TikTok*» та «*Instagram*» дозволив виділити такі типологічні структурні, семантичні та лінгвокультурні відмінності.

Структура ніків як «*Instagram*», так і «*TikTok*» передбачає використання в якості першого елемента символу «@» («*at*» або «*address sign*»). Цей символ, обраний програмістом Р. Томлісоном в 1970-ті рр., розділяє ім'я користувача та його інтернет-адресу та при цьому, на відміну від інших символів (літер, чисел та пунктуаційних знаків) не може використовуватись як складова імені.

Не зважаючи на цю єдину для обох платформ структурну вимогу для формування номінацій користувачів, проведений аналіз виявив, що за структурою нікі інстаграмників та тіктокерів дуже різні. На платформах «*Instagram*» і «*TikTok*» існують певні обмеження та можливості стосовно використання

спеціальних символів, цифр, пунктуації. На платформі «*Instagram*», при формуванні нікнеймів, користувачі можуть використовувати лише латинські букви (A-Z), цифри (0-9), крапки (.), нижнє підкреслювання (\_), але не можуть використовувати пробіли, символи, або спеціальні знаки. Це означає, що *Instagram* обмежує кількість доступних символів і не дозволяє використовувати, наприклад, емоджі або символи пунктуації в іменах (наприклад @juliana\_e\_alun\_2023\_ та @dr\_raymond.jonesofficial0). Щодо «*TikTok*», тут також існують певні обмеження. Користувачі можуть використовувати латинські букви, цифри, але додатково, на відміну від «*Instagram*», вони можуть включати певні спеціальні символи, емоджі та інші символи пунктуації. Тобто «*TikTok*» надає більше можливостей для створення більш різноманітних нікнеймів, що включають символи пунктуації та спеціальні знаки, хоча користувачі у більшості випадків керуються нормам введеним платформою «*Instagram*» (наприклад @\_archy78 та @n0.ux3r) Це можна пояснити тим, що платформа «*TikTok*» є новішою і переважна частина користувачів мають ніки в «*Instagram*» і звикли до правил їх утворення. Таким чином, спеціальні символи, використання цифр та використання пунктуації можуть різнитися на «*Instagram*» і «*TikTok*» через їхні власні правила та обмеження.

З точки зору розміру утворених ніків, середня довжина англійськомовного ніку, що використовується в «*Instagram*» складає 9 літер (наприклад, @westruster та @timlooker), в той час як середня довжина ніку з «*TikTok*» – 13 літер (наприклад, @xoxogiiiiii та @thevibewithky). Найдовшим виділеним нами англійськомовним ніком в «*Instagram*» є @thetravelingmannequeen; найкоротшим – @largwa. Таку довжину можна пояснити індивідуальними стилістичними та ідентифікаційними вподобаннями користувачів та різною спрямованістю сторінок в соціальній мережі. Водночас, найдовшим ніком з «*TikTok*» є @gorilla\_learncobrakai, а найкоротшим – @jb2871, що можна пояснити схожими стилістичними та ідентифікаційними потребами користувачів на обох платформах, де більша частина користувачів обирає аналогічні нікнейми для зручності та сприяння ідентифікації. Пояснити таку схожість довжини ніків

«TikTok» та «Instagram» можна впливом загальних стандартів та трендів у використанні соціальних мереж.

При аналізі милозвучності ніків виявлено, що при утворенні англійськомовного ніку для «Instagram» приголосні та голосні літери використовуються в рівній кількості (наприклад @oliviameasures та @alannabrealtor). Така рівновага між приголосними та голосними літерами може пояснюватися прагненням користувачів до створення нікнеймів, які мають гармонійний та приємний звук, а також відповідають загальним стилістичним нормам мовлення у соціальних мережах. Натомість, при формуванні ніків для «TikTok», приголосні та голосні літери використовуються не в рівній кількості, іноді вказуючи на домінування приголосних (наприклад, @finnbzpvxtd та @treysharnbatesx). Таку закономірність можна пояснити прагненням до створення оригінальних та запам'ятовуваних ніків, які відрізняються від типових англійських слів та виокремлюються серед інших користувачів платформи, а також специфічними аудіальними та візуальними характеристиками кожної з платформ.

Різниця у структурних характеристиках «TikTok» та «Instagram» визначається їхніми цільовими аудиторіями та історією розвитку. «TikTok» зосереджується на молодому поколінні, яке більш відкрите до креативу, тому дозволяє більше варіацій у створенні нікнеймів. З іншого боку, «Instagram» має різноманітну аудиторію та прагне до стабільності ідентифікації користувачів, що відображено в обмеженнях для нікнеймів. Такі відмінності відображають різницю вікових та лінгвокультурних характеристик користувачів обох платформ, що відповідають їхнім історіям розвитку.

З точки зору семантики та лінгвокультури, «TikTok» та «Instagram» актуалізують різні об'єкти через контент і нікнейми користувачів. «TikTok» акцентується на творчості та розважальному контенті, активно використовуючи гасла та тренди для популяризації певних об'єктів та явищ. «Instagram» надає користувачам більше контролю над представленням їхньої індивідуальної ідентичності та акцентується на особистих інтересах, таких як подорожі, мода,

страви тощо. Семантика та лінгвокультурні значення на обох платформах визначаються цільовою аудиторією, стилем користувачів та функціональними особливостями платформ. Так у «*Instagram*» спостерігається більша популярність використання антропонімів, а саме лексем, що вказують на реальні імена осіб (наприклад @joshua\_pieters та @ethenmarkcarlin), тоді як на платформі «*TikTok*» відзначається частіше використання комбінацій літер, чисел і лексем, які не несуть конкретного смислового навантаження (наприклад @p\_rod2930 та @username90220)

Аналіз ніків користувачів соцмереж дозволяє проаналізувати цінності цієї мережної англійськомовної спільноти та виявити їх мовленнєву актуалізацію. Перспективним для подальших досліджень, на наш погляд, може бути дослідження мережної ономастики в річищі когнітивної лінгвістики із застосуванням теорії метафори та концептуального блендінгу, а також проведення порівняльного аналізу мережних самоназв представників англійськомовних та неанглійськомовних лінгвокультур.

## Література

1. Кобякова І. К. Про природу мовотворчої функції, 2013  
oai:essuir.sumdu.edu.ua:123456789/32478 URL:  
[1https://core.ac.uk/display/19452903?utm\\_source=pdf&utm\\_medium=banner&utm\\_campaign=pdf-decoration-v1](https://core.ac.uk/display/19452903?utm_source=pdf&utm_medium=banner&utm_campaign=pdf-decoration-v1) (Last accessed 8.9.2023)
2. Приблуда Л. М. Первинна та вторинна номінація: лінгвістичний статусю *Академічні студії. Серія «Гуманітарні науки»*, 2022 (1), С. 68–73. URL:  
...<https://doi.org/10.52726/as.humanities/2022.1.10>] (Last accessed 8.9.2023)
3. Boswell C. TikTok vs. Instagram Creators: What and the Differences? URL:  
<https://www.planoly.com/blog/tiktok-vs-instagram-creators#> (Last accessed 8.9.2023)
4. Crystal D. The Cambridge Encyclopaedia of the English Language. CUP, 1995. 490 p.
5. Hanks P. et al. Introduction. A Dictionary of First Names. URL:  
[https://www.google.com.ua/books/edition/A\\_Dictionary\\_of\\_First\\_Names](https://www.google.com.ua/books/edition/A_Dictionary_of_First_Names) (Last accessed 8.9.2023)
6. Leslie P.L., Skipper J.K. Towards a Theory of Nicknames: a Case for Socio-Onomastics. *Names: a Journal of Onomastics*. 1990. Vol. 38, No. 4. URL:

<https://ans-names.pitt.edu/ans/article/view/1253> (Last accessed 8.9.2023) 7. Pixlee Turn

To [dictionary] URL: <https://www.pixlee.com/definitions/instagram-username#:~:text=definition->

[.Instagram%20Username,Learn%20More%20%E2%84%81](https://www.pixlee.com/definitions/instagram-username#:~:text=definition-) (Last accessed 8.9.2023) 8.

WhatIs.com URL: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/at-sign-address-sign-or#:~:text=at> (Last accessed 8.9.2023)

УДК 811.111'373.72

## МЕХАНІЗМ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ПРЕЦЕДЕНТНОГО ВИСЛОВЛЕННЯ “*BLOOD, SWEAT AND TEARS*” ДО АНГЛІЙСЬКОМОВНИХ ТЕКСТІВ

Шорохова П.Ю. (м. Харків)

Науковий керівник: канд.філол.наук Нефьодова О.Д.

**Анотація:** Статтю присвячено дослідженню структурно-семантичних та лінгвокультурних передумов і концептуального механізму інтертекстуальної актуалізації прецедентного висловлення в текстах різних функціональних стилів на прикладі англійськомовного прецедентного висловлення “*blood, sweat and tears*”.

**Ключові слова:** інтертекстуальність, концептуальна інтеграція, лінгвокультурні та структурно-семантичні характеристики, метафтонімія, прецедентне висловлення

**Summary:** Shorokhova P.Yu. **The Mechanism of Conceptual Integration of the Precedent Utterance “*Blood, Sweat and Tears*” into English Texts of Various Functional Styles.** The article looks into structural, semantic, and linguistically-rendered culturally-biased premises and the conceptual mechanism of intertextual integration of a precedent utterance into texts of various functional styles based on the English precedent utterance “*blood, sweat and tears*”.

**Key words:** conceptual integration; intertextuality; metaphonymy; semantic, structural and linguistically-rendered culturally-biased features; precedent utterance.

Важливим дослідницьким фокусом сучасної лінгвістики є проблематика «мова та культура», розробкою якої на теренах пануючої когнітивно-комунікативної парадигми займається, зокрема лінгвокультурологія (див., роботи Л. Белехової, А. Загнітко, О. Матузкової, О. Селіванової та ін.) та теорія інтертекстуальності (див. роботи Н. П'єге-Гро, В. Самохіної, О. Нефьодової, Р. Чорновола-Ткаченка та ін.). Водночас, експланаторний потенціал означених дисциплін значно посилюється завдяки внескам когнітивної лінгвістики, яка, зокрема, дозволяє пояснити глибинні процеси формування, актуалізації та

інтертекстуального існування прецедентних феноменів як складових системи ціннісно опосередкованих концептуальних одиниць окремої лінгвокультури.

Актуальність роботи зумовлена її виконанням в річищі провідної лінгвістичної парадигми та інтегративною спрямованістю щодо методології сучасних лінгвістичних дисциплін – лінгвокультурології, теорії інтертекстуальності та теорії концептуальної інтеграції. Об'єктом дослідження є прецедентне висловлення, досліджене на матеріалі 100 прикладів інтертекстуальної актуалізації англійськомовного прецедентного висловлення “*blood, sweat and tears*” в текстах різних функціональних стилів, отриманих методом суцільної вибірки з мережі Інтернет. Предмет дослідження – структурно-семантичні та лінгвокультурні характеристики, які сприяють інтертекстуальній інтеграції досліджуваного висловлення, а також концептуальний механізм цього процесу. Метою роботи є виділення основних структурно-семантичних та лінгвокультурних характеристик досліджуваного прецедентного висловлення, а також його метафтонімічного потенціалу, що керують його інтертекстуальною актуалізацією, та з'ясування концептуального механізму цього процесу. Для досягнення поставленої мети в роботі виконано такі завдання: 1) на теренах лінгвокультурології, теорії інтертекстуальності із залученням елементів теорії концептуальної інтеграції прийнято робочі визначення основних понять, які використовуються в роботі; 2) досліджено статус та функціонування прецедентного висловлення як різновиду прецедентних феноменів та складової ціннісно-опосередкованого масиву концептуальних одиниць лінгвокультури; 3) проаналізовано основні лінгвокультурні та структурно-семантичні характеристики англійськомовного прецедентного висловлення “*blood, sweat and tears*” та його метафтонімічний потенціал, які сприяють його інтертекстуальній інтеграції; 4) розглянуто основний концептуальний механізм його інтертекстуальної інтеграції до текстів різних функціональних стилів.

Незважаючи на наявність низки робіт, присвячених обраній тематиці, зокрема інтертекстуальній актуалізації прецедентних феноменів (напр., Н. Онищенко), метафтонімії (напр., О. Морозової, Я. Верменич) та процесам

концептуальної інтеграції (напр., І. Кочур), ступінь її дослідження є недостатнім через потребу інтегрувати висновки, отримані в межах цих напрямків дослідження. Отже наукова новизна роботи полягає в посиленні експланаторності лінгвокультурології та теорії інтертекстуальності завдяки застосуванню елементів теорії концептуальної інтеграції для пояснення механізму інтертекстуальної актуалізації прецедентного висловлення «*blood, sweat and tears*» до текстів різних функціональних стилів.

У нашій роботі прецедентне висловлення розглядається як елемент ціннісного масиву концептуальних одиниць лінгвокультури («синергійного сполучення мови і культури, зафіксованого та засвоєного певною етномовною свідомістю» [1, с. 163]), різновид прецедентних феноменів, опосередкований мовленнєвими структурами різного ступеня стабільності, котрий актуалізується під час комунікації членів такої лінгвокультури [2, с. 24].

Прецедентні висловлення зазвичай є рудиментарними словесними залишками процесу набуття текстом прецедентності внаслідок його сприйняття, категоризації, концептуалізації та подальшого інтертекстуального буття під час комунікації представників окремої лінгвокультури. Так, досліджуване англійськомовне прецедентне висловлення «*blood, sweat and tears*» є результатом концептуалізації першої промови В. Черчилля у Палаті громад 13 травня 1940 року на посаді прем'єр-міністра Великої Британії у перший рік Другої світової війни [10]. Проте, В. Черчіля не можна вважати автором досліджуваного прецедентного висловлення, адже воно вперше зустрічається ще на початку XVII століття в творі англійського поета Джона Донна «*Anatomy of the World*» (1611 р.), а згодом у сатирі Джорджа Гордона Байрона «*The Age of Bronze*» (1823 р). Сам В. Черчіль також вживав означення висловлення раніше за свою славетну промову, назвою якої воно згодом стало [7]. Проте саме емоційно заряджений комунікативний контекст промови В. Черчіля 1940 р. створив сприятливі умови для трансформації цього алюзивного вислову на активно функціонуюче прецедентне висловлення, про що свідчить, зокрема, факт його усталеної помилкової атрибуції в англійськомовній лінгвокультурній спільноті: авторство

цього прецедентного висловлення приписується саме В. Черчілю, ігноруючи реальні еволюційні процеси.

Прецедентне висловлення «*blood, sweat and tears*» сформувалось внаслідок компресії вихідного фрагменту промови В. Черчіля та зміни його ритмічної структури за рахунок втрати одного з чотирьох наголошених компонентів, пор.:

Приклад 1. *I have nothing to offer but blood, toil, tears and sweat.* (10)

Приклад 2. *I actually put blood, sweat and tears into that bridge.* (9)

Вихідний фрагмент промови В. Черчіля за ритмічною структурою має чотири основні наголоси, проте трансформована структура прецедентного висловлення має три сильні долі (два спондея та ямб) та, відтак, є алюзією на «Похоронний марш» Ф. Шопена, що підкреслює траурну урочисту семантику вислову: жертвенну важку працю або величезні зусилля (пор. словникову дефініцію вислову: “*a very hard thing to do ... [that] requires a lot of effort*” [3]).

Окрім ритміки, трансформація чотирикомпонентної фрази на трикомпонентне прецедентне висловлення опосередкована, зокрема, структурним символізмом числівника «три» для західної культури, проте, передусім, – обумовлена метафтонімічними процесами. Під метафтонімією розуміємо складне поєднання результатів метонімічних та метафоричних процесів (див. [5, с. 323]). Прецедентне висловлення «*blood, sweat and tears*» утворилось внаслідок метафтонімічних процесів, адже лексема «*blood*» метонімічно позначає жертву, лексема «*sweat*» – важку працю, лексема «*tear*» у формі множини – страждання. Водночас, усі ці лексеми позначають рідини людського тіла, тому сукупно в складі прецедентного вислову ці три метонімічні компоненти відсилають до домену ЛЮДЬСЬКЕ ТІЛО і сприяють утворенню метафоричного значення «важка праця/багато зусиль», яке й фіксується словниками [3]. Саме через означену метафтонімічу гомогенність кожного з компонентів досліджуваного прецедентного висловлення воно втратило четвертий компонент вихідного вербального фрагменту промови – «*toil*». Цей компонент виявляється надмірним, бо інші компоненти прецедентного висловлення і так передають його значення у

метафтонімічний спосіб; крім того він не є однорідним з ними (не позначає рідину людського тіла), тому не бере участь у процесі утворення потрібної метафтонімії.

Метафтонімічність досліджуваного прецедентного висловлення “*blood, sweat and tears*” дозволяє концептуалізувати значення вислову «важка праця/багато зусиль» як РІДИНУ, що й визначає умови інтеграції цього висловлення до інших текстів в процесі комунікації.

Досліджуване прецедентне висловлення інтегрується до структур текстів будь-яких функціональних стилів, проте переважно знаходимо це висловлення в публіцистичних текстах, опублікованих ЗМІ (50%), переважно на політичну тематику (28%); зокрема в промовах політичних діячів, записах засідань Конгресу США, та статтях на політичні теми:

Приклад 3. *We received our heritage in trust for ourselves and our children and our children’s children from all those men and women, both great and small, whose blood, sweat, tears, and prayers made the America we know and love a living reality.* (11)

Великий відсоток публіцистичних текстів у досліджуваному корпусі прикладів інтертекстуальної актуалізації досліджуваного прецедентного висловлення можна частково пояснити його походженням (промова В. Черчіля – текст публіцистичного стилю) та емоційною навантаженістю, яка відповідає вимогам публіцистичного стилю – просувати авторську думку та переконувати реципієнта. Актуалізуючи цей прецедентний вислів у своїх промовах, політики намагаються асоціювати себе у сприйнятті реципієнтів із культовим політиком та визнаним автором цього висловлення – В. Черчілем. Також зауважимо, що при актуалізації це прецедентне висловлення переважно використовується в позиції висунення: у заголовку або на початку тексту, що одразу привертає увагу читачів та викликає в них потрібні асоціації:

Приклад 4. *‘Blood, sweat and tears’: Ava Duvernay shares the back story to her history-making movie.* (8)

Незважаючи на те, що в корпусі досліджених прикладів переважають тексти публіцистичного функціонального стилю, прецедентне висловлення «*blood, sweat*

*and tears*» має набагато більший інтегративний потенціал та може інтегруватись до будь-яких текстів, які реалізують метафору КОНТЕЙНЕР (див. [6, р. 29-31, 51]), адже корелятом досліджуваного висловлення виступає концепт РІДИНА. Саме тому дослідження корпусу прикладів інтеграції прецедентного висловлення «*blood, sweat and tears*» показує, що достатньо високий відсоток інтертекстуальної актуалізації цього прецедентного висловлення (біля 10%) представлений структурами, в яких така інтеграція на вербальному рівні забезпечується дієсловом «*put*» (див. приклад 2 вище) або «*pour*»:

Приклад 5. *He poured 'blood, sweat and tears' into his dream home. Wildfires just destroyed it.* (13)

Через складності метафтонімії «*blood, sweat and tears*», процеси та результат його інтертекстуальної інтеграції можна моделювати як багатодіапазонні бленди [4, с. 126–135], які генерують багатовимірні смисли. Таким чином, непересічна метафтонімічність досліджуваного прецедентного висловлення «*blood, sweat and tears*» зумовлює його діахронічну витривалість та високий інтертекстуальний потенціал, котрий уможливорює інтеграцію цього висловлення до різноманітних текстів усіх функціональних стилів, під час якої актуалізуються різні аспекти його значення та створюються нові смисли.

Перспективним для подальшого дослідження є докладний аналіз процесів блендингу, які уможливлюють інтертекстуальну інтеграцію досліджуваного прецедентного висловлення до текстів різних типів, а також умов та форматів його трансформації в різних контекстах та їхніх наслідків для процесів смислотворення.

## **Література**

1. Матузкова О.П. Лінгвокультура як синергія мови, культури та свідомості. *Соціолінгвістика. Лінгвокультурологія. Когнітивна лінгвістика*. 2020, №27. С. 160–172.
2. Нефьодова О. Д. Інтертекстуальність на полі медій: еколінгвістичний ракурс (на матеріалі англійськомовної літератури). *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов»*. 2022, вип. 96. С. 23–29.
- 3.

Collins. URL: <https://www.collinsdictionary.com> (Last accessed: 10.09.2023) 4. Fauconnier G., Turner M. *The Way We Think: Conceptual Blendings and the Mind's Hidden Complexities*. New York: Basic Books, 2002. 464 p. 5. Goossens L. Metaphtonymy: the interaction of metaphor and metonymy in expressions for linguistic action. *Cognitive Linguistics*. 1990. P. 323–340. 6. Lakoff G. *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press. 2003, 276 p. 7. The meaning and origin of the expression: Blood, sweat and tears. URL: <https://www.phrases.org.uk/meanings/blood-sweat-and-tears.html#:~:text=The%20expression%20'blood%2C%20sweat%20and,to%20come%20in%20fighting%20WWII> (Last accessed: 14.09.2023). 8. 'Blood, sweat and tears': Ava Duvernay shares the back story to her history-making movie. URL: <https://www.news24.com/life/arts-and-entertainment/film/blood-sweat-and-tears-ava-duvernay-shares-the-back-story-to-her-history-making-movie-20230907> (Last accessed: 20.09.2023). 9. Bridge / Agency changes stance on structures. URL:7,29781714 [https://books.google.com.ua/books?id=gVFSAAAIBAJ&pg=PA7&dq=put+blood,+sweat+and+tears&article\\_id=3895,4386451&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwj9hK7B8dv1AhWN\\_7sIHdc1BpU4HhDoAXoECAIQAg#v=onepage&q=put%20blood%2C%20sweat%20and%20tears&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=gVFSAAAIBAJ&pg=PA7&dq=put+blood,+sweat+and+tears&article_id=3895,4386451&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwj9hK7B8dv1AhWN_7sIHdc1BpU4HhDoAXoECAIQAg#v=onepage&q=put%20blood%2C%20sweat%20and%20tears&f=false) (Last accessed: 08.09.2023). 10. Churchill W. Blood, toil, tears and sweat. URL: <https://winstonchurchill.org/resources/speeches/1940-the-finest-hour/blood-toil-tears-sweat/> (Last accessed 06.08.2023) 11. Congressional Record: Proceedings and Debates of the 84th Congress. U.S. Congress, 1955. URL:026v066 [https://books.google.com.ua/books?id=Tipoi0h56nYC&pg=PA2678&dq=blood,+sweat+and+tears&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwjA\\_o6H49v1AhVpg\\_0HHeksCjMQ6AF6B\\_AgFEAI#v=onepage&q=blood%2C%20sweat%20and%20tears&f=false](https://books.google.com.ua/books?id=Tipoi0h56nYC&pg=PA2678&dq=blood,+sweat+and+tears&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwjA_o6H49v1AhVpg_0HHeksCjMQ6AF6B_AgFEAI#v=onepage&q=blood%2C%20sweat%20and%20tears&f=false) (Last accessed: 08.09.2023). 12. Singer on Tune for Eurovision Decider. URL: <https://wyndham.starweekly.com.au/news/singer-on-tune-for-eurovision-decider/> (Last accessed: 16.09.2023). 13. Wildfire Destroys Family Home. URL:1 <https://www.cbc.ca/radio/thecurrent/wildfire-destroys-family-home-squilax-bc-1.6943881> (Last accessed: 20.09.2023).

УДК 821.134.2

## ЧИЛІЙСЬКА ЕТНОКУЛЬТУРНА ПОЕЗІЯ У СУЧАСНОМУ КОМУНІКАТИВНОМУ ПРОСТОРИ

Штефан А. В. (Харків)

Науковий керівник: док. філол. наук, проф. Оржицький І. О.

**Анотація:** У статті розглянуто шляхи розвитку чилійської етнокультурної поезії. На прикладі поезії корінного народу мапуче визначено своєрідність переосмислення естетичного та концептуального надбання чилійської літератури. Зроблено висновок стосовно функціонування аналізованих творів як зразка глобальної інтелектуальної історії культури мапуче.

**Ключові слова:** естетичний досвід, етнокультурна поезія, інтелектуальна історія, мапуче, поезія, чилійська література

**Summary:** The article examines the ways of development of Chilean ethnocultural poetry. Using the example of the poetry of the indigenous Mapuche people, the originality of the rethinking of aesthetic and conceptual achievements in Chilean literature is noted. A conclusion is drawn regarding the functioning of the analyzed works as an example of the global intellectual history of the Mapuche.

**Key words:** intellectual history, Mapuche, poetry, Chilean literature, aesthetic experience, ethnocultural poetry

Історія чилійської літератури демонструє надзвичайну важливість поетичної спадщини, що становить ключову її складову. Саме письменство цієї південноамериканської країни дало світові двох нобеліатів – Пабло Неруду й Габрієлу Містраль, а творчість інших відомих поетів – Вісенте Відобро, Ніканора Парри та Пабло де Рохи, характеризувалася суттєвим впливом на формування модерністських та постмодерністських концепцій іспаномовного й англomовного літературного світу.

Протягом різних етапів чилійська література розвивалася відповідно до трьох провідних течій. Йдеться, по-перше, про успадковану від європейської культурної традиції романтичну й костюмбристську літературу. По-друге, слід зауважити наявність у історії чилійського письменства власного національного варіанту реалізму. По-третє, йдеться про поетичну та прозову спадщину чилійського модернізму. Зауважимо, що попри претензії останніх двох напрямків стосовно докорінного оновлення національної літературної традиції, усі вони все одно ввібрали до себе певні умовності та стереотипи, притаманні романтизму й костюмбризму, не змігши їх повноцінно подолати.

Важливим елементом чилійської поетичної мапи постає етнокультурна поезія. Цей феномен має своєю основою поезію корінного народу Чилі – мапуче. Слід зауважити, що ця етнокультурна поетична традиція привертає увагу не лише ліриків, що мають відповідне походження, але й латиноамериканських і європейських авторів, які не належать до мапуче етнічно, проте глибоко зацікавлені провідними концептами, що реалізуються у творчості найбільших представників цієї народності.

Актуальність дослідження зумовлена, досить малою кількістю цілісних студій присвячених аналізу феномена чилійської етнокультурної поезії в сучасній латиноамериканістиці. Багатство чилійської традиції заслуговує на світову увагу і має бути доступнішим для сучасного читача. Мета дослідження: визначення закономірностей реалізації феномена етнокультурної поезії в контексті розвитку чилійської літератури. Зазначена мета спонукає до необхідності реалізації таких дослідницьких завдань:

1. Охарактеризування значущості етнокультурної поезії в контексті літератури Чилі;
2. Здійснення аналізу провідних концептів творчості представників чилійської етнокультурної поезії;
3. Виокремлення традиційних та інноваційних технологій творення художнього світу в ліриці представників корінних народів Чилі.

Об'єктом роботи є етнокультурна поезія Чилі, предметом роботи є особливості та місце етнокультурного напрямку в сучасності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Чилійська етнокультурна поезія неодноразово ставала об'єктом наукових зацікавлень. Зокрема, Х. Бенгоа подає культурологічне бачення історії народу мапуче, побіжно торкаючись літературної спадщини його представників [2]. Роботи І. Карраско присвячені закономірностям функціонування літератури мапуче в чилійському літературному процесі [4; 5]. Робота С. Кука актуалізує доробок двох поетів мапуче – Л. Лієнлафа та Е. Чіуайлафа [7]. У статті М. Курріаро визначено значущість етнокультурної

поезії для загальночильйського літературного контексту [8]. С. Мегат виокремлює інтеграційні тенденції в літературі мапуче на сучасному етапі її розвитку [12].

Виклад основного матеріалу дослідження. Як такі, етнокультурні поетичні практики мапуче, що реалізуються за допомогою форм літератури вінка (термін, що використовується для визначення людини, що не належить до спільноти мапуче, будучи представником іншої спільноти, що населяють Чилі), є прикладами культурної гібридності, якщо слідувати за визначенням Гомі Бгабги [3]. Така реалізація здійснюється митцями, що перебувають на межі двох культур та послуговуються ресурсами та амбівалентністю цього особливого маргінального простору з метою протистояння чільним дискурсам та повалення панівних структур [9].

Мистецька лабораторія поета-мапуче Леонеля Лієнлафа функціонує шляхом діалогу між культурою його спільноти та чильйською культурою-гегемоном. Чильйська культура, що є результатом схрещення автохтонних, європейських та африканських культур, вже є своєрідним полем для діалогу, що реалізується в інституційних та мовних структурах, позначених домінуванням західної культури [10].

Перше, що привертає увагу при читанні поетичних текстів Леонеля Лієнлафа, – це те, наскільки його поезія створена в тісному зв'язку з традиційною культурою мапуче, попри те, що поет приймає практики, які за своєю формою є атрибутами й розробками західної культури. Тому зміна середовища не призводить до втрати місцевої культурної специфіки, а також не стирає різницю між мапуче та вінка, себто між корінними народами Чилі та нащадками європейських колонізаторів.

Зустріч із колоніальною культурою, як видається, була для юного поета травматичною. Так, у поезії «Rebelión» спостерігаємо :

<i>Mis manos no quisieron escribir</i>	<i>Мої руки не хотіли писати</i>
<i>las palabras</i>	<i>слова</i>

<i>de un profesor viejo.</i>	<i>старого професора.</i>
<i>Mi mano se negó a escribir</i>	<i>Моя рука відмовлялася писати</i>
<i>aquello que no me pertenecía.</i>	<i>те, що мені не належало.</i>
<i>Me dijo :</i>	<i>Сказав мені:</i>
<i>«debe ser el silencio que nace»</i>	<i>«мабуть це тиша народжується»</i>
<i>Mi mano</i>	<i>Моя рука</i>
<i>me dijo que el mundo</i>	<i>казала мені, що світ</i>
<i>no se podía escribir [11, p. 74].</i>	<i>не можна написати.</i>

У цьому поетичному творі автор вустами свого ліричного героя наголошує свою принципову інакшість відносно світу колонізаторів, із рук якого він відмовляється приймати навіть науку. Лієнлафів герой наголошує, що пропозиція старого вчителя зробити запис певних корисних думок, сформульованих у ході навчання, є протиприродною для нього як для представника мапуче, що звикли запам'ятовувати всю необхідну інформацію та передавати її в усній формі.

Він аж ніяк не ставиться до вчителя з неповагою – ліричний герой Леонеля Лієнлафа демонструє, що він належить до іншої культури, наполягаючи на збереженні заявленої дистанції та на тому, що викладене вчення є для нього чужим. Поет наголошує, що справжнє знання неможливо вмістити в рукописних рядках, оскільки воно є настільки ж неосяжним, як і весь світ навколо нас.

Ця прив'язка також відзначена вибором композиції збірки «Se ha despertado el ave de mi corazón» (Прокинулася птиця мого серця) як такої, що містить вірші двома мовами, Леонель Лієнлаф спочатку пише свої твори мовою мапудунгун, а потім самостійно перекладає їх іспанською. На титульній сторінці збірки вказано лише її назву, і вона відображається обома мовами. Заголовок мовою мапудунгун

передує заголовку іспанською мовою та написаний великими літерами. Назва іспанською мовою написана малими літерами, а також записана в дужках.

Від самого початку ознайомлення зі збіркою «Se ha despertado el ave de mi corazón» читач потрапляє у подвійний культурний всесвіт, де двомовність позначає ситуацію другорядної літератури у сенсі, запропонованому Дельозом і Гваттарі. Цей вибір зберігається в усій структурі збірки. У ній кожен поетичний твір спочатку з'являється у версії мовою мапудунгун, а потім у своїй іспанській версії. Це свідчить про бажання автора бути зрозумілим як для мапуче, так і для іспаномовної читацької аудиторії.

У поезії «Ulkantrun» Леонель Лієнлаф досліджує поняття тиші через посилання на тишу, притаманну мохові, що є священною рослиною для народу мапуче:

<i>Anoche soñé hermana que cerca de un estero mi voz andaba Pasé anoche no más por una piedra que florecía [11, p. 203]</i>	<i>Минулої ночі наснилося, сестро, що поруч з лиманом йшов мій голос Пройшов Минулої ночі лише, повз камінь, що квітнув.</i>
---	--

Дослідник Даніель А. Кастебланко говорить, що цей мох потребує деякого часу для зростання, і на каменях набуває вигляду "маленького лісу". Проте, оскільки ця рослина є основою ритуального харчування, поет був дуже обережним у відношенні до неї та вживанні саме слова «мох». Мох став предметом таємної церемонії, оточеної обмеженнями та заборонами, що зберігають її в таємниці [11, с. 204]. Роблячи вибір на користь того, аби писати та

публікувати вірші, Леонель Лієнлаф як представник етнокультурної поезії приймає форми, що належать до цієї іншої культури, визнаючи тим самим вплив гегемонної культури на його власні творчі практики. На нашу думку, чужу для Лієнлафа культурну парадигму цілком доречно позначити терміном «вінка», аби підкреслити цю подвійну відмінність. Однак слід зазначити, що якщо дійсно існують дві відмінності, які стикаються одна з одною, то різниця не настільки радикальна, щоб створити розрив і нездатність спілкуватися між культурами.

Етнокультурна поезія мапуче загалом і доробок Леонеля Лієнлафа добре ілюструє, що під час зустрічі та протистояння існує подвійність Іншого, і що ця подвійність використовується маргіналізованими групами населення, щоб отримати визнання та автономію, незважаючи на їхній статус. Ця подвійна відмінність передбачає подвійну диференціацію як традиційних практик мапуче, так і загальних чилійських літературних практик.

Поезія Леонеля Лієнлафа виникає як на маргінесах чилійської культури, так і на маргінесах світового літературного простору, і ця маргінальність проголошується, використовується для озвучення та підсвітлення феномена етнокультурної поезії. Подібний підхід також створює новий дискурсивний простір, який дозволяє традиціям мапуче знайти місце у більшому культурному контексті, не втрачаючи своєї специфіки. Це визнання голосу мапуче також досягається через тісний діалог Лієнлафа з культурою вінка.

Названа ситуація суттєво контрастує з першими публікаціями іншого визнаного поета мапуче, Елікуро Чіуайлафа, який починав публікувати свої твори за власний кошт, самостійно. Успіх поетичного доробку Лієнлафа також пов'язаний з тим фактом, що він отримав Муніципальну літературну премію Сантьяго, одну з найстаріших літературних премій у Чилі, у 1990 році. Цю премію критики часто представляють як подію, яка відкриває шлях до великого масштабу визнання поетів мапуче.

Для видатного поета і критика мапуче Елікуро Чіуайлафа слова мовою мапудугун виражають уявлення про світ, створений його предками – слова, за

його словами, є жестами світу (gestualidad) [6]. Таким чином, мова функціонує на різних рівнях.

По-перше, це властива мові синтетична якість, або те, як вона об'єднує та зміцнює соціальні та світські стосунки. Існує також історична функція мови, згідно з якою момент мовлення обов'язково зміцнює зв'язок мовця з його чи її походженням і предками, водночас зберігаючи та передаючи їхні цінності та вірування.

У концепції Чіуайлафа людина мандрує світом, сповненим жестами, які виражають себе ще до того, як стають доступними розумінню. Саме в цій мові можна знайти присутність предків, а також присутність «кожної особи з її дійсністю та створенням – і всією її потенційністю – свого «майбутнього» [6, с.35].

У поезії «El arado de palo» (Дерев'яний плуг) Себастьян Квепуль бере за тему зв'язок між бажаним концептом і мовою, що підкреслюється завдяки змішуванню слів, використання повторень і техніці самостійного перекладу з мапудунгун на іспанську. Побачивши обидві версії на сторінці, можна насолоджуватися їхньою рівноправною та шанобливою одночасною присутністю, якої поет мріє досягти за межами написаного слова, і порівняти візуальний формат і стиснення лінії та ритму, навіть якщо читач не є носієм жодної з мов, які використовуються Квепулем.

Наголос на важливості маргінального досвіду змушує читача мислити поза будь-якими стереотипами. Окремі поети мапуче використовують у своїй творчості більше ніж одну мову, і Квепуль чітко привертає увагу до елементу перекладу власних назв, які наводять на думку, що обидва напрямки містять певну помилку, принаймні, у тому, як вони сприймаються іншим: немає єдиного джерела істини.

<i>Quiero romper la tierra con mi arado de palo.</i>	<i>Хочу розрубати землю своїм дерев'яним плугом.</i>
--	--

<p><i>Y sembrar en las melgas mis palabras sencillas.</i></p> <p><i>Quiero trazar la recta de mis propios anhelos.</i></p> <p><i>Y buscar simetría en las hojas pasadas.</i></p> <p><i>Quiero tejer las hebras de las blancas espumas.</i></p> <p><i>Y tenderme en la felpa de una alfombra marina [1, p. 241].</i></p>	<p><i>І сіяти свої прості слова в бороздах.</i></p> <p><i>Хочу тягнути лінію своїх власних бажань.</i></p> <p><i>І шукати симетрію в минулих сторінках.</i></p> <p><i>Хочу сплести нитки білих пін.</i></p> <p><i>І лежати на морському килимку</i></p>
---	---

Слід відзначити подальшу появу нових голосів в етнокультурній чилійській поезії, що менш прив'язані до традиційних моделей і розповідають про досвід адаптації до сучасного життя, як, наприклад, поет Давид Анігір. Він називає себе «мапурбе» (*urbe* - місто), мапуче, що живе в міському середовищі, і його поезія досліджує такі теми, як фрагментація його особистості.

І в межах етнокультурної поезії вже існує *neopoesía* (неопоезія), яка грає не лише з чилійськими культурними концептами, але й з ширшими темами капіталізму та глобальної народної культури, яка здатна, як у поезії Давида Анігіра, включати заклики як на лідера опору мапуче Лаутаро, так на і хеві-метал-гурт «Iron Maiden», утворений у Східному Лондоні:

<p><i>Neo Lautaro</i></p> <p><i>peñi pasajero de este viaje</i></p> <p><i>cachaste que no hay vida después de la muerte</i></p>	<p><i>Нео Лаутаро</i></p> <p><i>"Пеньї, пасажире цієї подорожі,</i></p> <p><i>Розумієш, що після смерті немає життя,</i></p>
---	--

<i>muerte después de la vida la muerte como lo decían aquellas mariposas con el zumbido de sus alas aceradas escuchando IRON MAIDEN [1, p. 77].</i>	<i>Смерть після життя, смерть, Як говорили ті метелики З гулом їх гострих крил, Слухаючи Iron Maiden</i>
---	--

Справжній Лаутаро, на якого посилається автор, був воїном мапуче з 16-го століття, який, за словами його супротивників, був вправним наїзником і безстрашним воїном. Лаутаро неодноразово перемагав колоніальні іспанські армії, і тому став не лише героєм для своїх одноплемінників мапуче, але й для чилійців, які бачили в його опорі проти іспанців аналогію до своєї власної війни за незалежність від Іспанії. З часом спадок Лаутаро став основою для уявлення чилійців про мапуче як жорстоких воїнів. Давид Анігір бере історичну фігуру Лаутаро і перетворює його в сучасного мандрівника, який слухає важкий метал.

Поезія Давида Анігіра засвідчує, що модальності діалогу та обміну між культурами поступово еволюціонують. Однак, як і лірика Лієнлафа, відмінність порівняно з чільним каноном не порушує діалогу та обмінів. Таким чином, окремішність, іншість підкреслюється у процесі творення, щоб сприяти визнанню поезії мапуче як складової чилійської етнокультурної поезії.

Висновки й перспективи подальших розвідок. Отже, будучи водночас палімпсестичною, мінливою, маргінальною, лірика таких представників етнокультурної поезії Чилі, як Леонель Лієнлаф, Елікуро Чіуайлаф, Себастьян Квепуль, Давид Анігір, постає відкритою до світу, репрезентуючи множинне відчуття ідентичності та приналежності до багатьох буттєвих форм, що мають своїм джерелом природу та власне авторські візії. Чуттєва якість аналізованої поезії інспірована саме тим фактом, що вона поєднує найглибші області розуму із зовнішнім світом. Перспективу подальших досліджень становить розширення кола поетів мапуче, творчість яких планується залучити до аналізу.

## Література

1. 20 poetas mapuche contemporáneos. Epu mari ülkantufe ta fachantü / Ed. L. Millapan, M. Isabel. Santiago, 2003. 940 p.
2. Bengoa J. Los Mapuches : historia, cultura y conflicto. *Cahiers des Amériques latines*. 2011. No. 68. P. 89-107.
3. Bhabha H. K. The location of culture. London, New York, Routledge, 1994. P. 159-160.
4. Carrasco I. Etnoliteratura Mapuche y literatura chilena : relaciones. *Lengua y Literatura Mapuche*. 1990. Vol. 4. P. 19-27.
5. Carrasco I. Poesía mapuche. *Mundos superpuestos*. Valdivia: Ediciones Universidad Austral de Chile, 2019. 440 p.
6. Chihuailaf E. Recado confidencial a los chilenos. Santiago de Chile, Lom, 1999. P. 34-36.
7. Cook S. Two Mapuche Poets. *Heat*. 2010. No. 22. P. 49-55.
8. Curriaro M. M. Poesía Mapuche : la instalación de una mismidad étnica en la literatura chilena. *Contracorriente*. 2013. Vol. 10. P. 21-22.
9. Fein J.M. Modernismo in Chilean literature. The second Period. Dirham, University Press, 1965. 320 p.
10. La literatura hispanoamericana / Mercedes de Vega Armijo. Mexico : Secretaria de Relaciones Exteriores, 2011. 200 p.
11. Lienlaf L. y el musgo sagrado de la poesía. Aproximación etnobotánica a la poesía indígena contemporánea. Castelblanco D. A. Localización: Revista canadiense de estudios hispánicos, ISSN 0384-8167, Vol. 39, N° 1, 2014 págs. 201-212
12. Mehat S. Reconnaissance et intégration des poètes mapuches dans l'espace littéraire chilien. *Cahiers d'études romanes*. 2021. Vol. 43. P. 191-208.

## УДК 81'322.4

### ЧИ ЗАМІНЯТЬ ПРОГРАМИ-ПЕРЕКЛАДАЧІ ЛЮДЕЙ У МАЙБУТНЬОМУ?

Яковлева Н.С. (Харків)

Науковий керівник: канд. філол. наук, доцент Самаріна В. В.

**Анотація:** Стаття актуалізує питання взаємозв'язку машинного та людського перекладу, містить огляд сучасного стану розвитку машинного перекладу та його переваг. Неможливість замінити людину-перекладача зумовлена обмеженістю програм-перекладачів у розумінні контексту, культурних відтінках та стилістичних особливостях тексту. Робота визначає важливість та цінність людини-перекладача у забезпеченні точності та якості перекладу. Стаття також вказує на необхідність подальшого розвитку та вдосконалення машинного перекладу, зокрема його компетентності.

**Ключові слова:** автоматизований переклад, адекватність, еквівалентність, машинний переклад, компетентність машинного перекладу.

**Summary: Yakovlieva N. S. Will translation programs replace human translators in the future?**

The article actualizes the issue of the relationship between machine and human translation, provides an overview of the current state of machine translation development and its advantages. The impossibility of replacing a human translator is due to the limitations of translation programs in understanding the context, cultural nuances and stylistic features of the text. The paper identifies the importance and value of the human translator in ensuring the accuracy and quality of translation. The article also points to the need for further development and improvement of machine translation and particularly its competence.

**Key words:** automated translation, adequacy, equivalence, machine translation, machine translation competence.

На сьогодні машинний переклад є невід’ємною частиною перекладацької галузі. Разом із глобалізацією та розвитком інформаційних технологій, зростає попит на переклади, а отже виникає потреба у компетентних перекладачах. Наразі перекладацька індустрія працює за принципом розумного поєднання роботи людини та машини – перекладач використовує засоби автоматизації для економії часу, витрат та ефективності роботи, у той час як машинний переклад виступає допоміжним засобом автоматизованого. Проте сучасні технології не стоять на місці. Машинний переклад стрімко розвивається, зокрема відносно новий його вид – нейронний, який заснований на штучному інтелекті. Порівняно з статистичним машинним перекладом та перекладом на основі правил, нейронний дає дедалі кращі результати перекладу. Дослідники продовжують активно працювати над розвитком машинного перекладу і очікується, що якість автоматичного перекладу майже не відрізнятиметься від перекладу, виконаного людиною. Тому постає питання: Чи замінять програми-перекладачі людей у майбутньому?

Актуальність даного дослідження визначається динамізмом розвитку машинного перекладу. Новизна дослідження полягає в тому, що трактування поняття «компетентності машинного перекладу» набуло подальшого розвитку. Об’єктом дослідження є взаємозв’язок машинного та людського перекладу. Предметом дослідження стали типи та особливості машинного перекладу, переваги людського перекладу. Метою роботи є дослідження етапу розвитку машинного перекладу та визначення цінності людини-перекладача.

Теоретичною базою даного дослідження послужили наукові роботи таких вітчизняних та закордонних дослідників, як Г. В. Веселовська, Н. В. Гончаренко, В. В. Горда, С. А. Гріднєва, М. Кочак, М. Лан, З. Ліхуа, Н. В. Пушик, С. В. Радецька, Л. Чжао та Х. Циммерман.

Насамперед слід визначити поняття «переклад». С. А. Гріднєва та Н. В. Гончаренко трактують переклад як процес та результат створення на основі вихідного тексту однією мовою адекватного та еквівалентного цільового тексту іншою мовою. Обидва тексти є рівноцінними та взаємозамінними. Тобто основним завданням перекладу є створення адекватного, еквівалентного перекладу та передача значення тексту оригіналу мовними засобами мови перекладу [2].

У своєму дослідженні З. Ліхуа зосереджується на взаємозв'язку машинного (автоматичного) перекладу та перекладу, виконаного людиною. Основний алгоритм машинного перекладу полягає в тому, щоб заздалегідь інтегрувати зв'язок двох мов в словникову базу даних. У процесі перекладу слова вихідної мови перетворюються на слова цільової відповідно до встановлених зв'язків в словниковій базі даних та інтегруються в значення перекладеного речення відповідно до структури частин цільової мови. Переклад, виконаний людиною, передбачає, що перекладач вільно володіє обома мовами та має розуміти зміст вихідного тексту, щоб правильно його передати мовою перекладу. З точки зору точності переклад, виконаний людиною виграє, але програє машинному в аспектах портативності та швидкості, проте це не є значним недоліком, адже головне все ж таки якість[6].

Хоча машинний переклад є невіддільною складовою перекладацької галузі, говорити про повністю автоматичні системи машинного перекладу зарано, адже наразі абсолютно всі системи машинного перекладу працюють в тій чи іншій мірі за участю людини. Будь-який машинний переклад потребує опрацювання тексту людиною на всіх етапах комп'ютерного редагування: передредагування, інтерредагування та постредагування [1].

Щоб розуміти наскільки розвинутий автоматичного переклад, необхідно розглянути типи систем машинного перекладу та їх особливості. Існують системи на основі правил, статистичні та нейронні. Окремо виділяють гібридні системи машинного перекладу.

Системи машинного перекладу на основі правил засновані на лінгвістичній інформації про вихідну та цільову мови та охоплюють базу морфологічних, синтаксичних та семантичних закономірностей кожної мови. Система перекладає текст по реченню і на основі інформації про кожне слово узгоджує між собою всі члени речення. Такий підхід подібний до роботи людини перекладача – програма спочатку на основі правил аналізує текст і здійснює пошук в своїй словниковій базі. До переваг даної системи машинного перекладу можна віднести синтаксичну та граматичну точність, а до недоліків – трудомісткість створення, підтримки та оновлення словникових баз [1].

Статистичний машинний переклад базується на порівнянні великих обсягів мовних пар. Дана система використовує двомовні корпуси та обчислює найбільш ймовірні послідовності слів тексту мови оригіналу, які будуть відповідати тексту перекладу. Система статистичного машинного перекладу швидко налаштовується, проте її очевидним недоліком є неврахування граматичних правил, що значно впливає на якість перекладу і може дати результати, позбавлені будь-якого сенсу [1].

Суть нейронного машинного перекладу полягає в тому, що машини, подібно до роботи мозку, навчаються перекладати через одну велику нейронну мережу[3].

Система гібридного машинного перекладу – це інтеграція кращих якостей підходів статистичного машинного перекладу та на основі правил, внаслідок чого програма-перекладач дає якісний переклад, чим забезпечує високу швидкість перекладу [1].

З цього зрозуміло, що за останні роки в галузі автоматичного перекладу стався великий прорив, якість машинного перекладу значно покращилася, але не відповідає якості людського перекладу.

Програма-перекладач ще не здатна забезпечити адекватний та еквівалентний переклад і зрозуміло, що не зможе замінити людину-перекладача в найближчому майбутньому. Тому варто наголосити на цінності та перевагах людського перекладу:

- кваліфікована лінгвістична експертиза. Людина-перекладач здатна до найменших деталей передати стиль, тон та структуру мови оригіналу засобами мови перекладу та зберегти зміст тексту;
- знання спеціалізованих тем. Щоб перекласти спеціалізовані тексти, треба володіти необхідними для цього навичками, тому впоратися з цим може тільки людина-перекладач;
- креативність та винахідливість. Людина-перекладач відчуває мову, тому зможе підібрати найбільш відповідний переклад;
- людина-перекладач враховує культурні особливості;
- людина-перекладач дотримується вимог еквівалентності перекладу: цільовий текст повністю передає зміст вихідного, відповідає нормам мови перекладу та однакового за обсягом [2].

Сюди ж можна додати, що на відміну від людини-перекладача, машина перекладає послівно, не здатна до справжньої когнітивної діяльності, не розрізняє всі значення багатозначних слів і яке слово потрібне в конкретному контексті, що призводить до стилістичних помилок [4].

Тож на шляху до повної автоматизації систем машинного перекладу необхідно усунути багато недоліків та значно підвищити компетентність. Компетентність машинного перекладу – це здатність машини розумно обробляти мову. Наразі в них відсутня прагматична компетентність, тому вони не можуть розпізнати контекстуальні значення слів. Також машини не володіють дискурсивною компетентністю, тому вони не здатні побудувати логічно пов'язані та цілісні висловлювання із застосуванням функціональних стилів мови. Компетентність машинної мови в системах машинного перекладу потребує

вдосконалення. Найефективнішим способом може бути зміна їхньої внутрішньої структури. З розвитком нейролінгвістики, виникла думка, що якщо надати машинам можливість обробляти мову подібно до того, як це робить мозок людини, то якість машинного перекладу значно зросте [5].

Висновки. У статті розглянуто сучасний стан технологій машинного перекладу та їх відношення до людського перекладу. Незважаючи на значний прогрес у розвитку автоматичного перекладу, програми-перекладачі поки що не можуть повністю замінити людей-перекладачів.

На противагу програмам машинного перекладу, люди-перекладачі відзначаються своєю кваліфікованою лінгвістичною експертизою, здатністю враховувати культурні відтінки та стиль мови оригіналу, а також вмінням працювати зі спеціалізованими темами та виявляти креативність у виборі відповідного перекладу. Людина-перекладач також забезпечує еквівалентність перекладу та дотримується норм мови перекладу.

Для досягнення рівня автоматичного перекладу, який майже не відрізнятиметься від перекладу, виконаного людиною необхідно подолати численні технологічні виклики та вдосконалити компетентність машинного перекладу у прагматичному та дискурсивному розумінні.

Також варто підкреслити, що як машинний, так і людський переклад мають свої унікальні переваги та обмеження, і обидва можуть співіснувати та взаємодоповнювати один одного у різних сферах перекладу.

Перспективою роботи є удосконалення сучасних підходів до автоматичного перекладу та компетентності машинної мови в системах машинного перекладу.

## **Література**

1. Веселовська Г. В., Радецька С. В. Машинний переклад: його типологія, переваги та недоліки. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка / редактори-упорядники М. Пантук, А. Душний, І. Зимомря. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика», 2021. Вип. 35. Том 7. 246 с. С. 23-27. URL: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/35-7->

4 (Last accessed: 10.09.2023). 2. Гріднєва С. А., Гончаренко Н. В. Машинний перекладач чи людина-перекладач? Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2018. № 37. Том 4. С. 144-146. URL: [4http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v37/part\\_4/43.pdf](http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v37/part_4/43.pdf) 3. 3. Пушик Н. В., Горда В. В. Техніка машинного перекладу. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія, 2021. № 49. Том 2. 4. Koçak M. Maschinelle Übersetzung anstelle von humanen Übersetzern zwischen Maschine und Mensch. E-journal of new world sciences academy. 2019. Vol. 14, no. 1. P. 25–32. URL: <https://doi.org/10.12739/nwsa.2019.14.1.3c0181> (Last accessed: 10.09.2023). 5. Lan M., Zhao L. Contrasting and analyzing machine and human translation. 2021 6th international conference on modern management and education technology (mmet 2021) , Hunlunbair, China, 10–12 September 2021. Paris, France, 2021. URL: <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211011.123> (Last accessed: 11.09.2023). 6. Lihua Z. The relationship between machine translation and human translation under the influence of artificial intelligence machine translation. Mobile information systems. 2022. Vol. 2022. P. 1–8. URL: <https://doi.org/10.1155/2022/9121636> (Last accessed: 11.09.2023). 6. Zimmermann H. H. B 10. maschinelle Übersetzung. Grundlagen der praktischen Information und Dokumentation. Berlin, Boston. URL: <https://doi.org/10.1515/9783110961355.244> (Last accessed: 11.09.2023).

Електронне наукове видання

**Молоді фахівці — майбутнє науки**

Збірник наукових праць студентів

Випуск 15

Українською мовою

Відповідальний редактор:

Шастало В. О.

Комп'ютерне верстання:

Парамонов Б. І.

За зміст та достовірність фактів, викладених у статтях,  
відповідальність несуть автори

Підписано до 19. 12. 2023 Формат 60x84/16. Папір офсетний  
Друк цифровий. Ум. друк. арк. 8,8 Обл.-вид. арк. 11,05.  
Наклад –35 прим. Ціна договірна

Видавець і виготовлювач  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна  
61022, Харків, майдан Свободи, 4  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК N 3367 від 13.01.2009