

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

ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

**СПЕЦИФІКА ХУДОЖНЬОЇ КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЇ МІСТА
В ЗБІРЦІ ОПОВІДАНЬ «СЕЛФІ В ПАРИЖІ»**

Кваліфікаційна робота
студентки 4 курсу
першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти
спеціальності 035 «Філологія»
спеціалізації 035.01 «українська мова
і література»
Любчич Єлизавети Іванівни

Науковий керівник:
Губарева Галина Анатоліївна,
кандидат філологічних наук,
доцент

ЗМІСТ

ВСТУП.....	2
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	6
1.1. Концепт як термін лінгвокультурології.....	6
1.2. Поняття лінгвокультурного типажу.....	10
Висновки до розділу 1.....	14
РОЗДІЛ 2. ЦІННІСНО-ОБРАЗНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ КОНЦЕПТУ ПАРИЖ.....	16
2.1. Змістова структура концепту.....	16
2.2. Мовні засоби вираження концепту.....	22
Висновки до розділу 2.....	34
РОЗДІЛ 3. ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ ТИПАЖ «ПАРИЖАНИ».....	35
3.1. Характеристика зовнішності.....	35
3.2. Відображення особливостей поведінки й рис характеру.....	39
Висновки до розділу 3.....	45
ВИСНОВКИ.....	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	49

ВСТУП

Історія мови невіддільна від історії та культури народу. У кожного етносу є свої, зафіксовані в мові уявлення про світ, явища, що відбуваються у світі, своє розуміння певних понять, пов'язаних із тим чи тим предметом або явищем. Мовні уявлення формуються в людини протягом усього життя. Так виникає мовна картина світу людини, народу й суспільства в цілому.

Одним з основоположних феноменів сучасного соціокультурного простору людини є місто. Місто є центром, до якого спрямований соціальний простір і завдяки якому може розвиватися суспільство.

- «Місто – це не тільки місце розташування будівель та інфраструктури, але й центр культурного та соціального життя». У ньому відображається культурна ідентичність народу, що збережена в традиції та історії. (Джейн Джейкобс, американська журналістка та письменниця [Jacobs, с. 8]).
- «Місто створює умови для формування ідентичності та соціальної належності», воно стає епіцентром перетину, зіткнення різних культур та ідеологічних переконань, де «люди вчаться співіснувати та розвиватися разом» (Єва Марія Гансен, німецький соціолог та культуролог) [Hansen, с. 27].

Для лінгвістів інтерес мають насамперед мовні засоби, що характеризують та описують місто як концепт. «Мова і місто — це дві з найскладніших систем, які створила людина. Мова — це система знаків, що забезпечує комунікацію, а місто — це система знаків, що забезпечує комунікацію в просторі», — слушно зауважує Ян Мілучі, польський мовознавець [3]. Строкату картину лінгвістичного інструментарію створює низка формулювань на кшталт «мова міста», «мовний побут міста», «мовний портрет міста», «лінгвопортрет міста», «мовний образ міста», «мовний міський простір», «лінгвокультурний простір міста», «мова міського колективу», «мова міського соціуму», яким властива «розмитість, семантична

і прагматична дифузність» [Сікора 2016], але які засвідчують увагу до різноаспектного студіювання образу міста в сучасній лінгвістиці. Вивчається лінгвістична специфіка міста, така як лінгвістична ідентичність міста, мовна культура та її особливості в міському просторі, мовні контакти. Науковці також досліджують мовну практику містян, їхні комунікативні стратегії та стилі мовлення.

Як зазначає Г. Сікора, дослідження образу міста може бути реалізоване й через художні та нехудожні тексти про певне місто (твори художньої літератури, мемуаристика, публіцистика, епістолярій тощо) [Сікора 2016]. Такі студії дають змогу виявити концептуально значущі уявлення про місто як соціокультурний та історичний локус й окремі міста, стереотипні уявлення про них, вироблені в концептуальній картині світу й актуалізовані в художній.

Усе це й зумовлює **актуальність нашого дослідження**. Незважаючи на те, що лексико-семантичне поле міста – одне зі змістовно насичених і багатоаспектно інтерпретованих, лінгвістичний аспект цього концепту розкритий недостатньо.

Доволі цікавим є вивчення того, як у літературі твориться образ міста. Цей образ, а також образ містятини був центральним у багатьох творах української літератури класичної і некласичної парадигм, де місто протиставляється селу або є культурним простором: творчість І. Нечуя-Левицького, І. Франка, В. Винниченка, В. Домонтовича, В. Підмогильного, Ю. Андруховича, С. Жадана та інших. Відповідно образ міста та його мешканців постає елементом художньої картини світу загалом та індивідуально-авторської зокрема.

У сучасній лінгвістиці місто як образ, текст і концепт вивчають багато науковців. Відзначаємо передусім розвідки, присвячені творенню художнього простору міста в мові творів окремих письменників чи художній картині світу певного періоду. Так, цікавою є праця Л. Мялковської, в якій зіставлено прозові тексти І. Нечуя-Левицького та В. Підмогильного й висвітлено мовний образ Києва через власні назви-топоніми, а також метонімічне вживання

лексеми *місто* [Мялковська 2021]. Ю. Даниліна, досліджуючи романи С. Жадана, описує концепт МІСТО через топоси Харкова, окремих місць, рідних авторів [Даниліна 2010].

Нерідко концепт міста розглядають у поетичній творчості. Г. Сюта досить докладно дослідила "взаємини" міста й людини в українській лінгвокультурі в контексті поезії ХХ століття [Сюта 2021]. Н. Хомеча описує міський простір Харкова як культурний осередок, коли аналізує прозу та поезію Ю. Андруховича [Хомеча 2010]. Г. Губарева, вивчаючи концепт міста в поетичній картині світу Ю. Андруховича, розглядає його через два художніх виміри: простір міста та містяни [Губарева 2008]. У свою чергу, О. Сенькович, працюючи над поетичними творами Б-І. Антонича, розкриває концепт міста крізь призму мовно-естетичних засобів, демонструючи, як він уписаний в індивідуально-авторську картину світу [Сенькович 2021].

Варто зауважити, що сутність концепту ПАРИЖ також досліджували науковці, але він ще не набув належного висвітлення. Так, І. Плавуцька, розглядаючи концепт ПАРИЖ на матеріалі української мовної картини світу з боку його реалізації в різних дискурсах (науковому, публіцистичному, рекламному, політичному), а також у художніх творах (А. Дмитрук, Ю. Яновського, І. Нечуя-Левицького), виділяє актуальні змістові ознаки для кожного з них. Дослідниця в цілому вирізняє його як «іншокультурний національно-географічний концепт», який виражається на різних етапах формування культурної свідомості за допомогою різних мовних засобів [Плавуцька 2020]. У свою чергу О. Деркачова визначила особливості образу міста Париж у пострадянському літературному просторі, спираючись на матеріали української малої прози. У статті вона дійшла висновку, що в сучасній українській літературі Париж представлений через різні «голоси»: «людину (пост)радянську, невиїзну, сповнену стереотипів; заробітчанина» [Деркачова 2020].

Матеріал нашого дослідження – збірка оповідань «Селфі в Парижі», надрукована видавництвом Старого Лева 2021 року. Вона є продовженням

проєкту "Париж і парижани очима українських авторів". До збірки увійшли тексти сучасних авторів, написані як рецепція особистого перебування в Парижі й цікаві тим, що в них описано й саме місто, і щоденні звички парижан. Мар'яна Савка, Катерина Бабкіна, Ірина Славінська, Ірена Карпа, Андрій Шкіль та інші письменники розкривають таємниці улюблених місць та історій у французькій столиці, діляться особистим досвідом та враженнями від Парижу. Вони не лише подорожують до іншої країни, а й стикаються з інакшим культурним середовищем, місцевими звичками та мовними особливостями. Збірка "Селфі в Парижі" є цікавим матеріалом для лінгвістичного аналізу, особливо в контексті взаємодії між мовами та культурами.

Метою написання роботи є з'ясування особливостей мовної об'єктивації концепту ПАРИЖ в аналізованій збірці. Відповідно до мети, у роботі розв'язуємо низку завдань:

- описати змістову структуру художнього концепту ПАРИЖ і засоби його вираження;
- з'ясувати, у який спосіб письменники актуалізують стереотипні уявлення про місто;
- змодельовати лінгвокультурний типаж «парижани» як етнічно, соціально і гендерно маркований;
- описати засоби та прийоми його творення в текстах авторів.

Об'єкт дослідження – концепт ПАРИЖ. **Предмет** дослідження – мовні засоби й прийоми художньої концептуалізації міста й містян.

Методи дослідження: описовий, контекстуальний, елементи зіставного; концептуального та стилістичного аналізу.

Новизна роботи полягає в тому, що виявлено концептуальні ознаки художнього простору міста Париж, які домінують у текстах збірки, а також змодельовано лінгвокультурний образ містян.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1 Концепт як основний термін лінгвокультурології

Одним із завдань лінгвокультурології є вивчення та опис взаємозв'язків між мовою та культурою, мовою та етносом, мовою та ментальністю. Лінгвокультура уявляється як призма, крізь яку дослідники можуть розглядати матеріальну та духовну ідентичність етносу [Загнітко 2017, с. 45]. Основу категорійного апарату лінгвокультурології становить поняття культурного (лінгвокультурного) концепту.

Ж. Краснобаєва-Чорна визначає поняття концептуалізації «як процес пізнавальної діяльності людини, що полягає в осмисленні інформації, яка надходить до неї», що спричиняє появу концептуальних систем і власне концептів. Дослідниця виокремлює концептуалізацію як явище утворення нових смислів і відшукування відповідей на низку питань, що засвідчують формування нових концептів, оновлення та зміну людиною концептуальних систем [Краснобаєва-Чорна, 2019]. Оскільки категоризація є складником концептуалізації, варто зосередити увагу на цьому понятті. Категоризацією називається процес поділу світів людини (внутрішнього та зовнішнього), на основі чого утворюються нові категорії; упорядкування різноманітних явищ, що зводяться до найменшої кількості значень та угруповань [Ж. Краснобаєва-Чорна, с. 17].

При порівнянні концептуалізації та вербалізації можна стверджувати, що концептуалізація означає перетворення мозком окремих елементів зовнішнього світу. Вербалізація – маніфестація в мові результатів цієї переробки.

Термін «концепт» запозичено з латини: *conceptus* – поняття, від *conspicere* – «збирати, вбирати в себе, утворювати, являти собою». Термінологічний статус концепту почав викристалізовуватися у другій половині 20 століття у зв'язку з розвитком когнітивістики, а згодом лінгвокультурології.

Відповідно на сучасному етапі розвитку лінгвістики існує два основних напрями у вивченні концептів: когнітивний і лінгвокультурологічний, які застосовують аксіологічний, прототипний, семантико-прагматичний, інтегративно-інтерпретативний підходи в їх описові.

За когнітивного підходу досліджуються механізми формування національномовних картин світу крізь призму семантичного наповнення лексем. У цьому випадку концептами вважаються будь-які мовні одиниці, у значенні яких проглядається спосіб семантичного подання. За лінгвокультурологічного підходу до концептів зараховують змістові утворення, позначені лінгвокультурною специфікою, що відображають менталітет мовної особистості певної етнокультури.

У рамках лінгвокультурологічного підходу концепти розглядають як елементи національної лінгвокультури. У контексті цього підходу концепти – сукупність мисленнєвих і поведінкових стереотипів у взаємодії з цінностями й особливостями певної культури [Загнітко, 2017].

Опишемо історію розвитку терміна «концепт» у вітчизняній науці. Концепт є семантичною категорією етнолінгвістики [Bartmiński 2008, с. 21], тому слід детальніше зупинитися на її розвитку.

У сучасній лінгвокультурології мовознавці виділяють декілька напрямів: 1) фразеологічно орієнтований, що охоплює фразеологічні одиниці різних мов та їхній маркований зміст; 2) логіко-лінгвістичний (концептологічний), який характеризується концептуальним аналізом у тій чи іншій культурі на матеріалі текстів різних сфер; 3) лексикографічний, спрямований на укладання довідників та словників, які мають культурний зміст; 4) лінгводидактичний, який вивчає методику викладання іноземної мови з урахуванням культурного розмаїття носіїв різних мов [Селіванова 2008, с. 261].

Значущою одиницею, а також основним терміном лінгвістики та лінгвокультурології є концепт, у сучасному мовознавстві він характеризується як найбільш дискусійний і не має однозначного визначення. До досягнення

цього поняття фіксують два основних підходи: 1) лінгвокультурологічний; 2) лінгвокогнітивний. Лінгвокогнітивного підходу дотримуються такі українські науковці, як В. Жайворонок та І. Голубовська. Мовознавець В. Жайворонок позиціонує концепт як мовну одиницю, що містить узагальнений культурний сенс [Жайворонок, 2007]. За переконанням І. Голубовської, концепт – це набір культурних уявлень про предмет або культурно зумовлене ментальне утворення [Голубовська 2004, с. 108].

За твердженням О. Селіванової, концепт – це «інформаційна структура свідомості», одиниця пам'яті, яка організована певним чином і зберігає відомості про об'єкт пізнання, набуті за допомогою взаємодії свідомого й позасвідомого [Селіванова 2006, с. 257]. А. Загнітко розглядає концепт як «дискретну змістову одиницю колективної свідомості», яка конвертує предмет ідеального або реального явища в національній свідомості та у визначеному вербальному вигляді зберігається в ній» [Загнітко 2017, с. 34]. Концепт корелює із когнітивними процесами, культурним осередком і вербалізується в мові.

І. Голубовська використовує такий термін, як культурні концепти, що зумовлені «культурно детермінованими ментальними утвореннями», які безпосередньо торкаються цінностей, ідеалів, настанов певних етносів, у них відбивається національний характер і світосприйняття. Вирізнення культурних концептів відбувається за умови шести основних принципів: 1) принцип словникової (культурної) розробленості; 2) принцип частотності вживання; 3) принцип високої словотвірної розробленості; 4) принцип поширеності в межах фразеологічних одиниць мови; 5) принцип облігаторності аксіологічної маркованості; 6) їхній "ключовий" характер для духовності певного лінгвокультурного ареалу [Голубовська 2004, с. 41].

Існують три важливі складники культурного концепту, які пропонує дослідниця Н. Венжинович: предметний образ, поняття й цінність [Венжинович 2018, с. 91]. При цьому досить важливим є аксіологічний підхід,

який передбачає дослідження концепту як цінності в культурі будь-якого народу.

За теорією В. Кононенка, студіювання духовно-культурних концептів формується в різних напрямках та аспектах, серед них головне місце посідає лінгвокультурологія [Кононенко 2004, с. 4]. Основним завданням лінгвокультурології є концептуальне осягнення культурних категорій у системі національних образів, що формують світобачення народу.

Необхідно розрізнити такі поняття, як концептосфера та концепт. За визначенням Н. Плотнікової, концептосфера – це фрагмент концептуальної картини світу, «сформований на основі уявлень людини та репрезентований сукупністю одиниць пам'яті (концептів), які групуються за тематичною ознакою». [Плотнікова 2020, с. 92]. Н. Венжинович пропонує дещо інше визначення й називає концептосферу мисленнєвою площиною, що утворюється з концептів, а їхня система складається з перетинів структурних об'єднань груп концептів, що «вибудовують ланцюжки, цикли, які, у свою чергу, розгалужуються, як дерева, конструюються, як поля з центром і та ін.» [Венжинович 2018, с. 87].

І. Штерн подає поняття концепту у своєму словнику як ментальний прообраз. Дослідниця зазначає, що концепт має два аспекти вияву – мовний і психічний. Для психіки концепт – «ідеальне» утворення, образ, який «утілює зумовлені культурою уявлення про світ, постаючи прототипом групи похідних понять»; для мови концепт – утворення, що має назву, ім'я [Штерн 1998, с. 191-194].

Р. Лангакер говорить про таку характеристику концептів, як відсутність чітких меж. Лексична одиниця, яка позначає концепт, не має конкретних обмежень і може позначати цілий перелік взаємозв'язаних смислів [Langacker 1983, с. 163]. Дослідник підкреслює, що концепт за своєю суттю є статичним, а процес концептуалізації завжди динамічний.

Дж. Лакофф зазначає, що базові концепти сприймаються у вигляді метафори, наприклад, час, кількість, причина тощо [Lakoff 1980, с. 196]. Деякі

концепти (сонце, небо) є універсальними, але навіть значення універсальних концептів буде варіюватися залежно від досліджуваної культури і світу, оскільки людина сприймає навколишній світ крізь призму власних поглядів і настанов [Lakoff 1980, с. 198].

Отже, оскільки концепт є ментальним утворенням, окрім віднесеності до предмета, він містить комунікативно значущу інформацію, певні відношення між словами та синтагматичні зв'язки, фіксує лінгвістичну цінність позамовних об'єктів. Проте найбільш важливим у структурі концепту є культурно-етнічний компонент: він полягає у визначенні своєрідності семантики одиниць мови, які його виражають. Це відіграє велику роль у відображенні мовної картини світу його носіїв.

1.2. Поняття лінгвокультурного типажу

Термін «лінгвокультурний типаж» (ЛТ) як вчення про узагальнену мовну особистість у галузі лінгвокультурології почали розвивати порівняно недавно. Але при цьому маємо як термінологічні праці (Т. Сукаленко, А. Загнітко), так і практичні дослідження. Зокрема, описані такі типажі, як «маклер» (І. Змійова), «неформал» (І. Бордуляк), «елітарна мовна особистість» (Є. Санченко), «англійський дивак» (К. Ахтирська), «авантюристка» (А. Русакова), «der deutsche Bürger» (О. Дорошенко), «Aussteiger» (О. Бондарчук) та інші.

Опишемо становлення розуміння лінгвокультурного типажу через погляди на його тлумачення науковців.

За А. Загнітком, лінгвокультурний типаж – це концепт, який «набув ознак типовості, рекурентності, прецедентності та ін. у мовленні» [Загнітко 2017, с. 74]. Цитований автор розглядає цей тип концепту з огляду на національні особливості менталітету.

Дещо по-іншому підходить до розуміння терміна дослідниця Т. Сукаленко й описує лінгвокультурний типаж як певне стереотипне

уявлення про соціальну групу та її мовні особливості [Сукаленко 2019, с. 74]. Виходячи з визначення, можемо дійти висновку, що в дослідженні терміна авторка керується соціально-етнічною рисою. Соціальна домінанта представлена соціокультурними типажамі, вони проєктують соціальні характеристики організації життя та фіксують уявлення про соціальний розподіл суспільства. Етнічна домінанта – це етнокультурні типажі, що відбивають осмислення суспільством етнічних характеристик. Ці терміни допомагають чіткіше висвітлювати сутність зіставлення типажів [Сукаленко 2019, с. 78]. Важливою в описі ознак лінгвокультурного типажу є перевага певної риси, хоча допустима й нейтральність.

За своєю суттю в когнітивному розумінні лінгвокультурний типаж – це особливий концепт, ментальне утворення, у змісті якого виокремлюють такі компоненти, як образний, поняттєвий та ціннісний. Основним у складі цього концепту є типізована особистість [Демиденко 2016, с. 30].

Т. Сукаленко поділяє судження О. Дмитрієвої та пропонує основні принципи виділення лінгвокультурного типажу, представлені певними рисами: соціальний клас, територіальна ознака, подієва ознака, етнокультурна унікальність, трансформованість, пізнаваність, асоціативність, хрестоматійність, знаковість (символічність), яскравість, типовість, прецедентність.

Погоджуючись із думкою Т. Сукаленко, вважаємо за доцільне окреслювати лінгвокультурний типаж за такими рисами: 1) паспорт лінгвокультурного типажу (зовнішній вигляд, одяг, вік, гендерні ознаки, походження, місце проживання й характер житла, сфера діяльності, дозвілля, сімейний стан, оточення, мовні особливості); 2) соціокультурна довідка; 3) дефініційні характеристики; 4) ціннісні характеристики [Сукаленко 2019, с. 81]. Спираючись на вищесказане, можна стверджувати, що методикою окреслення типажу є встановлення певних характеристик, а саме: поняттєві, образно-перцептивні та ціннісні.

Більшість науковців зауважує, що лінгвокультурний типаж за своєю семантикою та набором певних ознак корелює з іншими поняттями: «мовна особистість», «лінгвокультурний портрет» [Коч 2019], «амплуа», «стереотип», «персонаж», «імідж», «модельна особистість» [Сукаленко 2019, с. 80], «роль», «мовленнєвий портрет» [Загнітко 2017, с. 73], а також концепт. З огляду на те що теоретичне розроблення лінгвокультурного типажу моделює *концепти типізованої особистості* (визначення В. Карасика, цит. за: Бондарчук, с. 30), то науковці схильні розглядати їх як різновид концептів (Т. Сукаленко, О. Бондарчук).

Оскільки у визначенні лінгвокультурного типажу є ознака типовості, то цей термін перетинається з питанням національного стереотипу. Явище стереотипу вперше використав журналіст У. Ліппман, який фіксував його як «прийнятий в історичній спільноті зразок сприйняття, фільтрації, інтерпретації інформації при розпізнаванні й впізнанні навколишнього світу», який утворюється, виходячи з попереднього досвіду [Ліппман, 2004]. Існує чимало варіацій формулювання дефініції стереотипу. За О. Селівановою, стереотип – це «елементарне психічне утворення; детермінована соціумом і культурою, упорядкована й фіксована структура свідомості, фрагмент картини світу», який описує результат осмислення дійсності певною спільнотою [Селіванова 2008, с. 287]. Стереотипізація полягає у вилученні людиною із ситуації або певного явища те, що є корисним у відкладанні виробленої реакції, яка використовується в ситуаціях схожого типу.

А. Загнітко визначає стереотип як «сукупність стійких спрощених узагальнень про групу індивідуумів, що дають можливість їх категоризувати і сприймати шаблонно» [Загнітко 2017, с. 73]. Згаданий дослідник порівнює типаж зі стереотипом, але вказує на те, що типаж хоча й становить узагальнення, але має прив'язаність до реальної особистості або до тієї, що існувала колись, на відміну від стереотипу.

Ф. Бацевич пропонує трактувати стереотип як «когнітивно-психологічне утворення, схематизований та однобічний образ явища, людини,

речі тощо», що базується на рисах оцінного характеру, фіксовані як взірцеві для класу речей, явищ тощо; головний чинник картини світу певного етносу [Бацевич 2004, с. 339]. Науковець виокремлює національні, етнічні, гендерні та професійні стереотипи.

Досить важливі спостереження для вивчення стереотипу зробив польський дослідник Є. Бартмінський. Він зазначає, що стереотип – це певне уявлення про предмет, що перебуває в окремих суспільних рамках, описує, чим цей предмет є, як трактується людиною, при цьому таке уявлення відповідає колективному уявленню про світ [Bartmiński 1998, с. 68-84].

А. Загнітко пропонує розрізнити етнічні та національні стереотипи. Як зазначає Ф. Бацевич, національні стереотипи містять нерозчленоване судження, яке позначає групу, етнічну чи національну, у представника якої є певна риса, що зберігає в собі певну оцінку – явну або приховану [Бацевич 2004]. Етнічні стереотипи – усталені поширені уявлення про певну націю, наприклад, про французів: люди, що розуміються на моді та мистецтві, красі; про німців: прискіпливі, дисципліновані, точні; американців: самовпевнені, швидкі, завзяті [Загнітко 2017, с. 107]. Етнічні стереотипи характеризуються такими ознаками, як образність, спрощеність, схематичність, цілісність, оцінність, символічність, суб'єктивність, категоричність, ілюзорність.

Етнічні стереотипи можна поділили ще на дві семантичні групи: автостереотипи та гетеростереотипи. Автостереотипи являють собою певні думки, оцінки або судження, які відносять її представники до цієї спільноти. Автостереотипи виникли на основі розвитку етнічної свідомості, осмислення належності до однієї з етнічних груп. Автостереотипам властива зазвичай позитивна оцінка, на відміну від гетеростереотипів, у яких може домінувати як позитивна, так і негативна аксіологічна спрямованість, залежно від історичного досвіду народів. Гетеростереотипи слід розуміти як комплекс суджень оцінного характеру про інші народи, що формуються представниками певної етнічної групи [Нікон, 2010].

Етнічний стереотип – це ядро, певний набір уявлень про те, як мають виглядати представники народу, про їхню історичну спадщину, спосіб життя. Окрім ядра, є інша частина етнічного стереотипу: це судження стосовно моральних якостей та комунікативних ознак народу [Нікон 2010]. Оцінки цих якостей та ознак різняться через мінливу ситуацію у взаєминах як міжнаціональних, так і міждержавних.

Слід наголосити, що лінгвокультурний типаж є складником національної концептосфери, «який структурує загальноприйняті характеристики окремого типажу особистості, що є найбільш поширеними в тому чи іншому суспільстві» [Русакова 2017, с. 6]. Етнічний чи соціальний стереотип є частиною змісту ЛТ. Водночас важливою характеристикою ЛТ є «можливість конкретизуватися в персонажі художнього твору <...>: наші уявлення про той чи той людський типаж уміщують цей його вид у світ повідомлень про нього, а при цьому стирається межа між фактом і фікцією» [Бондарчук 2016, с. 31].

Отже, лінгвокультурний типаж розуміємо як узагальнене уявлення людини на основі відповідних значущих етнічно, гендерно й соціально специфічних характеристик поведінки людей.

Висновки до розділу 1

Концепт визначають як багатовимірне ментальне утворення, одиницю пам'яті, у якій закладено комплекс знань про пізнаваний об'єкт, а також сукупність знань вербальних та невербальних, що утворилися внаслідок взаємодії певних функцій, свідомого й позасвідомого.

Лінгвокультурний концепт – це багатовимірна мовна одиниця, ментальне утворення, що базується на вивченні процесу пізнання світу, результатів людської діяльності, культури та свідомості.

Керуючись поглядами науковців, визначаємо лінгвокультурний типаж як особливий тип концепту. ЛТ – це стереотипне уявлення про особистість або

соціальну групу, що супроводжується її впізнаваністю завдяки специфічним характеристикам поведінки або зовнішніми ознаками. Це ментальне утворення передбачає у своєму змісті образний, поняттєвий та ціннісний компоненти. В описові типізованої особистості враховують такі риси: соціальний клас, територіальна ознака, подієва ознака, етнокультурна унікальність, трансформованість, пізнаваність, асоціативність, хрестоматійність, знаковість (символічність), яскравість, прецедентність.

РОЗДІЛ 2

ЦІННІСНО-ОБРАЗНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ КОНЦЕПТУ *ПАРИЖ*

Моделюючи концепт ПАРИЖ в українській мовній картині світу ХХ початку ХХІ століття, І. Плавуцька зазначає, що це «багатошарова смислова структура, яка формується цілою низкою структур нижчого рівня», його інтерпретаційне поле виникає на основі стереотипів та індивідуального досвіду, що об'єктивується комплексом мовних засобів в українській лінгвокультурі. Погоджуючись із Н. Кагановською та її класифікацією ментальних одиниць, дослідниця виділяє концепт ПАРИЖ як мезоконцепт, який є ментальним простором ФРАНЦІЇ, що, у свою чергу, є складником концепту ЄВРОПА, а останній – «мегаконцепту ЗАХІД в його географічному, геополітичному, геокультурному розумінні» [Плавуцька 2020].

Дослідниця слушно зауважує, що у різних дискурсах актуалізуються різні ознаки, проте художній літературі притаманне найбільше різноманіття семантико-змістових компонентів концепту "ПАРИЖ", які виявляються у процесі його описування. Таке різноманіття зумовлене унікальним змістом особистого досвіду та знань окремого митця, а також його творчою концепцією [Плавуцька 2020].

У цьому розділі розглянемо, які є змістові компоненти аналізованого концепту та якими мовними засобами вони актуалізовані в дискурсі малої прози збірки «Селфі в Парижі».

2.1. Змістова структура концепту

Як засвідчує аналіз, у текстах малої прози актуалізовані концептуальні ознаки стосуються ціннісного й образного сприйняття Парижа.

В аналізованій збірці художня концептуалізація Парижа обертається навколо змістових ознак, які сягають його усталеного, стереотипного сприйняття, але водночас містять елементи індивідуально-авторського

досвіду. Це сприйняття формується в різних емоційно-оцінних характеристиках.

Ольга Деркачова зазначила у рецензії до збірки, що всі події, висвітлені авторами, обертаються навколо чотирьох вимірів: Париж туристичний, Париж український, Париж французький, Париж власний. Париж виступає як місто, у якому може статися все – від любові до смерті, тут може бути страшно, комфортно, дивно, звичайно, боляче або радісно [Деркачова 2022].

Досить стереотипним та узагальненим є сприйняття Парижа як **міста кохання та романтики**. У текстах збірки доволі часто можна побачити ціннісно-образні характеристики такого типу. Галина Вдовиченко прямо називає Париж метонімічною конструкцією «*локацією кохання, любові...*». Андрій Шкіль вдається до гіперболізації у своїх судженнях, описує Париж не як місто, а як щось масштабніше – цілу країну, що уособлює кохання: «*Париж — місто, країна кохання зі столицею у Монмартрі*» (А. Шкіль) [39, с. 113].

Доволі проакцентованим у досліджуваних текстах постає уявлення про Париж як місто **свободи, рівних можливостей**: «*...в'їзд у Париж вкотре повернув у сні. Сні свободи і безтурботності*» (А. Шкіль) [39, с. 107]; «*Егалітарність тут розсіяна в повітрі, в неї легко повірити*» (І. Славінська) [39, с. 13]. Метафора *розсіяна в повітрі* розкриває всеохопність явища.

Описуючи у своїх текстах сприйняття Парижа, автори позиціонують його як місто **моди, гламуру та вишуканої кухні**. Наприклад, Ірина Славінська вживає оцінний номен *гламурний* до одного з відомих районів: «*...чи в гламурному шістнадцятому окрузі з цією ілюзією легко попрощатися*» [39, с. 13]. Письменниця також фіксує свої смакові відчуття, що передаються крізь призму середовища стилю та витонченості: «*Чи інша пекарня, в якій наймодніші в сезоні тістечка, от кутюр кондитерського мистецтва, про цей заклад пишуть у глянцевиx журналах, місто вишуканої кухні*» [39, с. 12]. Оцінна характеристика *от кутюр*, що зазвичай вживається для означування

високої моди, набуває експресивного забарвлення, позначаючи гастрономічні шедеври.

У вивчених текстах простежується вираження сприйняття Парижа як міста **легкості й безтурботності**. В оповіданні Галини Вдовиченко асоціації з Парижем помітно зіставляються з почуттям розслабленості та спокою: «...в Парижі — локації... розніженості, мистецтва та невимушеної шляхетної краси» (Г. Вдовиченко) [39, с. 38]. Семантика слова *розніженість*, що означає відчуття чутливості, ненапруженості, та оцінного словосполучення *невимушена шляхетність* – благородність, аристократичність – актуалізує розкриття міста під кутом його сприйняття героїнею. Андрій Шкіль говорить про швидке звикання до міста, незважаючи на те, хто є звідки і які має вподобання, що засвідчує легкість сприйняття та прийняття: «**Париж легко приймати**, і він тебе приймає легко, причому кожного без винятку» [39, с. 111].

Доволі логічним є відтворення Парижа як осередка **багатої культурної спадщини**. Лариса Денисенко зауважує, що місцеві люблять свою культуру і пишаються нею, бо добре володіють знаннями про свою спадщину; вони цікавляться сучасними видами мистецтва та розвивають його: «Вони (французи) дуже пишаються своєю культурою» [39, с. 119]. Олена Чернінька вдається до згадки про культурний осередок, акцентує на його помпезності: «**Гран-Рекс — найбільший кінотеатр Парижа та Європи, з розкішним залом на 2650 місць, із ложами, балконами, із мерехтливими зірками на стелі та м'якими зручними кріслами із червоної шкіри**» [39, с. 39]. На величність будівлі вказує прикметник у найвищому ступені порівняння *найбільший*, що входить до описової конструкції й увиразнює статус кінотеатру не лише для одного міста, але й для всієї Європи; оцінну функцію виконує також експресивний прикметник *розкішний*.

Подекуди автори в текстах збірки формують певне стереотипне уявлення про місто, його зовнішній вигляд, атмосферу, містян. Париж постає як місто ідеалізоване. Наприклад: «**Париж завжди є святом**» (А. Шкіль) –

прислівник *завжди* об'єктивує захоплене, піднесене сприйняття міста [39, с. 113]. Проте Ірина Славінська вдається до деконструкції стереотипів, заперечення чужого ідеального міста. Вона зображує буденність реального життя, коли місто стає близьким, як людина: *«Париж — не ідеальне місто. Настільки не ідеальне, наскільки не ідеальним є будь-яке інше місто. Настільки не ідеальне, наскільки не ідеальною є найближча людина»* [39, с. 13]. Пройнявшись особистим досвідом, авторка зауважує на буденності реалій, на звичайних подіях, у яких вирує життя людини. Водночас це заперечення зміщується, актуалізуючи сему «близькості, рідності»: воно таке, як найближча людина.

У конструюванні «Парижа власного» проглядається **образ недосяжної мрії**. Мар'яна Савка позиціонує Париж як місто, про яке можна лише мріяти і куди вона конче хоче потрапити: *«Але я хочу в Париж»* [39, с. 29]. Проте вона не може повірити, що це станеться, тому часом втрачає надію: *«Ейфелева вежа залишиться брелком»* [39, с. 30]. У цьому контексті вбачаємо авторську самоіронію щодо нездійсненності мрії: Ейфелева вежа як узагальнений символ омріяного Парижа «оречевлюється» (натяк на традиційний паризький презент).

Словосполучення з присвійним займенником *мій Париж* виражає індивідуальний досвід сприйняття міста: *«Саме тому мій Париж звучить і українським голосом»* (І. Славінська) [39, с. 5]. Якщо звернутися до передмови підрозділу, у цій цитаті актуалізовано «Париж український», той, що пов'язаний з українськими заробітчанами, емігрантами, туристами і яким він постає в їхньому світосприйнятті.

Природа текстів зумовлена не просто описом міста, але й його сприйняттям, наприклад, через споглядання каналів. Він перетинається з «Парижем туристичним», хоча передає й індивідуальне бачення свого міста. Ірина Славінська зосереджує увагу на географічному сприйнятті міста через канали, якими треба прогулятися, щоб розгледіти Париж через його краєвиди: *«А прогулянка паризькими каналами відкриває новий ракурс погляду на карту*

й *траєкторії вулиць Парижа*» [39, с. 11]. І в інших авторів виникає таке відчуття від візуального образу певних місць: «*У мене з'явилася залежність від каналу: я мусів кожного приїзду переконатися, що Сен-Мартан на місці*» (А. Шкіль) – за допомогою абстрактного іменника *залежність* передається суб'єктивне враження від споглядання краси, захоплення [39, с. 110].

Оскільки герої оповідань і самі автори проживають свої історії та власний досвід у місті: хтось подорожує, хтось живе, хтось відпочиває, хтось навчається, – у кожного формуються свої смаки, погляди, уподобання стосовно локацій, про які йдеться в текстах. Саме тому в деяких авторів згадано менш відомі, нетуристичні локуси: «*Ресторан на рю Ляфаст, устриці із Сан Мальо — добре місце перевести дух утікачеві.*» (А. Шкіль) [39, с. 111].

Образний складник міста оприявнений кількома метафоричними моделями.

У тексті Галини Вдовиченко простежується концептуалізація міста через метафору *місто – людина*: «*Париж любить наслухати кроки, він саме так запрошує до знайомства — ходити, блукати, швендяти містом до втоми*» [39, с. 84]. У цій метафорі місто описується як сутність, яка може «любити», «запрошувати до знайомства», «слухати» і яка має здатність «втомлювати». Це формує уявлення про місто як про людину зі своїми потребами та характером. Описуючи місто як живу істоту, авторка відображає ідею того, що місто не є просто набором будівель та місць, а має власну атмосферу, яку можна відчутти, перебуваючи в ньому (як настрій людини). Варто зауважити, що ампліфікаційний ряд дієслів *ходити, блукати, швендяти* підпорядкований вираженню такого сприйняття міста: *блукати* й розмовне *швендяти*, увиразнене обставиною *міри до втоми* (тобто ходити, змінюючи напрям, без певної мети) передають емоційно-експресивну оцінку бажання пізнавати місто.

В окремих творах виявляємо перенесення, що засвідчують сферу антропоморфних значень, зв'язок між навколишнім світом та тілом людини,

місто – живий організм. У тексті Андрія Шкіля використовується метафора, у якій місто порівнюється із живим організмом, а метро – з його нутрощами. Ця метафора показує сприйняття міста як складної системи, що працює як єдиний організм, де кожен елемент важливий для правильної його роботи. Перебуваючи в метро, людина отримує можливість дізнатися більше про внутрішній світ міста, про його сутність та існування як багатогранного конструкту. Така метафора відбиває також сприйняття міста як живого організму, який може зазнавати різних станів, змінюватися та розвиватися: «*А зовсім у ньому — це у метро. Пізнання Парижа зсередини, подорожуючи його нутрощами*» [39, с. 111].

Аналізуючи тексти збірки, ми помітили актуалізацію концептуальної метафори *місто – хвороба*. В оповіданні Андрія Шкіля місто порівнюється з хворобою, яка «*має свої назви і діагнози*» [39, с. 105]. Ця метафора передає стан захоплення містом, яке постійно вабить, не відпускає. Образний складник міста також передано просторовою метафорою, зокрема моделлю *місто – дім*. У тексті автор уживає вислів «*Париж є твоїм домом*», що метафорично відбиває сприйняття міста як місця, де почуваєшся комфортно та затишно, як у родинному гнізді: «*Відчуття, що Париж є твоїм домом, з'являється не тоді, коли йдеш від буланжері додів із гарячим багетом, ... а тоді, коли показуєш місто приїжджим — і їхні очі підтверджують, що воно твоє...*» [39, с. 112]. Місто справді *своє* для ліричного героя, але для гостей, котрим той показує Париж, воно не звичне, не звичайне, бо вони приїжджі, тобто чужі для цього міста.

Отже, ціннісно-образне сприйняття міста пов'язане з уявленням про його культурну й історичну величність та переживанням особистісного досвіду його пізнання, що художньо об'єктивується різними концептуальними метафорами.

2.2. Мовні засоби вираження концепту

Ядром номінативного поля досліджуваного концепту є сама назва міста – *Париж*. Але, як можна помітити, часто топонім увиразнено в тексті прикметниками (вони належать до приядерної зони), що передають суб'єктивну авторську оцінку, і вона очікувано позитивна: «*Красивезний, статечний, поміркований... Париж!*» (О. Чернінька) [39, с. 37]. У контексті прикметники містять загальну естетичну оцінку міста, описують його зовнішній вигляд. Прикметник *красивезний*, у семантику якого суфікс *-езн-* вносить ознаку експресивності, вербалізує особливе сприйняття – захоплення – оповідачкою міста; прикметник *статечний* – це акцент на враження від статусу міста, його заможності; *поміркований* передає значення «розважливий, той, який керується своїми поглядами, компромісний». Таке ж захоплення містом передають параметричні прикметники, що вказують на його масштабність і велич: «*Париж — він велетенський і величний*» (М. Савка) [39, с. 36]. Слово *велетенський* за своєю семантикою є експресивним, воно описує уявний розмір міста, що зафіксувався за першого знайомства; «*величний*» розкриває захопленість містом, викликає почуття піднесеності у ставленні до нього.

Прикметники *лагідний, привітний* формують суб'єктивну оцінку сприйняття ранків у місті, тим самим дають позитивну характеристику й самому містові: «*Наступний ранок був лагідний і привітний. Хіба ж він буває іншим у Парижі?..*» (О. Чернінька) [39, с. 45].

Пейзажна замальовка міських вулиць теж показова: «*...безлюдний прекрасний Париж, перекреслений запорошеними спорожнілими вулицями*» (Г. Вдовиченко) [39, с. 87]. Загальнооцінна характеристика *прекрасний* передає особливо захоплене ставлення героїні до вечірнього міста, «геометрію» образу якого формує метафоричне означення *перекреслений вулицями*.

Периферія поля концепту – це образні номени. Показовими в текстах є перифрази, що втілюють враження авторів від міста, деякі з них можуть бути

типові, стереотипні, а деякі суто індивідуальні, що демонструють суб'єктивний досвід пізнання міста персонажем або автором-оповідачем. Розгляньмо описові номінації Парижа.

- **«Найпрекрасніше місто у світі»** (Г. Вдовиченко) – цей перифраз має найбільш узагальнене значення [39, с. 83]. Для героїні Париж є найкращим містом із погляду на те, скільки приємного сталося з нею саме там, вона описує місто прикметником *найпрекрасніше*, у найвищому ступені порівняння, що увиразнює цю захопленість.

- **«Вічне місто»** (Г. Вдовиченко) – традиційним перифразом названо Париж із погляду на його культурну значущість, невмирущу красу локацій, що будуть завжди захоплювати [39, с. 97].

- **«Місто королів»** (М. Савка) – осягнення авторкою міста як чогось величного, могутнього, де колись була резиденція королів [39, с. 36].

- **«Місто свободи та любові»** (О. Чернінька) – цей перифраз формує у героїні висновки про місто після того, як вона побувала в ньому, в її світобаченні зафіксувалися асоціації зі свободою вибору та духом любові [39, с. 44].

- **«Місто омріяної свободи у неволі»** (А. Шкіль) [39, с. 106]. Якщо описаний вище перифраз передає стереотипне уявлення про місто багатьох людей, то наведений контекст буде мати риси індивідуально-авторського сприйняття, переданого оксимороном. Андрій Шкіль бачить місто крізь призму своїх обставин, він прибуває в Париж у кайданках, але все одно називає його містом свободи.

- **«Місто снів»** (А. Шкіль) – бачення міста як чогось омріяного, бажаного, що може лише наснитися [39, с. 106].

- Галина Вдовиченко формулює за своїм сприйняттям узагальнену характеристику, що тяжіє до афористичності: *«...в Парижі — локації кохання, любові, свободи, розніженості, мистецтва та невимушеної шляхетної краси»* [39, с. 38].

Як можна помітити, перифрази мають схожу структуру: стрижневим є слово *місто*, до якого додається іменник у родовому відмінку, що метонімічно позначає відповідну характеристику. Але перифрази переважно є складними словосполученнями, у яких поєднано кілька характеристик.

Концептуальні ознаки об'єктивуються не лише іменем концепту, а й за допомогою «назв визначних пам'яток історії і архітектури, знакових міських локацій на кшталт гідрооб'єктів, назв відомих торгових марок, різноманітних артефактів тощо» [Плавуцька, 2020]. Міські топоси доволі часто увиразнюють образ міста. Майже в кожному оповіданні можна побачити назви відомих паризьких місць. Вони викликають певну асоціацію, слугують своєрідним якорем для людей, що перебувають у ньому або лише планують відвідати і бачать його на світлинах.

Найупізнаванішим символом Парижа є **Ейфелева вежа**. У тексті Ірени Карпи простежуємо символічність споруди, що відображає місце, культуру та значення її як світового культурного надбання: «*Утім, це не завадило їй через кілька годин кривлятися перед канонічною **Ейфелевою вежею**, зображаючи непідробну романтику*» [39, с. 55]. Ейфелеву вежу описано прикметником *канонічна*, що дає зрозуміти її в свідомості оповідача як щось загальновизнане, святе, значне для суспільства. Проте повністю контекст можна сприймати як іронічний (*кривлятися перед вежею, зображаючи непідробну романтику*), він підкреслює неправдоподібність та несерйозність ситуації.

Деякі контексти апелюють до самої назви збірки «Селфі в Парижі». Оскільки Ейфелева вежа в сприйнятті туриста постає як фотооб'єкт та об'єкт візуальної насолоди, нерідко автори розповідають про вежу в об'єктиві камер подорожніх: «*На завершення зйомок **Ейфелева вежа** мала з'явитись у вікні вагона метро...*» (О. Чернінька) [39, с. 46]; «*Якось зранку він розбудив мене, либонь, о шостій і **потяг фотографуватися на тлі вежі***» (К. Бабкіна) – дієслово *потяг* вказує на оцінне значення, має сему примусу, небажання робити те, до чого закликають [39, с. 73]. У тексті Олени Чернінької бачимо розповідь про дівчат, котрі спеціально приїхали знімати кліп на фоні

архітектурної споруди Парижа: «*Анна приїхала вчасно, і наша гомінлива трійця полетіла шукати Ейфелеву вежу — майже головну героїню музичного відео на пісню Марти*» [39, с. 45]. Помічаємо вживання дієслова *полетіла* з семантикою динаміки, стрімкого руху, що додає емоційної оцінки радісного пошуку потрібного місця. Гіперболізується й саме значення вежі у зйомках через словосполучення *головна героїня*. Відповідно, назву можна потрактувати як таку, що розвиває символічне значення здійснення мрії, але в кожній історії цей узагальнений зміст набуває суб'єктивного переживання досвіду пізнання міста.

Подекуди асоціації з найвідомішою архітектурною пам'яткою Парижа та її візуальним образом є досить стереотипними. Мар'яна Савка й наголошує на розбіжності між очікуваним та реальним: «*Щонайменше одного — демона страху ніколи не побачити Ейфелеву вежу. Я її побачила. Не скажу, що вона мене вразила — я подумала, що це не вона. А її маленька копія*» [39, с. 35]. Постає опозиція у фразях *страх ніколи не побачити Ейфелеву вежу* та *я її побачила*, що підкреслює важливість побачити бажаний об'єкт омріяного міста та показує здійснення неможливого. У заперечній конструкції *не скажу* спостерігаємо неоднозначність вражень від побаченого, що продовжується фразою *я подумала, що це не вона*. Знаходимо іронічний підтекст у перифразі *маленька копія*, він полягає у незначності та несподіваності від омріяного архітектурного об'єкта.

Безперечно, визначним туристичним місцем у Парижі є **собор Паризької Богоматері (Нотр-Дам-де-Парі)**. Деякі автори згадують його, зокрема враження від будівлі окреслює Мар'яна Савка в монологі зі щоденником: «*ЩО, уяви — я бачила Нотр-Дам! Це щось незвичайне! Поезія, втілена в камінь!*» [39, с. 36]. У цьому контексті простежуємо особливе захоплення собором, закладене в прикметнику *незвичайне*. Доповнюється емоційність перифразом *поезія, втілена в камінь*, який наголошує, що Нотр-Дам вишукано красивий. Таким чином, перифраз підкреслює: собор не просто кам'яна споруда, а символ краси, мистецтва і творчості. Крім того, така метафора може

вказувати на те, що велич будівлі вражає так само сильно, як і вірші, які мають здатність передавати емоції через слово.

В описах міста також згадуються **річка Сена, мости, канали, острови**. Андрій Шкіль розгортає топос міста в художньому описі річки Сени, її розташуванні, вона *«неспішно обтікає колони мосту»*, він позиціонує її як *«причину створення міста»*, називає її *«паризька річка, оспівана й уславлена, гідно розтинає місто, прикрашене намистами мостів, перевозить сотні тисяч туристів на плечах своїх бато, а за містом — сільська і широка, із мальовничими берегами»* [39, с. 112]. Розлога образна замальовка річки об'єднує кілька тропів: епітети *оспівана й уславлена* розкривають семантику впізнаваності в міському ландшафті, позначають її як *паризьку*; метафорична конструкція *місто, прикрашене намистами мостів* дозволяє зобразити його як щось витончене, мистецьки красиве. Також художній образ величі річки як основи міського ландшафту увиразнюють метафори *гідно розтинає, перевозить на плечах*. Епітети *сільська і широка* допомагають передати сприйняття річки з іншого боку, коли вона є вже за межами міста.

Мар'яна Савка згадує Сену як місце рефлексії, куди вона мріє потрапити, щоб відкинути всі погані думки: *«Зібрати всіх своїх демонів, завезти їх у Париж, втопити у Сені»* [39, с. 29]. Слово *демони* тут є метафоричним, воно символізує внутрішні проблеми ліричної героїні, конфлікти із самою собою, яких оповідачка хоче позбутися. Простежуємо градацію в послідовному нагромадженні інфінітивних форм доконаного виду на позначення абстрактної дії. Ці дієслова певним чином додають експресивного забарвлення контексту, вказуючи на рішучість героїні.

Згадка про острів увиразнює локус міста в Ірини Славінської: *«За два квартали по азимуту — острів Сіте, кораблик, колиска Парижа»* [39, с. 106]. Художнє зображення острова постає через метафору за схожістю *кораблик* (острів за формою візуально схожий на кораблик) і перифраз *колиска Парижа*, що передає його важливість для Парижа та Франції в цілому.

У творенні образу міста Андрія Шкіля простежується вираження суб'єктивного сприйняття через певну локацію – міст, який розгорнув перед автором весь Париж: *«Я доторкнувся до Парижа на мості Конкорд»* [39, с. 108]. Ужите в переносному значенні дієслово *доторкнутися* передає захопленість містом, автор не фізично доторкнувся до нього, а відчув його ауру, бачачи панорамну картину.

Топос міста представлений і **площами, вулицями**. Пишучи про Париж, Галина Вдовиченко згадує основні його географічні точки, через які постає цілісний образ міста. Авторка підкреслено конкретизує локації подій: *«вулиця Бак, авеню Монтень, бульвар Кліші, площа Данкур, Булонський ліс, вулиця Пуатьє, бульвар Сен-Жермен, вулиця Кюжа, площа Згоди, площа Альма, вулиця де Лілль, Вандомська площа, вулиця Пон-Руаяль...»* [39, с. 96], – ніби нанизуючи намистинки для створення коралів. Захоплення локацією міста описує Андрій Шкіль, уживаючи фразеологізм: *«Не думав, що моя перша висадка на площі Конкорд і коротка подорож однойменним мостом так западе у пам'ять»* [39, с. 106].

Важливими для творення образу міста є описи відомих **бульварів і садів**. Ірина Славінська, зокрема, подає характеристику саду як місця для відпочинку парижан і туристів: *«Ми щойно сиділи в Люксембурзькому саду, де випили по келиху шампанського на аперитив і пішли в кондитерську дорогою до квартири друзів»* [39, с. 6].

Чільне місце у творенні концепту Парижа посідають згадки про **магазини** та **бутики**, що становлять складову моди та стилю. У тексті Олени Чернінської бачимо особливу увагу до магазинів, але не тільки як спосіб придбати собі модні речі, а й порадувати рідних і себе різними дрібницями: *«А наступного дня був шопінг. І це вже майже інтимна історія. Галерея Лафайєт, бутіки, примірочні, щасливі зойки, сувеніри для рідних і друзів й ще ціла низка приємних дрібниць...»* [39, с. 48]. Шопінг у цьому контексті набуває значення чогось дуже особистого та приємного, це закладено у словосполученні *інтимна*

історія, воно передає ставлення оповідачки до процесу відвідування кожного з перелічених місць.

Простежується згадка про **ринок** як типову, але головну локацію місцевого населення. Ірина Славінська виокремлює місця, які є не такими популярними для туристів, але вкрай важливі й традиційні для місцевих жителів: *«Головне — це **блошиний ринок**, де на ятках можна поторгуватися за меблі доби Луї XVI...»* [39, с. 12].

Усім відомо, що Париж славиться випічкою та десертами. Ірина Славінська описує **кав'ярні** та **пекарні** як головні осередки міста. Авторка акцентує увагу на значенні таких об'єктів в осягненні міста та формуванні міської ідентичності, вони допомагають розкрити феномен способу життя містян: *«Наприклад те, що головне — не в центрі. Головне — це **пекарня** на першому поверсі будинку, де ти живеш, і в якій найкращі на районі круасани... Чи **інша пекарня**, в якій наймодніші в сезоні тістечка, от кутюр кондитерського мистецтва...»* [39, с. 12]. Експресивність сприйняття міста створюється через перенесення метафори «мода» на кулінарію міста (*наймодніші тістечка, от кутюр*).

Аналізуючи матеріал, ми звернули увагу на назви **історичних пам'яток, музеїв**. Згадка Іриною Славінською про один із найбільших художніх музеїв – своєрідний акцент на визначне місце Парижа, яке оприявнює його художньо-естетичний бік: *«Наприклад, у **Лувр** під час святкового параду 14 липня: поки на Єлисейських полях марширують — у музеї порожньо, й улюблені картини можна роздивитися без натовпів»* [39, с. 10].

Описані вище топоніми стають центром рефлексій, точкою розгортання суб'єктивних вражень авторів. Відповідно назви впізнаваного міського ландшафту, архітектури, топоніміки теж супроводжуювані оцінними номенами.

Досить цікаво окреслено загальні враження від перебування в Парижі Оленою Чернінською: *«Саме такими є мої відчуття в Парижі, де відпочиваю душею, не збавляючи темпу руху тіла та відкриваючи широкий люфт до поглинання смачнющих ароматів, романтичних звуків і естетичних*

зображень» [39, с. 38]. Авторка вживає сталий вислів *відпочивати душею*, який має значення душевного спокою, урівноваження (у цьому випадку – містом) душевних коливань. У відокремленій обставині способу дії простежуємо паралельний опис дій, які підкреслюють насолоду від охоплення почуттів, про які йдеться у контексті. Спостерігаємо поєднання двох різних відчуттів – смаку та запаху у фразі *смачнючих ароматів*, що, імовірно, вживається для підсилення враження, крім того, прикметник *смачнючих* має безвідносний ступінь та передає експресивність викладу. Розкриття вражень відбувається також через оцінні прикметники, що описують осягнення навколишнього органами чуття (*романтичних звуків*), та сприйняття зовнішньої картини зором (*естетичних зображень*). Таким чином авторка поєднує зорові, запахові, смакові ознаки, додаючи експресії ще й за допомогою відчуття руху.

Розглянемо образні засоби втілення концепту.

Метафора. У творенні образу міста Олена Чернінька послуговується засобом метафоризації, передаючи смакову насолоду від круасана – «амбасадора» Парижа. Це відчуття передано трансформованим сталим висловом *метелики в животі*, що має семантику закоханості, збудження, задоволення, радості, щастя: *«Тут поволі п'єш каву і поволі кусаєш круасан, всотуючи його смак кожним рецептором окремо, аби достоту насолодитися перебуванням в аурі метеликів, які раптово всією навалою вилітають із твого живота...»* [39, с. 38]. Відбувається розгортання образу через деталізацію процесу та уявлення про ситуацію у повторах *поволі п'єш каву, поволі кусаєш круасан*. Допомагає краще передати відчуття та емоції конструкція *«метелики, які раптово всією навалою вилітають із твого живота»*. У ній закладено поняття найвищого рівня насолоди.

Порівняння. Зустріч із містом у Олени Чернінької порівнюється з першим побаченням, викликаючи душевний трепет, піднесені почуття:

«Місто, яке можна роздивлятись вічно, і щоразу при зустрічі мліти від щастя, як від першого романтичного побачення....» [39, с. 37].

Авторка ще зіставляє місто із життям, бо за своєю архітектурою і, швидше за все, круговертю різних подій та динамічністю Париж і є життям: *«І ми полетіли в Париж, місто, вибудоване колами, як саме життя»* [39, с. 39]. Відбувається розкриття образу Парижа від конкретного – *місто, вибудоване колами*, до абстрактного – *як саме життя*.

Далі спостерігаємо почуття авторки до міста, що конкретизуються через дію: *«Та уявіть собі, що любити Париж можна й стрімко, тиражуючи пригоду за пригодою так швидко, наче летиш-иш на кольоровому самокаті безкінечними вервечками вулиць, площ, скверів»* [39, с. 38]. Підрядна порівняльна конструкція конкретизує ситуацію через асоціацію почуттів, гіперболізуючи їх. Крім того, інтонаційне виділення, емпфаза у слові *летиш-иш* підсилює асоціацію з відчуттям швидкості та підкреслює особливості цього самоката та його руху по вулицях Парижа, і рух цей може бути наповнений не лише швидкістю, але й пригодами.

Метонімія. Метонімію, що має значення місця, простежуємо у мові твору Галини Вдовиченко. Париж постає як сукупний образ містян: *«Париж має здоровий апетит. Париж і вікон не затуляє... Панування безоглядної інтимності»* [39, с. 85]. Образні конструкції *має здоровий апетит, вікон не затуляє* характеризують сутність атмосфери міста та його людей – розкутість, відкритість.

Андрій Шкіль передає почуття проникнення Парижа буквально крізь шкіру, що свідчить про всеохопність цих почуттів: *«Кожен визначає рівень проникнення Парижа у цикл Кребса собі сам. У мене він проник разом із натертими часником ескарго із мюскаде навпроти Еколь Мілітер»* [39, с. 110]. Цикл Кребса – це біологічний термін, пов'язаний із певними процесами в клітинах людського організму, але автор актуалізує його для передачі глибини власного відчуття міста.

Гіпербола. У мові твору Лариси Денисенко можна помітити посилення ідеї про величезний розмір Парижа й навмисне перебільшення труднощів, із якими стикається людина, намагаючись знайти своє місце в цьому мегаполісі: *«Бо Париж **таке велике місто**, в ньому **так багато людей**, так багато різних людей, але **так важко знайти свою людину**, своє місце, свого Бога, що він, можливо, ховається в поезії метрополітену або ж у смаженому каштані, якого зараз хтось їсть»* [39, с. 133]. Простежуємо повторення однотипних предикативних частин із обставиною міри, яка підсилює ознаку кількості. Актуалізація концепту відбувається й через протиставлення «свій – чужий»: *«так багато людей, але так важко знайти **свою людину**»*. Слід звернути увагу на метафору, де йдеться про поезію метрополітену (висока експресія) і смажений каштан, якого хтось їсть (приземлене зображення). Лірична героїня не просто шукає в мегаполісі *свою людину*, вона хоче знайти *свого Бога*, тобто щось справді неочікуване. Більше того, у контексті простежується градація від гіперболи, коли Бог сприймається як найвищий ідеал, до літоти – смаженого каштана.

Концептуально значущим для розуміння образу Парижа є назва оповідання Андрія Шкіля *«Місто зі снів: **парижність** як ознака хвороби»*. Автор уживає новотвір ***парижність***, який і передає індивідуальність сприйняття міста: потрапивши сюди, ти захворієш ним, захочеш або приїхати ще раз, або залишитися тут назавжди. .

У текстах збірки простежується актуалізація концепту ПАРИЖ через апелювання до художніх творів та кінофільмів. Для розуміння поняття варто пояснити тлумачення прецедентного феномена. О. Селіванова визначає його як «компонент знань, позначення та зміст якого добре відомі представникам певної етнокультурної спільноти, актуальний і використаний у когнітивному й комунікативному плані». Дослідниця тлумачить прецедентний феномен як сферу культурно-мовного розуміння [Селіванова, 2009].

Насиченість тексту прецедентними одиницями спостерігається в оповіданні Ірини Славінської, яка апелює до художніх творів. Можемо навести

такі контексти: *«Звичайно, Notre-Dame — це про Віктора Гюго та підліткові спогади про те, який роман певний час був улюбленим»* [39, с. 8]. Згадка про роман – це той образ пам'ятки й міста загалом, який сформувався під час читання в юності. Згадується й роман Еміля Золя *«Здобич»*: *«про стосунки молодої жінки з власним тілом, але не без ноток авантурної історії про махінації будівельного бізнесу»*, який пов'язаний з образом французької жінки і загалом народу, із показом його розкутості та легкого авантюризму [39, с. 9].

Окремі локації міста авторка пов'язує з досвідом, перейнятим через героїв певних творів. Вони лишили в її уяві свої асоціації: *«Площу Бастилії та паризькі привокзальні кафешки мені тепер важко уявити не крізь призму погляду Антоні — героя роману Ніколя Матьє «Діти їхні». Дієслово уявити має значення сприйняття, допомагає чіткіше описати думки оповідача, а разом із прислівником важко ситуація переміщується із прочитаного колись тексту на безпосереднє враження оповідачки. «В книжці Мартен-Люган про дівчину Яель я, здається, впізнаю бар на Сан-Поль, де ми колись вечеряли з друзями»* [39, с. 9]. У героїні виникає відчуття знайомого місця, про яке йшлося в книзі, проте точно його згадати вона не може. Вставне слово *здається* й передає семантику невпевненості,

У Галини Вдовиченко героїня вдається до перебільшення. За його допомогою вона передає силу свого захоплення і сприйняття міста: *«Франсуаза Саган називала Париж найпрекраснішим містом у світі»* [39, с. 83].

Автори звертаються також і до сфери кіно, де так чи інакше відбиваються риси міста. Візуалізується картина із фільму, яка ще з дитинства вклала у свідомість авторки певні уявлення про місто: *«Квартал довкола бульвару Османн — це і старий фільм про «людину з бульвару Капуцинів», який бачила в дитинстві...»* (І. Славінська) [39, с. 9].

В Олени Чернінької, наприклад, виникає асоціація з особистим досвідом, подією в Парижі, яка відсилає її до кіно: *«Марта згадала якийсь*

старий французький фільм з Венсаном Касселем. Його герой ховав ключ від квартири у поштову скриньку» [39, с. 41].

Андрій Шкіль, перебуваючи в певному місці Парижа, згадує картину з фільму, де воно є показовим: *«Тому прогулянка на човнику є цікавою. На каналі Сен-Мартан мешкав герой Сицилійського клану, якого зіграв Жан Габен, і переховував він героя, котрого зіграв Делон, у своєму будинку, що й досі є...»* [39, с. 112].

Згадані фільми конструюють сприйняття міста як туристичного простору: *«Проте для ширшої прогулянкової географії точно краще подивитися «La Traversée de Paris» з Габеном і Бурвілем, а не новодели»* (І. Славінська) [39, с. 9]. Такі відсилання формують стереотипне уявлення, яке подекуди важко подолати, хіба відчутти самотійно або побачити на власні очі.

Досить цікавим є заголовок оповідання Ірини Славінської *«Не наступайте»*. Він є алюзивним. Простежується певна інтрига, яка ховається за цією назвою: що має на увазі авторка, із чим пов'язана така логіка назви твору. На початку оповідання ця фраза згадується вперше з указівкою на її походження: *«Не наступайте на любов. Такі слова написані біля ескалатора на станції метро «Alésia»...»*. У згаданому контексті авторка робить, так би мовити, відсилку до паризького метро, вказуючи конкретну станцію. Водночас є невпевненість у тому, що такий надпис справді існує: *«А може, ті слова в метро й не написані, ніколи не були написані, але все ж таки написані — тому що так є в поезії»*. Таким чином Ірина Славінська творить своє бачення міста через цю фразу, реальну чи вигадану: *«Є такі міста, про які говорить і об'єктивна реальність, і та реальність рукотворна — створена в мистецтві»* [39, с. 5].

Отже, у ході аналізу було з'ясовано, що в художній об'єктивації концепту на перший план виступають ціннісні й образно-перцептивний складники.

Висновки до розділу 2

У мові досліджуваних творів змістова структура концепту Париж представлена такими ціннісними ознаками: місто кохання та романтики; місто свободи та рівних можливостей; місто моди; гламуру та вишуканої кухні; місто легкості й безтурботності; осередок багатой культурної спадщини. Було з'ясовано, що в текстах є такі метафоричні моделі, котрі формують образний складник міста: *місто – людина, місто – живий організм, місто – хвороба, місто – дім.*

В аналізованій збірці концепт ПАРИЖ більшою мірою вербалізується мовними засобами, які увиразнюють суб'єктивне, індивідуально-авторське сприйняття образу міста. Оцінні прикметники вказують на візуальне бачення міста, його масштаб. Велику роль в актуалізації вражень від Парижа відіграють перифрази: «Найпрекрасніше місто у світі», «Вічне місто», «Місто королів», «Місто свободи та любові», «Місто омріяної свободи у неволі», «Місто снів». Концептуальні ознаки відтворюються й завдяки назвам впізнаваних об'єктів (Ейфелева вежа, собор Паризької Богоматері, річка Сена, мости, канали, острови, бульвари, сади, магазини, бутики, ринок, кав'ярні, пекарні, історичні пам'ятки, музеї). Передусім образ міста розгортають художні засоби, вжиті у текстах, що підкреслюють суб'єктивне враження оповідача (метафори, порівняння, метонімії, гіперболи).

Моделювання концепту Париж відбувається й через прецедентні одиниці. Простежуємо переважання згадки фрагментів із художніх творів та кінофільмів, зокрема у мові Ірини Славінської.

РОЗДІЛ 3

ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ ТИПАЖ *ПАРИЖАНИ*

Важливим для опису ЛТ є тексти художньої літератури, у яких вони постають продуктом творчої уяви митця: «Змальовані художні образи, з одного боку, відбивають типові уявлення епохи, а, з іншого, – є джерелом формування узагальнених характеристик типажів певного історичного періоду, соціуму» [Сукаленко, с. 96]. У складі ЛТ виділяють образний, поняттєвий та ціннісний компоненти, що передбачають опис за такими аспектами: 1) «паспорт ЛТ», який містить ознаки зовнішнього вигляду, опис одягу, вікові й гендерні характеристики, інформацію про походження, місце проживання з характером житла, сферу діяльності, особливості дозвілля, сімейний стан, оточення, мовні особливості; 2) соціокультурний контекст; 3) «дефініційні характеристики»; 4) «ціннісні характеристики» [Сукаленко, с. 81].

В аналізованій збірці «Селфі в Парижі» простежуємо не всі названі аспекти, за якими можна змоделювати лінгвокультурний типаж *ПАРИЖАНИ*. Відповідно зосереджуємося на найбільш показових художніх контекстах, у яких описано зовнішність та поведінку містян. Найважливішими вважаємо авторські контексти, що увиразнюють ціннісні характеристики парижан. У виділеному типажі поєднано гетеростереотипи про французів й уявлення про мешканців столиці, сформовані внаслідок спостережень за ними. Якщо перші фіксують етнічно марковану домінанту в ньому, то другі соціальну. Водночас відзначаємо гендерно зумовлені риси в утіленні образів французів.

3.1. Характеристика зовнішності

За зовнішніми характеристиками лінгвокультурний типаж *парижани* можна поділити на певні семантичні компоненти.

1. Краса та привабливість. В оповіданнях деяких авторів простежується актуалізація образу француза через захоплення ним. Зокрема,

спостерігаємо гіперболізоване значення привабливості при творенні образу французьких чоловіків у мові Олени Чернінської. Авторка називає їх «приголомшливо вродливими та доглянутими» [39, с. 43], прислівник зі значенням міри *приголомшливо* вказує на ідеальні риси та абсолютний вияв ознаки. В оповіданні Лариси Денисенко знаходимо такі асоціації в описі зовнішності: «Від нього мліли всі. **Високий, весь якийсь блискучий, мармуровий. Чорне волосся, очі кольору гарячого шоколаду, жваві, «ліжкові».** Американці про такі очі говорять: «*bed eyes*». «Очі, що запрошують у ліжку». **Хочеться лизнути ці очі, щоб відчутти шоколадний, трохи гіркуватий, присмак**» [39, с. 117]. Авторка дещо ідеалізує французького чоловіка, наділяючи його епітетними характеристиками *високий, блискучий*, що називають яскравість зовнішності; *мармуровий*, що означає чоловіка ідеально виточеного, без жодних недоліків. Порівняння *очі кольору гарячого шоколаду* не просто передає колір очей, а показує замилювання ними через смакові й тактильні асоціації; *жваві, «ліжкові»* – підкреслюють семантику вабливості. Оцінна конструкція *хочеться лизнути ці очі* передає бажання торкнутися привабливого об'єкта, і тут актуалізуються смакові відчуття: хочеться не лише дивитися на них, а покуштувати. Так формується стереотип неперевершеного француза.

В оповіданні Галини Вдовиченко постає опис зовнішності французької пари, у якій вона вбачає не лише красу, а й чесність: «У них **рельєфні профілі й симпатичні зморшки, у них живі обличчя, що не ховають свого досвіду, розчарувань і радості**» [39, с. 87]. Розкриття образу парижан відбувається через епітети. *Рельєфні профілі* можна розуміти як чітку окресленість, виразність рис обличчя; вислів *симпатичні зморшки* описує захоплення героїні привабливістю та приємним зовнішнім виглядом зустрічної немолодої пари. Крім того, фразу *симпатичні зморшки* можна вважати евфемізмом: уживання слова *зморшки* здебільшого має негативне забарвлення, що асоціюється зі старістю та поважним віком, проте додавання слова *симпатичні* пом'якшує таке сприйняття. Метонімічна конструкція *живі обличчя* описує

енергетику, яка передається через вираз, можливо, усмішку. Водночас говориться про те, що ці *обличчя не ховають свого досвіду, розчарувань і радості*. Метафора увиразнює риси відкритості пересічних французів. Авторка так деталізує портрет, що читач разом із нею симпатизує цим парижанам.

2. Охайність. Формується сприйняття французів як людей, що завжди стежать за зовнішнім виглядом за будь-яких обставин: «*Звичайна французька дівчинка в гарних сукеночках*» (Г. Шиян) [39, с. 18]. Уживання прикметника *звичайна* вказує на стереотипне значення. А словосполучення *звичайна французька дівчинка* може асоціюватися зі стандартами зовнішнього вигляду, які вважаються нормальними та загальноприйнятними у французькому суспільстві. Суфікс зменшеності у слові *сукеночки* увиразнює витонченість француженки.

Рису зовнішньої охайності парижанина бачимо в мові Катерини Бабкіної: «*Гарно підстрижений. Навіть борода в нього була гарно підстрижена*» [39, с. 67]. Актуалізується сприйняття типажу *парижанин* через догляд за обличчям, зачіску. Допомогає такій актуалізації повторення дієслівної форми *підстрижений* з оцінним прислівником. Більше того, зачісці французи приділяють велику увагу. Це бачимо в оповіданні Лариси Денисенко: «*Парижанки не схвалюють, коли в тебе немає зачіски, крім прямого розплетеного волосся за умов, якщо ти молода, тому — дурна. Але зачіска має виглядати так, ніби ніхто не втручався в цей процес*» [39, с. 118]. Дещо гіперболізована фраза *парижанки не схвалюють* виражає думку про певні стандарти місцевих, які стосуються зовнішнього вигляду. Можна відчуті іронію в порівнянні молодої жінки без зачіски з нерозумною жінкою. У тексті Лариси Денисенко також одним із виявів зовнішньої привабливості є доглянутість: «*Доглянутий та втомлений чоловік, нестерпно схожий на мого приятеля Жермена...*» [39, с. 120].

3. Акуратність. Галина Вдовиченко, розповідаючи про Франсуазу Саган, окреслює свою захопленість її зовнішнім виглядом, що формує

стереотипне уявлення про всіх французів загалом: «*Делікатні пальці, акуратно зрізані нігті без лаку*» [39, с. 82]. Пальці письменниці вона характеризує як *делікатні* – приємні на вигляд, витончені. Авторка підкреслює сприйняття французької жінки як жінки, що дотримується порядку й точності; це простежується у використанні прислівника *акуратно*.

4. Витонченість. У текстах деяких авторів виникає уявлення про французів (чоловіків) як про людей середнього зросту: «*Нарешті двері відчинились, звітлія випурхнув тендітний стовідсотковий французик середнього віку і зросту...*» (О.Чернінька) [39, с. 40]. Описовий прикметник *тендітний* викликає асоціацію з приємною людиною невеликої статури; *стовідсотковий* акцентує увагу на стереотипності сприйняття. Передає емоційне ставлення авторки до француза експресивне дієслово *випурхнув*, яке вказує на його легкість та рухливість. Демінутивне слово *французик* формує позитивну суб'єктивну оцінку.

Простежуємо риси ніжності та делікатності й в оповіданні Катерини Бабкіної. Для опису одягу француза авторка вживає прикметник *маленький*, що передає оціночне сприйняття образу: «*Його маленький одяг був ідеально допасований*» [39, с. 67].

У мові оповідання Галини Вдовиченко також спостерігаємо актуалізацію лінгвокультурного типажу *французька* через рису витонченості: «*Тендітна дівчина в халатику прямує до буланжері на розі вулиці...*» [39, с. 88]. Прикметник *тендітна* розкриває сутність французької жінки крізь призму ніжності, досконалості. Помічаємо вживання зменшеної форми іменника *халатик*, що має відтінок пестливого значення легкості.

Нерідко стереотипний образ може виникати на основі першого враження. Катерина Бабкіна передає зовнішній вигляд француза, перебільшуючи значення його невисокого зросту: «*Джеремі був дуже малий на зріст і дуже якийсь крихкий, тонкокісний. Ніби гарного, стильного та пропорційного чоловіка взяли й відобразили, як вордівський документ, у масштабі 65%*» [39, с. 67]. Авторка вдається до опису зовнішності за

допомогою прикметників *дуже малий, крихкий, тонкокісний*, що вказують на субтильність персонажа, слово *дуже* підсилює ознаки. У цьому контексті помічаємо іронічне порівняння зросту з *вордівським документом в масштабі 65%*; вона передає чіткі пропорції та незвичайну красу. Людину можна порівняти з ідеальним чоловіком, але в меншому масштабі. У цьому випадку це й буде недоліком.

5. Відчуття моди і стилю. В Олени Чернінської простежуємо використання слів зі сфери модт, що допомагають створити уявлення про французів як про людей із вишуканим смаком: *«Суцільний парад брендів одягу, парфумів, аксесуарів... Ах, який яскравий парад чоловічої краси»*. Слово *парад* надає відтінку образності, передає експресію, виникає асоціація зі святом та урочистим показом моди. Порівняння з подіумом увиразнює семантику позірної краси: *«Усі наче з подіуму. Вишукані, статечні, гречні. Як у кіно»* [39, с. 43]. За допомогою прикметників *вишукані, статечні, гречні* створюється уявлення про ідеального парижанина. Порівняння *як у кіно* стає асоціацією до стереотипності сприйняття.

В описах більшою мірою простежуємо ідеалізовані та стереотипні портретні характеристики. Автори актуалізують концептуальний образ *француз / французженка* через особисті спостереження та враження від споглядання.

3.2. Відображення особливостей поведінки й рис характеру

Особливості поведінки представників певної нації дають поштовх до стереотипного сприйняття та надання їм типових характеристик. Проте слід зауважити, що типові узагальнені риси, помічені в деяких людей, не можуть характеризувати націю в цілому. Уявлення про образ формується з певного особистого досвіду в певних обставинах.

Образам парижан, створеним авторами, притаманні риси, якими наділяють французів загалом, а також власне ті, що їх помічають у мешканців

столиці. При розгляді лінгвокультурного типажу *парижани* у збірці «Селфі в Парижі» ми звернули увагу на описи деяких поведінкових стандартів особистостей французької нації.

Поведінка французів часто асоціюється з **вихованістю та розкутістю**: «У нього був дуже **приємний голос**, він **інтонував акуратно** і саме настільки **розкуто**, наскільки потрібно» (К. Бабкіна) [39, с. 66]. У ставленні героїні під час розмови з французом формується суб'єктивна оцінка про нього, про його *приємний* голос та інтонацію, що в описі посилюється прислівниками з частковою позитивною оцінкою *акуратно, розкуто*.

Побуває стереотипне уявлення про соціальні риси французів, зокрема про **гендерну рівність**. Наприклад, у Лариси Денисенко: «...*французькі жінки* — активні виборчині, тому там мають це розуміти та ставитися до наших проблем із повагою» [39, с. 124]. Характер французів виражається тут як розуміння та повага до участі жінок у виборчому процесі, прикметником *активні* підсилюється це значення.

Французи часто вважають, що вони представляють високу культуру, тому намагаються вести себе відповідно. Досить цікавим є зображення поведінки, що відтворює стереотипне уявлення про французьку культуру та жінок, які віддають перевагу **вишуканому способу життя**: «Цілком імовірно, що саме мама — *парижанка у п'ятому поколінні*, з усіма цими *замашечками вишуканих обідів у просторій квартирі, начиталася Толстого...*» [39, с. 18]. Прикладкова конструкція *парижанка у п'ятому поколінні*, передаючи важливість для жінки родового та соціального статусу, набуває іронічного забарвлення, підтримуваного подальшим контекстом: розмовний іменник *замашечки* містить експресивну й оцінну семантику та розкриває сутність поведінки французької жінки через її бажання до розкоші. Звернімо увагу на фразу *начиталася Толстого*: вона виявляє іронічне ставлення до надмірної самовпевненості й відсутності знань, бо *парижанка* вищого статусу із *замашками вишуканої культури та обідів* зазвичай уважається

високоосвіченою і знайомою зі світовою літературою загалом, а не просто читає російського письменника.

Подекуди спостерігаємо іронізування з прагнення бути схожими на парижан туристів або людей іншого, не французького, походження. Показовий щодо цього опис спостерігаємо в Лариси Денисенко: *«Хоча ім'я Валентина їй чудово пасує, але розумію, що це утопія з мого боку сподіватися, що цей кусень французького снобізму в молочно-шоколадному пальті зветь — Валентина»* [39, с. 125]. Оповідачка, спостерігаючи за відвідувачками кав'ярні, намагається скласти враження про жінку з огляду на її риси поведінки, які та, імовірно, копіює в містянок, прагнучи бути схожою на представників вищих суспільних верств. Ця ідея закладена в метонімічному контексті *кусень французького снобізму*, що формує оцінку жінки й має негативне емоційне забарвлення. Розмовне слово *кусень* може бути сприйняте як іронічне, оскільки передає несерйозне, навіть з елементами глузування сприйняття образу незнайомки; це додає певного контрасту у творенні образу. Іронія виникає внаслідок зіткнення оцінного розмовного слова і книжного *снобізм*, при цьому помітного акценту в характеристиці зовнішності надає опис одягу (*в молочно-шоколадному пальті*), тобто деталі, яка сприймається як елемент шику, витонченості та смаку.

В Олени Чернінської через гетеростереотип вибудовується уявлення про життя жінок у французькій столиці, тому героїні прагнуть хоча б трішки відчутти дух парижанок та побути на їхньому місці: *«...і нарешті — непереборне бажання відчутти себе бодай на три дні і три ночі трішки парижанками»* [39, с. 39]. У слові *непереборне* простежуємо підсилення інтенсивності бажання зануритися в нову культуру та відчутти себе її часткою.

Нерідко французів виокремлюють як людей, **уважних до деталей**; це може простежуватися в їхній поведінці. В оповіданні Галини Вдовиченко поведінковою особливістю француза є уважне вибирання скоринкою хліба залишків соусу з тарілки, що фіксує особливе ставлення до їжі: *«За сусіднім столиком чоловік вимащує тарілку хлібом, вибирає скоринкою залишки соусу.*

Ця дитяча звичка дивує й зворушує. В Україні, принаймні на людях, ніхто б так не робив, а у французів доводиться спостерігати не вперше» [39, с. 98]. Таку звичку авторка сприймає як щось дуже миле, це спостерігається в іронічному вживанні прикметника *дитяча*. Дієслова *дивує й зворушує* передають ставлення оповідачки до такої поведінки. Простежуємо тут і протиставлення французів та українців, через які відбувається виокремлення культурно прийнятих речей різних національностей.

У творенні образних характеристик парижан та французів загалом помітним виявом поведінки є їхня **культурна складова**. Особливу увагу містяни приділяють відпочинку та різним видам дозвілля. У Галини Вдовиченко йдеться саме про це: *«Обидві жінки спостерігають за сусіднім столиком... За чоловіком і жінкою, котрі нікого не помічають, нікого не бачать, окрім одне одного. Спостерігати за людьми — це особливий стан і вид дозвілля. У французькій мові для нього є окреме визначення: regarder les gens passer» [39, с. 103].* У цьому контексті простежуємо образність через опис конкретної ситуації, де жінки в кафе спостерігають за іншими відвідувачами. За допомогою стійкого виразу *regarder les gens passer* закріплюється той факт, що таке спостереження є важливою складовою французької культури, хоча, на нашу думку, це не зовсім пристойно.

Деякі автори, зокрема Ірина Славінська, звертають увагу на відпочинок парижан у певних локаціях: *«Зате сісти біля Сени на лавочці із сендвічем в руках — типова трапеза багатьох поколінь студентів і фланерів, що не залежить від часу на годиннику чи пори року, тут більше важить саме локація» [39, с. 10].* Стереотипне уявлення передається прикметником *типова*, що формує враження про стандартні ознаки поведінки парижан. Простежуємо також акцент на належності до французької спільноти та її культурного середовища у слові *фланери*. Так називають людей, які гуляють містом без конкретної мети, насолоджуючись красою вулиць та архітектури; уперше фланерів помітили саме у Парижі.

Деякі риси поведінки формуються у свідомості на основі автостереотипів, через зіставлення французів та українців. Олена Чернінька зауважує схожість народів, тим самим розкриває характер французів: *«Та ми, українці, десь трішки в душі теж французи. Бо всі ці кульбіти з подолання труднощів знайомі нам від народження, з ними ми зростали й дорослішали»* [39, с. 41]. Помічаємо легку самоіронію в конструкції *в душі теж французи*, яка вказує на те, що українці, звичайно, не є французами, але вони можуть мати певні спільні риси.

У Лариси Денисенко бачимо опис різниці в поведінці киян та парижан: *«Звісна річ, що лаятись у метро — типова картина для київської підземки в час пік, особливо, коли заходять натовпи зі станції «Петрівка», але тут, в Парижі, це не досить типова картина»* [39, с. 126]. Протиставлення *типова картина для київської підземки – в Парижі це не досить типова картина* використовується для порівняння двох різних ситуацій, що дозволяє більш чітко побачити відмінності певних рис двох народів.

Вивчаючи мову збірки, ми дійшли думки, що лінгвокультурний типаж *парижани* може формуватися через опозицію «СВІЙ – ЧУЖИЙ». Дослідниця О. П. Дубчак визначає цю опозицію як одне з основних протиставлень, що існують у нашій картині світу. За допомогою цього ментального утворення відбувається розподіл дійсності на два виміри. Вибудовується межа між світосприйняттям носієм свідомості мови як «свій», «близький», «безпечний», яке оцінюється позитивно, та світом, що оцінюється як «чужий», «поганий», «небезпечний». Кожній спільноті властиве відмежування себе і «свого» від «не свого», тому цей процес можна сформулювати як когнітивну операцію, що виконується у свідомості і є універсальною; вона сприяє утворенню самоідентифікації та самооцінці будь-якого мовного колективу [Дубчак 2011].

В Ірени Карпи спостерігаємо порівняння зовнішнього вигляду з традиційними ознаками місцевого населення Парижа та їхньої культури: *«Все в цій дівчині віддавало дешевиною. Немите, фарбоване на рудий колір волосся, зібране гумкою у кучий хвостик. Рожевий пуховик і черевики «на*

міху»...» [39, с. 53]. У фразі *все віддавало дешевизною*, іменник є оцінним, виокремлює недорогий, неповноцінний зовнішній вигляд дівчини, імовірно, підкреслюється її відмінність серед місцевих жителів, що звикли до вишуканості в усьому. Несприйняття туристки як «своєї» фіксується детальним описом: *немите, фарбоване волосся* – ці прикметники називають опозиційні риси, неприйнятні для місцевих. Відмінність спостерігається навіть у сприйнятті зачіски: *волосся зібране гумкою у куций хвостик* – оцінне значення фрази *куций хвостик*, що має ознаки негативної конотації – короткий, негарний. Далі простежуємо констатацію, що це справді «чужа», далека від французької спільноти людина, туристка: *«Хоча — руку на відсіч — це звичайнісінька туристка, прилетіла лоукостом до Бове, довго їхала автобусом до Порт Майо»* [39, с. 56]. Суб'єктивна оцінка дівчини виявляється в припущенні, яким способом потрапила туристка до Парижа. Оповідач зазначає, що вона *прилетіла лоукостом* – ця фраза надає відтінку експресивності висловлюваному, акцентує увагу на невисоких статках дівчини, бо вона використовує найдешевшу компанію-перевізника. Це і створює контраст із містянами.

Досить цікавим є творення опозиції «СВІЙ – ЧУЖИЙ» у мові твору Лариси Денисенко, де француз дискутує з українкою й виявляє своє ставлення через певні стереотипні уявлення про риси національності дівчини: *««Ви, слов'яни, майже всі дуже скуті й зовсім не розумієтеся на сексі... Ти дуже скута. У тебе усюди стоять перепони. Ти можеш наполягати на тому, що це не так, але за тебе говорить твоє тіло, воно тебе зраджує»»* [39, с. 122]. У цьому контексті «своїм» вважається той, хто знається на розкутості, а «чужим» – той, хто не є таким і не знає, як ним бути. Через семантику слова *дуже* посилюється негативна оцінка «чужих», що увиразнює розділення національностей. Окрім того, метафори *тіло говорить, тіло зраджує* вживаються для підтвердження того, що описані риси справді є, тіло – показник вияву людських почуттів та відчуттів, воно виражає істинні наміри та емоції, які можуть не відповідати словам. Отже, опозиція «СВІЙ – ЧУЖИЙ»

у цьому випадку твориться через гетеростереотипи, що формуються у француза про слов'ян на основі асоціацій із поведінкою та емоціями однієї людини.

Отже, в аналізованих творах більшою мірою постає суб'єктивне враження або гетеростереотип про поведінку парижан, що формується на тлі певних обставин або ситуацій, в яких оповідач є спостерігачем та оцінює характер мешканця столиці Франції.

Висновки до розділу 3

В аналізованій збірці, за нашими спостереженнями, лінгвокультурний типаж ПАРИЖАНИ моделюється за допомогою певних ознак.

1. Характеристики зовнішності (містять окремі компоненти притаманних рис: краса та привабливість, охайність, акуратність, витонченість, відчуття моди і стилю).

2. Особливості поведінки (містять дії, що вказують на характерні риси: вихованість та розкутість, вишуканий спосіб життя, увага до деталей).

У портретних характеристиках парижан та французів загалом спостерігаємо переважання акценту на зовнішності й таких рисах, як краса та привабливість і витонченість. Вони формуються через суб'єктивну оцінку образу та враження про нього, що є стереотипним та подекуди ідеалізованим. Головним засобом увиразнення зовнішності парижан є вживання епітетів, які сповна розкривають образ, надаючи певної оцінки та експресивності.

Домінантним у типових поведінкових ознаках парижан, як показує аналіз збірки, є вишуканий спосіб життя. Ця характерна ознака виражається в текстах більшою мірою через іронію, вибудовану на тлі стереотипних уявлень.

Вагомою у творенні лінгвокультурного типуажу ПАРИЖАНИ постає й опозиція «СВІЙ – ЧУЖИЙ», яка показує розуміння різниці між містянами та туристами або людьми іншої національності загалом.

ВИСНОВКИ

Аналіз мови збірки оповідань «Селфі в Парижі» дав змогу виявити ціннісно-образну репрезентацію концепту ПАРИЖ та показові мовні засоби його вираження. Таким чином, було з'ясовано, що змітсова структура концепту ПАРИЖ містить такі ознаки: *місто кохання та романтики; місто свободи та рівних можливостей; місто моди; гламуру та вишуканої кухні; місто легкості й безтурботності; осередок багатой культурної спадщини*. У згаданих ознаках переважає стереотипне уявлення про місто. Проте подекуди автори зображують Париж крізь призму особистісного досвіду, де місто набуває для кожного свого значення (Париж туристичний, Париж український, Париж французький, Париж власний). Розглянувши образний складник міста, ми визначили низку метафоричних моделей, що його формують: *місто – людина, місто – живий організм, місто – хвороба, місто – дім*.

Ядром досліджуваного концепту визначаємо саму назву міста – Париж. Приядерною зоною – мовні засоби, якими він увиразнений. Разом із топонімом Париж нерідко вживаються оцінні прикметники, що виражають суб'єктивну оцінку, яка частіше є позитивною та окреслює ідеалізований бік міста, захоплення від побаченого.

Периферією поля концепту є образні номени. Ми описали перифрази, що є показовими в текстах: *«Найпрекрасніше місто у світі», «Вічне місто», «Місто королів», «Місто свободи та любові», «Місто омріяної свободи у неволі», «Місто снів»*. Ці словосполучення, за нашими спостереженнями, поєднують різні характеристики, пов'язані як з індивідуальним баченням міста, так і зі стереотипним уявленням про нього.

Аналіз засвідчує, що концептуальні ознаки вербалізуються не лише за допомогою імені концепту, а й назвами визначних впізнаваних місць, які викликають асоціацію з містом. Найчастіше згадуються у текстах Ейфелева вежа, собор Паризької Богоматері, річка Сена, мости, канали, острови,

бульвари, сади, магазини, бутики, ринок, кав'ярні, пекарні, історичні пам'ятки, музеї. Ми простежили художні засоби, вжиті авторами збірки, які увиразнюють образ міста та додають експресивності враженням від нього: метафори, порівняння, метонімії, гіперболи.

Не менш вагомим в актуалізації концепту Париж є апелювання до відомих художніх творів та кінофільмів, які відтворюють ситуації в місті або його візуальну картинку в очах авторів – оповідачів.

В аналізованій збірці ми моделюємо лінгвокультурний типаж ПАРИЖАНИ. Ми виділили ті аспекти, що є найпоказовішими в текстах, а саме: характеристики зовнішності та особливості поведінки. У свою чергу, категорія зовнішності містить окремі компоненти притаманних рис (краса та привабливість, витонченість, охайність), а до поведінкових особливостей належать дії, що так само вказують на характерні риси (розкутість, відчуття моди і стилю, вишуканий спосіб життя). У результаті дослідження було з'ясовано, що для показу зовнішності парижан автори застосовують більшою мірою епітетні характеристики, за допомогою яких відбувається повне розкриття образу, подекуди ідеалізоване. У поведінці типовою стереотипною ознакою є вишуканий спосіб життя, що в текстах подається дещо іронічно. ЛТ ПАРИЖАНИ формується не лише на основі гетеростереотипів, але й через зіставлення поведінки французів та українців (автостереотипи). У деяких авторів простежуємо моделювання концептуального образу через опозицію «СВІЙ – ЧУЖИЙ», де «свій» – це француз (парижанин), а «чужий» – турист або людина іншої національності загалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Вид. дім «Академія», 2004. 344 с.
2. Бондарчук О. Лінгвокультурний типаж *Aussteiger* у лінгвокультурології. *Актуальні питання іноземної філології*. 2016. № 4. С. 26-32. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/akpif_2016_4_7.
3. Венжинович Н. Фраземіка української літературної мови: когнітивний та лінгвокультурологічний аспекти : дис. ... доктор філол. наук: 10.02.01. Київ, 2018. 503 с.
4. Вільчинська Т. Концептуалізація сакрального в українській поетичній мові XVII-XVIII ст. Тернопіль: Джура, 2008. 424 с.
5. Голубовська І. О. Етнічні особливості мовних картин світу : монографія ; [2-е вид., випр. і доп.]. Київ : Логос, 2004. 284 с.
6. Губарева Г. А. Мовний образ міста в поетичних текстах Юрія Андруховича. Лінгвістичні дослідження : зб. наук. праць. – Х. : ХНПУ ім. Г.С. Сковороди, 2008. Вип. 24. С. 85–88.
7. Даниліна О. В. Концепт «Місто» у прозових текстах Сергія Жадана. Актуальні проблеми слов'янської філології. Серія: Лінгвістика і літературознавство: Міжвуз. зб. наук. ст. 2010. Вип. XXIII, ч. 1. С. 347-354.
8. Демиденко О. П. Лінгвокультурні типажі британців та українців у лінгвосеміотичному аспекті. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», м. Київ, 2016. Вип. 60. С. 28-32
9. Дерріда Жак. Подвійний дискурс: мова та місто в тексті сучасної культури. (англ. "Double Discourse: Language and the City in the Texts of Modern Culture"), ст. 1.
10. Деркачова О. Побачити Париж... (образ міста в пострадянському українському літературному просторі). ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», м. Івано-Франківськ. Наук. ст. 2020. №1. URL: <http://lib.pu.if.ua:8080/bitstream/123456789/10805/1/%D0%94%D0%B5%D1%8>

- 0%D0%BA%D0%B0%D1%87%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D0%9F%D0%B0%D1%80%D0%B8%D0%B6.pdf
11. Деркачова О. Селфі з містом. Рецензія на збірку «Селфі в Парижі», 2022.
URL: <https://www.apiph.vnu.edu.ua/index.php/apiph/article/view/254/250>
 12. Дубчак О. П. Концептуальна опозиція «свій» – «чужий» як базовий регуляторний фрагмент української мовної картини світу. *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова*. Серія 9. К. 5, 2011. С. 92-97
 13. Жайворонок В. Знаки української етнокультури : словник-довідник. Київ : Довіра, 2006. 703 с.
 14. Загнітко А. П., Богданова І. В. Лінгвокультурологія : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / за ред. А. П. Загнітка. 3-є вид., перероб. і доп. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса, 2017. 287 с.
 15. Кононенко В. Концепти українського дискурсу : монографія. Київ – Івано-Франківськ, 2004. 248 с. URL: http://shron.chtyvo.org.ua/Kononenko_Vitalii/Kontsepty_ukrainskoho_dyskursu.pdf.
 16. Коч Н. В. Лінгвокультурний типаж: досвід теоретичного та методологічного дослідження. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Соціальні комунікації*. Том 30 (69). № 3. Ч. 2., 2019. С. 6–12.
 17. Краснобаєва-Чорна Ж. В. Мовна концептуалізація та категоризація знань: концептуальна і ціннісна картини світу. *Міжнародна науково-теоретична конференція «Грамматичні читання- х»*. Вінниця, 2019. С. 16-19.
 18. Мялковська Л. І. Нечуй-Левицький & В. Підмогильний: тексти про Київ. *Культура слова*. 2021. Вип. 94. С. 7-19.
 19. Нікон Н. О. Етнічні стереотипи в свідомості болгар. *Український соціум*. 2010. № 3 (34). С. 17–25.
 20. Плавуцька І. До проблеми моделювання концепту Париж в українській національно-мовній картині світу. *«Франкофонія в умовах глобалізації і полікультурності світу»*. 2020. С. 47-50.

21. Плотнікова Н. В. Поняття "концептосфера" та "концепт" у сучасній лінгвістиці. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Т. 31(70), № 1(1). С. 91-96. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/UZTNU_filol_2020_31\(70\)_1\(1\)_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/UZTNU_filol_2020_31(70)_1(1)_19)
22. Русакова А. В. Лінгвокультурний типаж «авантюристка» в художньому втіленні: гендерний і семантико-когнітивний аспекти (на матеріалі романів Сідні Шелдона) : автореферат дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 "Германські мови". Запоріжжя, 2017. 20 с.
23. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник. Полтава: Довкілля-К, 2008. 711 с. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0001849>
24. Селіванова О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля – К, 2006. 716 с.
25. Селіванова О. Прецедентна мотивація номінативних одиниць (на матеріалі української мови). *Філологічні студії*. Харків, 2009. С. 129–139.
26. Сенькович О. Мовна естетика образу місто у поетичних текстах Б.-І. Антонича. *Культура слова*. 2021 № 94. С. 96-108.
27. Сікора Г. Текст міста як лінгвістичний феномен. *Українська мова*. 2016. № 4. С. 122-135. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ukrm_2016_4_10
28. Сукаленко Т. М. Лінгвокультурні типажі в українській художній літературі XIX ст. : монографія / наук. ред. : В. М. Бріцин. Київ : Вид-чий дім Дмитра Бураго, 2018. 676 с.
29. Сюта Г. Стаю урбаністом, не можу без міста... (місто і людина в поетичному дискурсі XX століття). *Культура слова*. 2021. Вип. 94. С. 57–74.
30. Хомеча Н.А. Топос міста у творчості Ю. Андруховича. *Актуальні проблеми слов'янської філології. Серія: Лінгвістика і літературознавство: Міжвуз. зб. наук. ст.* 2010. Вип. XXIII, ч. 1. С. 330-339.

31. Штерн І. Б. Вибрані топіки та лексикон сучасної лінгвістики. Енциклопедичний словник. Київ, АртЕк, 1998. 335 с.
32. Bartmiński J. (2008). Etnolingwistyka, lingwistyka kulturowa, lingwistyka antropologiczna. Acta Universitatis Wratislaviensis, No 3060. Język a Kultura. Tom 20. Wrocław. S. 15–33.
33. Bartmiński J. Podstawy lingwistycznych badań nad stereotypem — na przykładzie stereotypu matki. Język a kultura. T.12. Wrocław, 1998. S. 63- 84.
34. Hansen Eva-Maria. Cultural Governance and the European Union: Protecting and Promoting Cultural Diversity in Europe. Ashgate Publishing, 2008. ст. 27.
35. Jacobs Jane. The Death and Life of Great American Cities. Vintage Books, 1992.
36. Lakoff, George & Mark Johnson (1980) Metaphors We Live By. Chicago: University of Chicago Press.
37. Langacker R.W. Foundations of cognitive grammar. – USA: Indiana University, Linguistic Club, 1983 p. 294 с.
38. Panasiuk J. O zmienności stereotypów. Język a kultura. T.12. -Wrocław, 1998. S. 84-99.
39. Селфі в Парижі: збірка оповідань. Львів : Видавництво Старого Лева, 2021. 136 с. URL: [blob:https://web.tel.onl/3ef88483-0113-4a49-865a-d3ec3531731c](https://web.tel.onl/3ef88483-0113-4a49-865a-d3ec3531731c)

Анотація

Любчич Є.І.

Специфіка художньої концептуалізації міста

у збірці оповідань «Селфі в Парижі»

Кваліфікаційна робота присвячена основним аспектам мовної об'єктивації концепту ПАРИЖ у збірці «Селфі в Парижі» та проблемі моделювання лінгвокультурного типажу ПАРИЖАНИ. З'ясовано, що концепт ПАРИЖ вербалізується на основі стереотипного сприйняття та індивідуального досвіду. Використання методів контекстуального та стилістичного аналізу дало змогу виявити основні змістові елементи цього концепту, зафіксовані в ціннісних ознаках (місто кохання та романтики; місто свободи та рівних можливостей; місто моди; гламуру та вишуканої кухні; місто легкості й безтурботності; осередок багатой культурної спадщини) та метафоричних моделях (місто – людина, місто – живий організм, місто – хвороба, місто – дім). Засобами репрезентації концепту вважаємо мовні одиниці: оцінні прикметники, перифрази, метафори, порівняння, метонімії, гіперболи. Аналіз мови творів засвідчив важливість в об'єктивації концепту ПАРИЖ впізнаваних об'єктів міста, які згадуються авторами. Наступним аспектом дослідження є лінгвокультурний типаж ПАРИЖАНИ з боку його етнічно, соціально та гендерно маркованого виявів. У результаті чого було з'ясовано основні ознаки моделювання цього концептуального образу: характеристики зовнішності та особливості поведінки.

Ключові слова: концепт, лінгвокультурний концепт, лінгвокультурний типаж, стереотип, мовні засоби.

Summary

Liubchych E.I.

Specificity of artistic conceptualization of the city

In the collection of short stories "Selfie in Paris"

The qualification work is devoted to the main aspects of the linguistic objectification of the PARIS concept in the collection "Selfies in Paris" and the problem of modeling the linguistic and cultural type of PARISIANS. It is found that the concept of PARIS is verbalized on the basis of stereotypical perception and individual experience. The use of methods of contextual and stylistic analysis made it possible to identify the main content elements of this concept, which are fixed in value attributes (city of love and romance; the city of freedom and equal opportunities; city of fashion; glamor and fine cuisine; city of lightness and serenity; center of rich cultural heritage) and metaphorical models (city - man, city - living organism, city - disease, city - home). The means of representing the concept are language units: evaluative adjectives, periphrases, metaphors, comparisons, metonymy, hyperbolas. The analysis of the texts showed the importance in objectifying the concept of PARIS of recognizable objects of the city, which are mentioned by the authors. A further aspect of the study is PARISIANS' linguocultural typecast by its ethnically, socially and gender-labeled manifestations. As a result, the main features of modeling this conceptual image were clarified: appearance characteristics and behavior characteristics.

Key words: concept, linguocultural concept, linguocultural type, stereotype, language means.