

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАУКОВИЙ ВІСНИК

ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
ПЕДАГОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ім. К. Д. УШИНСЬКОГО

Лінгвістичні науки

Збірник наукових праць

№ 20

Видається з липня 2005 року

Виходить два рази на рік

Одеса
“Астропринт”
2015

Засновник: Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського

Редакційна колегія:

Головний редактор: **Корольова Тетяна Михайлівна**, д-р філол. наук, проф., зав. кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики ДЗ “ПНПУ ім. К. Д. Ушинського”;

Відповідальний секретар: **Юхимець Світлана Юріївна**, канд. пед. наук, доцент кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики ДЗ “ПНПУ ім. К. Д. Ушинського”

Члени редколегії:

Богущ Алла Михайлівна, академік НАПН України, д-р пед. наук, проф., зав. кафедри дошкільної педагогіки ДЗ “ПНПУ ім. К. Д. Ушинського”;

Брици Віктор Михайлович, д-р філол. наук, проф. Інституту мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України;

Бровченко Тамара Олександрівна, д-р філол. наук, проф. кафедри англійської філології Чорноморського державного університету ім. Петра Могили;

Гуменний Микола Хомич, академік АН ВШ України, д-р філол. наук, проф., зав. кафедри української та зарубіжної літератури ДЗ “ПНПУ ім. К. Д. Ушинського”;

Карпенко Олена Юріївна, д-р філол. наук, проф. кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики ДЗ “ПНПУ ім. К. Д. Ушинського”;

тичної та прикладної лінгвістики ДЗ “ПНПУ ім. К. Д. Ушинського”;

Мізецька Віра Ярославівна, д-р філол. наук, проф., зав. кафедри іноземних мов Національного університету “Одеська юридична академія”;

Науменко Анатолій Максимович, д-р філол. наук, проф., зав. кафедри теорії та практики перекладу і німецької філології Чорноморського державного університету ім. Петра Могили;

Озерова Ніна Григорівна, д-р філол. наук, проф. Інституту мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України;

Форманова Світлана Вікторівна, д-р філол. наук, проф. кафедри української філології та методики навчання фахових дисциплін Інституту мов світу ДЗ “ПНПУ ім. К. Д. Ушинського”

Статті в збірнику надані в авторській редакції

Усі матеріали збірника представлені на сайті:
<http://www.pdpu.edu.ua/ukr/izd/index.html>

© Державний заклад “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”, 2015

УДК 378+81'276.1+316.77+81–115

О. В. Александрова, Т. М. Корольова

ЗІСТАВЛЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ СОЦІОЛЕКТУ МОЛОДІ УКРАЇНИ ТА АМЕРИКИ

Роботу присвячено комплексному дослідженню типологічно схожих параметрів варіативності різнорівневих лінгвістичних засобів актуалізації молодіжного соціолекту (МС). Встановлено, що структурні, семантичні та функціональні особливості лексичної, граматичної і фонетичної систем МС не тільки є схожими в двох неблизькоспоріднених досліджуваних мовах, але і мають однаковий механізм взаємодії один з одним при актуалізації сенсу вислову.

Ключові слова: соціальна диференціація мови, варіативність, молодіжний соціолект.

Настоящая работа посвящена комплексному исследованию типологически схожих параметров вариативности разноуровневых лингвистических средств актуализации молодежного социолекта (МС). Установлено, что структурные, семантические и функциональные особенности лексической, грамматической и фонетической систем МС не только являются схожими в двух неблизькородственных исследуемых языках, но и имеют одинаковый механизм взаимодействия друг с другом при актуализации смысла высказывания.

Ключевые слова: социальная дифференциация языка, вариативность, молодежный социолект.

The article is devoted to complex research of typologically common linguistic variable parameters of the youth sociolect. The study conducted on the material of the Ukrainian and American youth speech proves the youth sociolect to be a relatively stable semi-autonomous existence. Active interaction between the components of lexical, grammatical and phonetic subsystems of the youth sociolect is ascertained, all the basic functioning principles of the youth sociolect system are proved to be similar in the two unrelated languages under study.

Key words: social differentiation of language, variety, youth sociolect.

Проблеми взаємозумовленості мови та соціуму, мовного варіювання, соціальних оцінок нормативних установок, виявлення закономірностей розвитку соціолінгвістичних підсистем мови, комунікативно-прагматичної зумовленості мовлення, що детермінує мовленнєву поведінку членів певного лінгвосоціуму, перебувають у ракурсі постійних лінгвістичних пошуків та піддані всебічному аналізу в наукових розвідках вітчизняних та іноземних мовознавців [1, 2, 3, 4, 5]

Об'єктами лінгвістичних студій поточного століття постають різноманітні аспекти **соціолекту молоді (СМ)**, які досліджуються на матеріалі різних мов: російської (О. О. Анищенко, О. В. Цибізова, М. Г. Чабаненко), французької (Н. М. Копитіна), німецької (Д. М. Польська, О. С. Христенко); у зіставному аспекті на матеріалі російської та німецької мов (Є. В. Горчакова, М. Ю. Россіхіна). Проте, останні розвідки українського СМ обмежено вивченням когнітивних параметрів молодіжного сленгу П. М. Грабовий [6] та особливостей міського молодіжного сленгу С. А. Мартос [7] вивченням англійського СМ представлено працями Р. В. Боднар [8] аналізом соціокультурного аспекту соціолекту підлітків, де вивчається соціолінгвістична варіативність дискурсу англійського “реального” телебачення в роботах К. О. Мележик [9], зіставний аспект досліджень українського та англійського СМ репрезентований дослідженням К. Л. Бондаренко [10], яке присвячене лінгвокультурним особливостям українського та англійського сленгу.

Актуальність статті визначається загальною орієнтованістю сучасної лінгвістики на вивчення усного мовлення з комунікативно-функціональних позицій, що враховує обставини спілкування та характеристики комунікантів. Про актуальність роботи свідчить її спрямованість на молодіжну комунікацію: саме молодь як найбільш прогресивна соціальна група соціуму визначає вектор і еволюцію інших форм існування мови.

Мета роботи полягає у виявленні спільних і конкретно-мовних особливостей СМ на матеріалі української та англійської (американського варіанту) мов.

Матеріал дослідження включає в себе 200 квазіспонтанних текстів діалогічного характеру з художніх фільмів, що відображають специфіку українського та англійського СМ (загальний обсяг звучання становить 18 годин).

Наукова новизна полягає в тому, що вперше:

проведено комплексний опис сучасних СМ на матеріалі української та англійської мов;

встановлено механізми взаємодії різнорівневих лінгвістичних засобів в реалізації комунікативних інтенцій та емоційно-модального навантаження в досліджуваних мовах в межах СМ.

Проведене дослідження надало можливість встановити низку типологічно спільних та конкретно-мовних особливостей актуалізації СМ на матеріалі україномовних та англійськомовних зразків на всіх мовних рівнях (лексичному, граматичному, фонетичному). До головних висновків можна віднести такі.

Спільними продуктивними словотворчими моделями в СМ постає афіксація, усикання, семантичний перенос: метафоричний та метонімічний. Усі типи лексичних соціолектизмів СМ характеризуються переважно негативною конотацією, переважаючою комунікативно-емотивною функцією та понятійно-функціональною закріпленістю за молодіжною сферою функціонування мови. В якості конкретно-мовних словотворчих способів українського СМ можна виділити англо-американські запозичення, англійського СМ — інфіксацію, конверсію.

Граматичні особливості СМ репрезентовано різними типами експресивного синтаксису: інверсією, повторами, еліптичними конструкціями, парцеляцією, риторичними питаннями. В якості конкретно-мовних граматичних ознак англійського СМ можна відзначити наявність подвійного заперечення, скорочених дієслівних форм, вживання форм стверджувальних речень у значенні питального.

За результатами слухового, аудиторського та інструментального аналізів констатовано, що емоційно-модальна напруженість мовлення для двох досліджуваних мов СМ актуалізується за допомогою певного комплексу фонетичних параметрів як у фразі в цілому, так і в окремих її сегментах.

На сегментному рівні відзначено виділення головного наголошеного складу за рахунок протягування голосного звуку (здебільшого в 1,5–2 рази, в окремих випадках максимальної експлікації емоційного стану — до 3 разів), подовження ініціального або медіального приголосного звуку в слові (у більшості випадків в 1,3–1,6 рази, в окремих

випадках максимальної експлікації емоційного стану в обох мовах — до 2 разів), поскладову вимову слова. Констатовані при вираженні емоційно-модальних значень “зацікавлено”, “вражено”, “обурено” відхилення формантних характеристик ядерних голосних не є статистично значущими та здебільшого зумовлені тембральними характеристиками мовця, проте при експлікації негативного емоційно-модального значення “агресивно” відхилення формантних параметрів ядерних голосних від нейтральних реалізацій демонструють таку закономірність: збільшення показників F1 (до 10 %) та F2 (до 15 %) з одночасним зменшенням показника F3 (до 8 %).

Встановлено, що просодичні ознаки молодіжної комунікації в СМ української та англійської мов мають релевантні спільні та конкретно-мовні засоби актуалізації дистинктивних інтонаційних характеристик на рівні мелодичних, динамічних і темпоральних характеристик. Спільними рисами просодії при передачі певних емоційно-модальних значень у досліджених мовах були визначені такі:

1) зацікавлено: спадна передшкала, звужений інтервал **ЧОТ (частота основного тону)** ядерної частини, середній тональний регістр;

2) уражено: висхідна передшкала, розширений інтервал ЧОТ перед ядерної частини, високий тональний регістр;

3) засуджуючи: спадна передшкала, звужений інтервал ЧОТ ядерної частини, середній тональний регістр;

4) обурено: спадна передшкала, розширений діапазон ЧОТ усієї синтагми, високий тональний регістр;

5) агресивно: висхідна передшкала, максимально розширений діапазон ЧОТ усієї синтагми, максимально високий тональний регістр.

Відносні усереднені акустичні кореляти суб’єктивно-модальних значень СМ у досліджуваних мовах відображені у таблиці 1: Соціальні чинники, що лежать в основі мовної варіативності, знаходяться за межами потенційно варіативної мовної системи та визначають використання мови як засобу спілкування в мовному колективі. Поліфункціональна варіативність мови та її конкретні форми обумовлюються об’єктивними потребами соціально-мовленнєвого спілкування: неоднорідністю соціуму та різноманіттям соціально-комунікативних ситуацій. Самоідентифікація мовця з певним соціальним колективом опосередковує добір окремих мовних форм або цілих мовних систем і підсистем, надає стереотипності висловлюванням,

які варіюються з урахуванням ситуативної змінної та індивідуальних характеристик особистості.

Дослідження, проведене на матеріалі українського та англійського молодіжного мовлення, доводить, що СМ є відносно стійкою напів-автономною формою існування національної мови, що обслуговує молодіжний соціум, має специфічну лексичну систему та інвентар граматичних і фонетичних особливостей, обумовлених соціолінгвістичними характеристиками її носіїв і соціолінгвістичними параметрами молодіжної комунікації (неформальний характер інтеракції, що передбачає свободу спілкування, засновану на солідарних відносинах рівних і своїх, не скуту межами офіційності), що варіюються за якістю та кількістю.

Варіативність СМ як системи є його інгерентною властивістю та пронизує всі аспекти його структури та функціонування. Функціонування СМ регламентовано поєднанням норми першого рівня, що проявляється в кодифікованій нормативності, яка є суттєвою диференціальною ознакою літературного стандарту та виступає в якості нейтрального фону, на якому проявляються властивості норми другого рівня, некодифікованої нормативності, що є диференціальною ознакою СМ як соціально обмеженої мовної системи. До норми другого рівня СМ відносяться структурні, семантичні та функціональні особливості його лексичної, граматичної та фонетичної систем.

Системний аналіз даних двох вибірок дозволив зробити висновок про існування типологічно спільних рис лексичного рівня. Субстандартна лексична система СМ представлена стилістично зниженими та соціально маркованими елементами (лексичними соціолектизмами). Лексичні соціолектизми СМ характеризуються здебільшого зниженою конотацією, переважаючою комунікативно-емотивною функцією та понятійно-функціональною закріпленістю за молодіжною сферою функціонування мови. Система лексичного просторіччя СМ включає в себе такі компоненти: сленгізми, загальні колоквіалізми та вульгаризми. Простежуючи комплекс двосторонніх зв'язків між СМ та соціумом, що охоплює суспільно значущі зміни та варіації в соціолекті, зазначимо неоднаковість соціальної обумовленості мовних ярусів СМ та підкреслимо, що найбільш явний зв'язок з життям суспільства виявляє лексичний ярус, а інші яруси пов'язані з ним опосередковано.

Варіативність граматичного рівня СМ репрезентовано типологічно спільними для двох мов ознаками: інверсія, повтори, еліптичні конструкції, парцеляція, риторичні питання. В якості типологічних граматичних ознак СМ англійської мови можна відзначити наявність подвійного заперечення, скорочених дієслівних форм, форми стверджувального речення у значенні питального, що можуть бути віднесені до норми другого рівня.

Проведений аналіз фонетичних засобів соціолекту молоді продемонстрував той факт, що найважливішим в оформленні фонетичного компонента молодіжного мовлення є параметр емотивності, що використовується при реалізації прагматичної функції комунікації, який значно впливає на сегментний та супрасегментний рівні мовлення молоді. Комбінація різних функцій просодії в процесі молодіжної комунікації при визначальній ролі емоційно-модальної складової постає найважливішим компонентом актуалізації прагматики висловлювання.

Типологічно спільними ознаками маніфестації емоційно-модальної напруженості мовлення для двох досліджуваних мов можна вважати такі фонетичні характеристики: на сегментному рівні відзначається виділення головного наголошеного складу за рахунок протягування голосного звуку, подовження ініціального або медіального приголосного звуку в слові, поскладову вимову слова, відхилення значень формантних характеристик ядерних голосних від нейтральних реалізацій.

Характерні риси просодії носять подібний характер в українській та англійській мовах. Мовна специфіка проявляється у деякому розходженні використовуваних просодичних маркерів. Зокрема, в українській мові передшкала характеризується більш низьким мелодійним рівнем, ніж передшкала висловлювань в англійській мові. При вираженні емоційно-модальних значень в англійській мові більш контрастні перепади мелодики в ядрі та мелодичний діапазон фрази в цілому.

Емоційна забарвленість мовлення молоді актуалізується за рахунок активної взаємодії компонентів лексичної, граматичної та фонетичної підсистем. Взаємодіючи, вони забезпечують адекватність плану вираження плану змісту в масштабах висловлювання, зумовлюють трансформацію структури компонентів кожної з підсистем за рахунок компенсаційних, маскуючих, дифузних процесів. Попри

розходження інвентарю засобів, використовуваних в рамках кожної з підсистем мови, основні закономірності механізму взаємодії різнорівневих мовних засобів при актуалізації семантики мовлення виявляються однотипними, що можна розглядати як прояв ізоморфізму в системі мови, пов'язаний із взаємодією мовних підсистем під час передачі змістових відносин, що свідчить про можливість взаємокомпенсації різнорівневих засобів при актуалізації ними змістових відносин в процесі мовної комунікації та є проявом тенденції “мовної економії”, широко поширеної в СМ.

Дослідження СМ на матеріалі української та англійської мов дозволило встановити, що всі основні принципи функціонування цієї системи є подібними в двох неспоріднених мовах, що вивчаються.

У якості перспектив подальших досліджень розглядаємо вивчення функціонування системи СМ з урахуванням рольових відносин між учасниками комунікативного акту, які визначаються соціальною ситуацією, варіюються разом з нею.

ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ

1. Тищенко О. М. Український молодіжний сленг у когнітивному вимірі / О. М. Тищенко // Лексикографічний бюлетень : Збірник наукових праць, Інститут української мови НАН України. — Київ, 2010. — Випуск 19. — С. 229–231.
2. Федотова Ю. Б. Социолект студенческой молодежи современной Великобритании // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2013. — № 9 (268), Ч. II. — С. 118–123.
3. Phipps A. Learning the arts of Linguistic Survival: Language, Tourism, Life / Alison Mary Phipps. — Clevedon, UK : Multilingual Matters, 2006. — 240 p.
4. Rickford J. R. Regional and social variation / J. R. Rickford // [McCay S. L. and Hornberger N. H. (eds.)] Sociolinguistics of language teaching. — Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1995. — P. 151–194.
5. Грабовий П. М. Когнітивні параметри українського молодіжного сленгу : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 “Українська мова” / П. М. Грабовий. — Київ, 2010. — 20 с.
6. Мартос С. А. Молодіжний сленг у мовленнєвій структурі м. Херсона : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 “Українська мова” / Луганський національний педагогічний університет імені Тараса Шевченка. — Луганськ, 2006. — 21 с.
7. Боднар Р. В. Соціолект підлітків як субкультура сучасного лінгвосоціуму (на матеріалі англійської мови 90-х років ХХ — початку ХХІ століття) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / Р. В. Боднар. — Київ, 2007. — 20 с.
8. Фурса О. Англіцизми українського молодіжного сленгу : чинники динаміки та проблеми класифікації / О. Фурса // Мова та історія : Періодичний збірник наукових праць. — К., 2002. — Вип. 61. — С. 57–65.

9. Мележик К. О. Соціолінгвістична варіативність дискурсу англійського “реального” телебачення (на матеріалі реаліті-шоу “Великий Брат”) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 “Германські мови” / К. О. Мележик ; Донец. нац. ун-т. — Донецьк, 2010. — 21 с.
10. Бондаренко К. Л. Лінгвокультурні особливості українського та англійського сленгу : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.17 “Порівняльне історичне та типологічне мовознавство” / К. Л. Бондаренко ; Донецький національний університет. — Донецьк, 2007. — 19 с.

Стаття надійшла до редакції 05.04.15

УДК 81'373.612.2+351.9

С. А. Бронікова

МЕТАФОРА В ТЕРМІНОСИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

У статті проаналізовано різні тлумачення термінопоняття “механізм”. Зазначено, що саме метафорична сутність терміну уможлиблює наукові відкриття й когнітивні процеси людини. Розглянуто метафору як предмет вивчення різних сфер гуманітарного знання, серед яких державне управління, політичний дискурс, психологічні, нейрологічні науки. Розкрито історичну динаміку й релевантність машинної метафори в термінологічній площині державного управління, де затребувані засоби оптимізації й організації дії, що сприяють економії часу та енергії під час досягнення поставленої мети.

Ключові слова: механізм, метафора, машинна метафора, механізм державного управління.

В статье проанализированы различные толкования термина “механизм”. Среди причин разнообразия толкований названы наличие методологического плюрализма исследовательских интерпретаций феномена, многозначность и несогласованность родо-видовых операционных понятий, механистическая метафорика. Отмечено, что именно метафорическая сущность термина позволяет делать научные открытия и обеспечивает когнитивные процессы человека. Метафора рассмотрена как предмет изучения различных сфер гуманитарного знания, среди которых государственное управление, политический дискурс, психологические, нейрологические науки. Раскрыта историческая динамика и релевантность машинной метафоры в терминологической плоскости государственного управления, где востребованы средства оптимизации и организации действия, способствующие экономии времени и энергии при достижении поставленной цели.

Ключевые слова: механизм, метафора, машинная метафора, механизм государственного управления.

The article analyzes various interpretations of the term-notion ‘mechanism’. Methodological pluralism of the phenomenon research interpretations, polysemy and discordance of gender and aspect operational notions, mechanistic meta-

phoric are regarded as the reasons of interpretations variety. It is noted that it is metaphoric essence of the term that makes it possible to carry out scientific discoveries and ensures human cognitive processes. Metaphor is examined as a subject of studies in different spheres of humanitarian knowledge, among which are state administration, political discourse, psychological, neurological sciences. Historical dynamics and relevance of the machine metaphor in the state management terms system are defined where means of optimization and activity organization promoting time and energy saving while achieving the set goal are of demand.

Key words: *mechanism, metaphor, machine metaphor, state administration mechanism.*

Постановка проблеми. Серед низки фундаментальних понять сфери державного управління одним із найуживаніших є *механізм*, метафоричний за своєю лінгвістичною природою. Відсутність чіткого визначення, широке коло тлумачень призводить до використання цього терміна у різних дистрибутивних моделях, що дестабілізує узуальний смисл аналізованого поняття й позначені ним екстралінгвальні ситуації.

Актуальність нашого дослідження зумовлена необхідністю уточнення операційної систематики теорії державного управління (ДУ), що уможливить адекватний аналіз не лише актуальних теоретичних, а й практичних проблем галузі. У цьому аспекті на особливу увагу заслуговує реконструкція первинної метафоричної природи поняття *механізм*, що дасть змогу виокремити його інваріантні та варіативні ознаки, а отже, й ідентифікувати релевантні контексти терміновживання. З'ясування сутнісних можливостей метафори, зокрема машинної, як концептуального ядра аналізованого поняття, а також висвітлення його історичної динаміки і становить мету нашого дослідження.

Останні дослідження. Фундаментальні дослідження механізмів державного управління як центрального твірного інтегративного поняття теорії соціального управління в цілому здійснено у низці праць відомих українських та зарубіжних фахівців (див. роботи В. Б. Авер'янова, О. Ю. Амосова, В. Д. Бакуменка, Н. Р. Нижник, Н. Ю. Брюховецької, В. Г. Воронкової, М. В. Гамана, П. В. Єгорова, В. М. Іванова, В. М. Князева, В. С. Коломийчука, О. Б. Коротича, М. Д. Лесечка, В. Я. Малиновського, А. С. Маршалової, О. А. Машкова, Г. С. Одінцової, В. М. Олуйка, О. С. Новоселова, О. Ю. Обо-

ленського, Р. М. Рудніцької, О. Г. Сидорчука, В. К. Симоненка, О. М. Стельмах, В. В. Цветкова, Л. П. Юзькова та ін.), де наведено різноманітні визначення цього поняття, пор.: механізм ДУ — це *практичні засоби, важелі, стимули* [1], *система елементів* [2: 279], *система певних взаємодіючих ланок* [3: 315], *система органів державної влади* [4], *сукупність засобів* [5], *складова системи управління* [6: 235–236], *організація практичного здійснення державного управління* [7], *інструмент* [8: 65] *державна організація* [9], *суспільна форму руху* [10: 85] тощо. Крім того, наявні й тлумачення цього поняття у широкому та вузькому сенсах, де, наприклад, у першому механізм співвідносний з практичною реалізацією державної влади, у другому — виступає конкретним засобом впливу держави на суспільство для досягнення поставлених завдань [11].

Представлене розмаїття тлумачень механізму ДУ зумовлене, на нашу думку, низкою причин, серед яких щонайперше виокремлюємо: 1) складність власне феномену *механізм*; 2) наявність методологічного плюралізму дослідницьких інтерпретацій (які, безумовно, сприяють виявленню концептуальних ознак аналізованого явища, але розшаровують, дифузують його галузевий термінологічний статус); та 3) багатозначність термінологічної кодифікації поняття та певну неузгодженість родо-видових операційних понять (пор. наявні отождоження понять *механізм держави*, *державний механізм*, *державний апарат* [12], *механізми управління державою* (див. детальніше [13]); 4) його механістичну метафорику, яка, на думку дослідників, узагалі часто “дозволяє виявити нерозробленість чи непрозорість предмета обговорення” [14: 10] і часто призводить “до двоїстого осмислення ролі людської особистості в суспільстві” [15]. Сприймане в такому разі усвідомлюється як автоматизований апарат, а його соціальні інститути — як агрегат соціального цілого, що поглинає людину як таку [16: 316]. Останній фактор істотно вплинув на функціонування термінопоняття, що зумовлює доцільність бодай оглядового пояснення його внутрішньої специфіки.

Наукову мову, на відміну від буденної, вважають формалізованою й більш точною, кожне поняття якої повинне мати максимально однозначне тлумачення. Проте фундаментальне для галузі ДУ поняття механізму має розгалужену значеннєву амплітуду: “1. Пристрій, що передає або перетворює рух. // Те саме, що машина... 2. перен.

Внутрішня будова, система чого-небудь. 3. Метод, спосіб... 4. Сукупність станів і процесів, з яких складається певне фізичне, хімічне та ін. явище” [17: 665], у межах якої актуальним для ДУ є саме переносне, метафоричне значення лексеми (значення 2), хоч метафора як мовний засіб вираження схожості, подібності на перший погляд не може і не повинна функціонувати в чіткому і доказовому світі науки. Проте саме метафора, визначена філологами насамперед як мовна прикраса, яскравий виражальний засіб, є специфічним способом пізнання, без якого не обходиться жодне наукове відкриття і без якого взагалі неможливі когнітивні процеси, де мовна метафора виступає “лише як поверхнєве відображення концептуальних метафор, закладених у понятійній системі людини та структуруючих її сприйняття, мислення й діяльність” [18: 23].

У сучасній науковій парадигмі розглядають метафору як основну ментальну операцію, як спосіб пізнання, структурування і пояснення світу. Людина не тільки виражає свої думки за допомогою метафор, але й мислить метафорами, створює, моделює за їхньою допомогою той світ, у якому живе. Для позначення такого моделювання фахівці використовують терміни “архетип” або “метафоричний архетип” (Панченко А. М., Смирнов И. П., Юнг К. Г.), “ментальна модель” (Джонсон-Лерд П. Н.), “метафорична модель” (Баранов А. Н.), “парадигма образів” (Павлович Н. В.), “поетична формула” (Кузьміна Н. А., Чудінов А. П.), “метафоричне поле” (Скляревська Г. Н.) та ін. Усі ці терміни мають різну внутрішню форму й акцентують на власне лінгвістичному, психологічному або когнітивному аспектах зазначеного явища, відображають традиції різних наукових шкіл і напрямів. Зауважимо, що метафора — це вияв аналогових можливостей людського мислення, це особливого роду схеми, за якими людина думає й діє. Розрізняють орієнтаційні метафори (спираються на просторові опозиції типу “верх — низ”, “центр — периферія”, “більше — менше” і т. п.), онтологічні метафори (наприклад, представлення людської душі як певного вмістища почуттів, подання неживих предметів як живих істот) і структурні метафори, які уможливають використання однієї понятійної сфери для опису іншої.

Зазначена складність метафоричного осмислення і водночас — уяскравлення процесів сприйняття зумовила актуальність метафоричного інтерпретування практично всіх сегментів реальності у

практично всіх різножанрових комунікативних аспектах, серед яких вирізняється владний дискурс та, відповідно, — політична (владна) метафора, досліджувана в широкій амплітуді наукових парадигм. Специфіку сучасного українського владного дискурсу в значній мірі визначають характерні для соціальної свідомості концептуальні вектори тривожності, підозрливості, недовіри й агресивності, відчуття “неправильності” існуючого положення справ і відсутності надійних ідеологічних орієнтирів, “національної ідеї”, що поєднує суспільство. Як це часто буває в революційні епохи, суспільна свідомість надзвичайно швидко наповнюється довірою не тільки до деяких політичних лідерів і партій, але й до деяких політичних термінів і метафор, проте так само стрімко й втрачає набуті ілюзії. Політична метафора динамічна, вона зрозуміла й дієва лише “тут і зараз”, має національне коріння.

Вчені розглядають політичну метафору в когнітивному аспекті (див. праці А. М. Баранова, Дж. Вей, М. Далмо, Ю. М. Караулова, А. Мусолфа, А. Б. Ряпосовой, Дж. Чартериса-Блека, А. П. Чудинова та ін.), згідно з якою вона — не троп, покликаний прикрасити мовлення і зробити образ зрозумілішим, а форма мислення. У комунікативній діяльності метафора — важливий засіб впливу на інтелект, почуття і волю адресата. Відповідно, аналіз метафоричних образів — це спосіб вивчення ментальних процесів і осягнення індивідуальної, групової (партійної, класової тощо) та національної самосвідомості. Метафору вивчають й у межах дискурс-аналізу, скерованого, зокрема, на “розуміння й пояснення соціальних проблем міждисциплінарного характеру” [19: 108]; кризових комунікацій та впливового потенціалу метафорики у політичному дискурсі (див. праці Х. де Ландтсхеер, Д. Фертессен); у площині лінгвокультурології, оскільки “найфундаментальніші культурні цінності узгоджені з метафоричною структурою основних понять даної культури” [20: 404]; у межах психологічних та нейрологічних наук, де розрізняють так звані ізометричні метафори — невеличкі історії, в яких відслідковується та сама проблема, що й у слухача. Щоб створити ізометричну метафору, Д. О’Конор пропонує: а) ідентифікувати проблему; б) ідентифікувати бажаний стан; в) визначити співвіднесеність між елементами історії; г) розглянути ситуацію з іншого боку [21]. Дослідники довели, що на ефективність такої метафори впливає використання не цифрових, а

сенсорних предикатів, застосування прийому саспенса (напруженого очікування), ототожнення реципієнта з героєм метафори, неочікуваний (інконгруентний) висновок розповіді [там само]. На особливу увагу заслуговують дослідження метафорики, здійснені в суспільних науках, де зауважено, що “ідеологія “працює” в політичному процесі не безпосередньо, а через систему ідеологічних метафор, ефективність яких полягає в здатності адекватно виражати ціннісно-значущі для соціальних груп смисли політичної діяльності” [22: 10], що, безперечно, має прислужитися в гала-комунікаціях державного управління.

Витоки сучасного розуміння метафоричної природи поняття *механізм* сягають часів механістичної парадигми, сформульованої в XVII ст. Р. Декартом й І. Ньютоном, що декілька століть домінувала в західній культурі. Вважається, що саме вона надала нашому суспільству його нинішню форму й значно вплинула на увесь світ.

Стародавні світоглядні системи ґрунтувалися на ототожненні різних фрагментів природного оточення з тими чи іншими частинами людського тіла. Такий варіант фундаментальної метафори називають “антропоморфним”. Саме антропоморфні метафори примушували первісних людей бачити у різноманітних виявах зовнішнього світу аналог власного життя. Людина несвідомо переносила на навколишні предмети і явища якщо не знання про власний устрій, то принаймні відчуття свого буття у світі. Цей “перцептивний” варіант фундаментальної метафори не прив’язував спосіб сприйняття світу до індивідуальних особливостей суб’єкта, бо йшлося про універсальне для всіх людей ставлення до світу як до чогось такого, що фіксується за допомогою органів чуття. Пізніше усвідомлення залежності поведінки кожного індивіда від його місця в системі міжіндивідуальних зв’язків і відносин уплинуло й на спосіб опису довкілля. Влаштування світу стало мислитися за аналогією до організації суспільних систем. Так виник новий варіант фундаментальної метафори — “соціоморфний”.

Подальший розвиток такого зразка організації знань у значній своїй частині був зумовлений тим, що до XVII століття у сфері практичної діяльності людей усе більшу роль стали відігравати різноманітні механічні системи. Можливість “повної” влади над ними, саме їх виникнення як результат людської винахідливості, їх конструктивна “відкритість” людям, нарешті, досить однозначний характер зв’язків

між пристроєм механізму та його функціонуванням — усе це завдало потужного впливу на стиль мислення, характерний для європейських культур Нового часу. Формування першої (власне наукової) картини світу — ньютонівської механіки проходило на підставі уподібнення Всесвіту гігантській машині. І хоч метафоричність такого уподібнення на той час навряд чи усвідомлювалась, образ “світу-машини” зумовив становлення якісно нового стилю мислення.

Механістичний погляд на людину і її діяльність визначав орієнтацію на виокремлення в природному середовищі таких його форм, які могли б укластися в схему “конструкція — функція — результат”, причому ця схема повинна була відтворюватися щоразу, коли в цьому виникне потреба. Індивідуальні особливості, духовний бік людського буття, відмінність історичних стадій людини й суспільства — все це стало оцінюватися як “несуттєві” характеристики. Що передбачуванішою представлялася поведінка людей, то більш науковим вважався її опис. Так виникав наступний тип фундаментальної метафори — “машинний”.

Подібна тенденція збереглася в деяких концепціях і понині, зокрема у науковій галузі державного управління, де такий спосіб мислення часто вважають доволі непродуктивним в умовах сучасного суспільства. Так, Ф. Капра зауважує, що поширення механістичного підходу до менеджменту є сьогодні одним з основних перешкод на шляху організаційних змін [23]. П. Сендж, акцентуючи на наслідках механістичної метафори, називає її “машиною для вироблення грошей” [24]. Норми та ідеали техніки (серійність результатів, можливість “штампувати” ті самі деталі, призначені для виконання тих самих функцій) впливають і на форми міжлюдського спілкування, спричиняючи наскрізну негативацію його значенневих характеристик, а також, на думку дослідників, імпліковано виявляють думки суспільства про загальну передбачуваність, визначеність і наскрізну механістичність сучасної політики [25], втілюваної, зокрема, у фреймах “держава (та її складники) — механізм” (як правило, неефективний, бюрократичний, безжальний, поганий. — С. Б.); “керування державою як механізмом”, що, знов-таки, як правило, використовує “брудні технології”, є бездушним, таким, що нехтує окремою особистістю; “людина — механізм”, сприймана лише як позбавлений всього індивідуального, неповторного технічний засіб виконання настанов

держави. Проте, представляючи предмети і явища довілля у вигляді пасивного об'єкта, на який скеровано людські зусилля, “машинна метафора” виявляє свої сутнісні можливості, що оптимізують і максимально організують здійснювані людиною дії, її інтелектуальні потенції, сприяючи економії часу та енергії, витраченим на досягнення поставленої мети, що і визначає актуальність її функціонування у межах багатьох термінних сполук узагалі і в межах ДУ — зокрема, де це поняття сприймається “не як машина, що чекає запуску або знаходиться в роботі, а організаційна система, яка реалізується в ході державноуправлінського впливу” [26: 74].

Узагальнюючи відзначимо, що “поняття *механізм* у процесі розвитку в рамках соціальних наук зазнало історичних змін свого первинного значення і набуло широкого спектру нових значень: від повної відсутності врахування “людського фактору” у процесі організації управління до алгоритму і процедури реалізації управлінських впливів у межах організаційної ієрархії [27: 5].

Висновки. Серед причин широкого кола тлумачень механізму ДУ щонайперше виокремлюємо складність власне феномену *механізм*, методологічну багатозначність дослідницьких інтерпретацій, полісемантизм термінологічної кодифікації поняття та його механістичну метафорику, де саме остання істотно вплинула на різновекторність дефінувань. Метафора — широко застосовуваний інструмент не лише буденного пізнання дійсності, а й наукових реконструкцій. Активне використання машинної метафори в теоретичній площині державного управління зумовлене спектральною динамікою поняття *механізм*, семантичні акценти якого концентруються на сутнісних можливостях оптимізації й максимальної організації здійснюваної дії, сприяючи економії часу та енергії, витрачених на досягнення поставленої мети.

ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ

1. Державне управління: Словник-довідник / за заг. ред. В. М. Князева, В. Д. Бакуменка. — К. : УАДУ, 2002. — 228 с.
2. Астапова Г. В., Астапова Е. А., Лойко Д. П. Организационно-экономический механизм корпоративного управления в современных условиях реформирования экономики Украины : [монография] / Г. В. Астапова, Е. А. Астапова, Д. П. Лойко. — Донецк : ДонГУЭТ, 2001. — 525 с.

3. Політологія: підручник для вищих навчальних закладів / за заг. ред. канд. філос. наук Ю. І. Кулагіна, д-ра іст. наук, проф. В. І. Полуріза. — К. : Альтерпрес, 2002. — 612 с.
4. Державне управління та державна служба : словник-довідник / Уклад. О. Ю. Оболенський. — К. : КНЕУ, 2005. — 480 с.
5. Малиновський В. Л. Державне управління : [навч. посіб.] / В. Л. Малиновський. — Вид. 2-ге, доп. та перероб. — К. : Атіка, 2003. — 576 с.
6. Державне управління в Україні: наукові, правові, кадрові та організаційні засади : навч. посібник / за заг. ред. Н. Р. Нижник, В. М. Олуйка. — Львів : Вид-во нац-го ун-ту “Львівська політехніка”, 2002. — 352 с.
7. Юзьков Л. П. Государственное управление в политической системе развитого социализма / Л. П. Юзьков. — К. : Вища школа, 1983. — 155 с.
8. Приходченко Л. Л. Сутність понять механізмів держави, державного управління та державного регулювання / Л. Л. Приходченко // Актуальні проблеми державного управління: Зб. наук. праць ОРІДУ. Вип. 3 (35). — Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2008. — С. 61–68.
9. Тихомиров Ю. А. Курс административного права и процесса / Ю. А. Тихомиров. — М. : Юринформцентр, 1998. — 795 с.
10. Колісник М. Теоретичні засади механізмів державного управління як засобів практичної реалізації державного впливу на процеси суспільного відтворення / М. Колісник // Актуальні проблеми державного управління: Зб. наук. праць ОРІДУ. Вип. 4 (20). — Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2004. — С. 78–86.
11. Шамхалов Ф. И. Теория государственного управления / Ф. И. Шамхалов. — М. : ЗАО “Изд-во “Экономика”, 2002. — 638 с.
12. Приходченко Л. Л. Сутність понять механізмів держави, державного управління та державного регулювання / Л. Л. Приходченко // Актуальні проблеми державного управління: Зб. наук. праць ОРІДУ. Вип. 3 (35). — Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2008. — С. 61–68.
13. Коротич О. Б. Механізми державного управління: проблеми теорії та практичної побудови / О. Б. Коротич // Вісник НАДУ при Президентіві України. — К., 2006. — Вип. 3. — С. 79–84.
14. Баранов А. Н., Казакевич Е. Г. Парламентские дебаты: традиции и новации. Советский политический язык: от ритуала к метафоре / А. Н. Баранов, Е. Г. Казакевич. — М. : Знание, 1991. — 63 с.
15. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) / А. П. Чудинов. — Екатеринбург, 2001. — 238 с.
16. Курбатов В. И., Курбатова О. В. Социальное проектирование / В. И. Курбатов, О. В. Курбатова. — Ростов-н/Д : Феникс, 2001. — 416 с.
17. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод., допов. та CD) / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. — К. : Ірпінь : ВТФ “Перун”, 2007. — 1736 с.
18. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Современная политическая лингвистика [текст] / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. — Екатеринбург : Изд-во Екатеринбургского ун-та, 2006. — 260 с.
19. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика / Р. Водак ; Пер. с англ. и нем. — Волгоград : Перемена, 1997. — 139 с.

20. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон // Теория метафоры. — М. : Прогресс, 1990. — С. 387–415.
21. О'Конор Дж. НЛП : Практическое руководство для достижения желаемых результатов / Дж. О'Конор. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004. — 448 с.
22. Куньшиков С. В. Идеология в структуре политического процесса: сущность и динамика функционирования : [автореферат] дисс. ... канд. полит. наук / С. В. Куньшиков. — Екатеринбург, 2006. — 26 с.
23. Капра Ф. Дао физики / Ф. Капра. — СПб. : Орис, 1994. — 302 с.
24. Senge P. The Fifth Discipline. — Kharkov, Composed by Max Vasilyev, 2006. — 386 p.
25. Ezrahi Y. The theatrics and mechanics of action: the theater and the machineas political metaphors // Social Research. — 1995. — Vol. 62. — № 2. — P. 299–322.
26. Комар Ю. Теоретико-методологічні підходи до формування інноваційних механізмів системи державного управління підготовкою студентів-управлінців / Ю. Комар // Освіта і управління. — Т. 10. Ч. 2. — 2007. — С. 73–78.
27. Кривенко І. “Механізм” як категорія і його сутність у процесі державного управління // Актуальні проблеми державного управління: Зб. наук. праць ОРІДУ. — Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2006. — Вип. 1 (25). — 330 с.

Стаття надійшла до редакції 18.04.15

УДК [811.161.2+811.133.1]’367’42

Н. О. Дем’янова

СПОСОБИ СЛОВОТВОРЕННЯ У ДАВНЬОФРАНЦУЗЬКОМУ (ІХ–ХІІІ ст.) ТА СУЧАСНО-ФРАНЦУЗЬКОМУ (ХХ–ХХІ ст.) ПЕРІОДАХ: ЇХ ПОДІБНОСТІ ТА ВІДМІННОСТІ

Статтю присвячено порівняльному аналізу способів словотворення у давньофранцузькому та сучасно-французькому періодах внаслідок недостатнього висвітлення даного питання у романістиці. Розглядається специфіка утворення нових слів у певні періоди становлення лексичного фонду французької мови. На основі порівняльного аналізу морфологічних та морфолого-синтаксичних способів словотворення виявлені відмінні та подібні особливості в обох періодах.

Ключові слова: словотворення, давньофранцузький період, сучасно-французький період, морфологічний спосіб, морфолого-синтаксичний спосіб.

Статья посвящена сравнительному анализу способов словообразования в старофранцузском и современном французском периодах вследствие недостаточного освещения данного вопроса в романистике. Рассматривается специфика образования новых слов в определенные периоды становления лексического фонда французского языка. На основе сравнительного анализа морфологических и морфолого-синтаксических способов словообразования выявлены отличительные и схожие особенности в обоих периодах.

Ключевые слова: словообразование, старофранцузской период, современный французский период, морфологический способ, морфолого-синтаксический способ.

The article is devoted to the comparative analysis of word-formation ways in Old French and Modern French periods caused by insufficiency of the investigated issue in Romance studies. The paper examines the specificity of word-formation in certain periods of the French lexical fund development. On the basis of the comparative analysis of morphological and morphological-syntactical

ways of word formation the similarities and differences in the both periods are defined.

Key words: *word-formation, Old French period, Modern French period, morphological way, morphological-syntactical way.*

Словниковий склад мови чутливо реагує на життя народу — носія і творця мови. Безпосередньо пов'язаний з різноманітною діяльністю людини в суспільстві, він постійно змінюється. Найбільш активним процесом у розвитку лексики французької мови, збагаченні її ресурсів є утворення нових слів.

У ході нашої роботи ми дослідили наукові праці видатних лінгвістів, таких як В. Г. Гак, О. В. Раєвська, Е. О. Халіфман, Ш. Балі, Л. Гілбер, Л. І. Чернобай, які зробили величезний внесок у дослідження словникового складу французької мови [1, 348].

У мовознавстві розрізняють морфологічні та неморфологічні способи словотворення. До морфологічних належать: афіксація (суфіксальний, префіксальний, суфіксально-префіксальний, постфіксальний), безафіксний спосіб та основоскладання. До неморфологічних відносяться: морфолого-синтаксичний, лексико-синтаксичний, лексико-семантичний [2].

Спочатку проаналізуємо суфіксальний спосіб словотворення, притаманний як давньофранцузькому так і сучасно-французькому періодам, але має характерні відмінності. За словами О. В. Раєвської, суфіксація — це один із найпродуктивніших морфологічних способів словотворчої системи французької мови. При суфіксальному способі словотворення словотворче значення виражається за допомогою суфіксів. В суфіксальних словотворчих моделях суфікс приєднується до твірної основи (слову) [3, 129].

В давньофранцузькій та сучасно-французькій мовах **суфіксальний** спосіб словотворення є загальноживаним. Французька мова має велику кількість суфіксів. У давньофранцузькому і сучасно-французькому періодах продуктивними та активними суфіксами іменників (прикметників) зі значенням особи, способу дії є: **-ier, -erie, -ien, -ais, -ois, -ment**. Суфікс **-ier** утворює похідні іменники для позначення представників різних ремесел та професій: *sellier, armurier*. Похідні слова, що утворюються за допомогою суфікса **-erie**, позначають місце виробництва: *bijouterie, savonnerie*. Похідні слова із суфіксом **-ien** — це етнічні імена, утворені від назв країн, міст: *syrien, parisien*. Слова, що

позначають мешканця країни або міста: *français, algérois*, утворюють-ся від топонімічних назв за допомогою суфіксів *-ais, -ois*. Суфікс *-ment* має значення способу дії: *ouvertement, assement* [4, 58].

Дуже продуктивними у давньофранцузькій мові є зменшувальні суфікси *-et, -ot, -on*: *chevalet, chevrot, oisillon*. Активні суфікси *-ateur/-atrice, -ificateur, -ation, -(ific)ation, -able* зустрічаються переважно у сучасно-французькому періоді. Приєднанням перших двох утворюються імена дійових осіб: *réconciliateur/-atrice*, назви знарядь дії та прикметники: *émulateur, aspirateur/-atrice, amplificateur*. Слова, утворені за допомогою суфіксів *-ation, -(ific)ation*, вказують на дію або її результат: *accusation, édification*. Активні суфікси *-iste/-isme* властиві саме сучасно-французькому періоду, і іменники різних семантико-граматичних груп з цими суфіксами мають широку валентність: власні назви (*gaulliste, maonsme*), загальні конкретні (*bagagiste, épéisme*), абстрактні (*abolitionniste, abstentionnisme*), як і прикметники (*autonomiste, nationalisme*), що є взаємозалежними. Слова з суфіксами *-ant* (тільки для дійових осіб), *-eur/-euse, oir(e), -ant* позначають людей, знаряддя і місце дії (*travailleur, marqueuse, fumoir, exécutant*) та утворені від дієслів. Суфікси *-aison, -is, -ise, -üe* зі значенням дії, стану, якості характеризуються меншою продуктивністю як у давньофранцузькій, так і сучасній французькій мові: *commémoraison, clapotis, sottise, abattüe*.

Що стосується суфіксів *-esse (ece)* та *-age*, їх продуктивність у різних періоди відрізняється: у давньофранцузький період вони найбільш продуктивні: *hautesse, largesse, rudece, amendage*, а у сучасній французькій мові — малопродуктивні. Можна зазначити ще одну відмінну рису: у давньофранцузькій мові не було тих обмежень у поєднанні основ та словотворчих суфіксів, які можна побачити у сучасній період — одна й та сама основа могла поєднуватися з різноманітними суфіксами та утворювати ряд синонімів, що не збереглися при подальшому розвитку мови. У якості прикладу можна привести синонімічну групу, яка характеризує синонімічне багатство давньофранцузької мови: *поліпшення: amendacion, amendage, amende, amendement, amendise, amendison* [5, 55].

Наступний спосіб словотворення, який ми розглянемо — це **префіксальний** спосіб, характерний для давньофранцузького та сучасного періодів. На думку Ш. Баллі, префіксацією називається такий

афіксальний спосіб словотворення, при якому словотворче значення виражається за допомогою префіксів. Він звертав увагу на те, що словотворче значення суфіксів набагато складніше, ніж словотворче значення префіксів [6, 68].

Існують такі семантичні групи активних префіксів: 1. Негативно-привативні префікси: а) префікси заперечення: **a-** (+імен.) — *agravité*, **non-** (+імен., прик., дієприк.) — *non-ingérence*, *non-conformiste*, *non-engagé*, **in-** (**im-**, **il-**, **ir-**) + прик., дієприк. — *inattentif*, *immoral*, *illisible*, *irréel*; б) антонімічні префікси: **anti-** (+імен.) — *antiparticule*, **dé-** (+дієс.) — *déplaire*; в) префікси протиставлення: **anti-** (+імен., прик.) — *antimilitariste*, **contre-**: *contre-proposition*. Префікси даної групи притаманні і давньофранцузькій і сучасній французькій мові. Але свою класифікацію та широке розповсюдження вони отримали саме у сучасно-французькій період. 2. Продуктивні префікси інтенсивності: **super-**, **hyper-**, **extra-**, **sur-**, **archi-**, **ultra-**, що приєднуються до іменних (а **sur-** до дієслівних основ) та позначають вищу ступінь якості: **super-** (+імен.) — *superciment*. Цей префікс широкоживаний у лексиці кіно та реклами, військовій та спортивній лексиці: *superfilm*, *super-réalisateur*, *superavion*, *superchampion*. Префікс **hyper-** зустрічається переважно у науковій лексиці, **hyper-** (+імен., прик.) — *hypertension*, *hypersensible*. Префікс **extra-** вживається у мові реклами: **extra-** (+прик.) — *extra-fin*. Префікс **ultra-** вживається у політичній, науковій лексиці і мові реклами: **ultra-** (+прик., імен.) — *ultraréactionnaire*, *ultrapression*. В економічній термінології переважає префікс **sur-** (+імен., прик., дієс.) — *surproduction*, *surchoix*, *surtaxer*. Префікс **sur-** зустрічається у словах політичної (*surarmement*), технічної (*surpression*), літературної та розмовної лексики: *surpeuplé*, *surhumain*. Протилежне значення має префікс **sous-** (+імен., прик., дієпр., дієс.) — *sous-alimentation*, *sous-developpé*, *sous-évaluer*. Найбільша експресивність з відтінком іронії притаманна словам, утвореним за допомогою префіксу **archi-**, який вживається у розмовній лексиці: **archi-** (+прик., дієсл., імен.) — *archiplein*, *archipassé*, *archimillionnaire*. Що стосується префіксів даної групи, то можна сказати, що вони притаманні тільки сучасній мові. 3. Префікси локального значення: **a-**, **en-**, **trans-**, **a-** (+дієс.) зі значеннями наближення (*apporter*), **en-** (+дієсл.) — усунування (*emporter*), однак ці значення є переважно стертими: *abaissér*, *enfermer*; префікс **trans-** (+імен., прик., дієс.): *transposition*, *transcaspier*,

tranceborder; префікс **inter-** (+імен., прик., дієс.): *interaction, interurban, interpénétrér*. Можна зазначити, що префікси цієї групи характерні для давньофранцузької та сучасно-французької мов, але найбільш вживаними вони є у сучасний період [7, 327].

Слід зазначити, що основною спільною рисою давньофранцузького та сучасно-французького періодів є наявність окремого найпродуктивнішого префікса **re-, r-, rû-** (+дієс., імен.): *refaire, rhabiller, réédition*, що надає словам, утвореним за його допомогою, значення повторення та відновлення дії. До того ж треба виділити у давньофранцузькій мові префікс **a-** (крім вищезазначених значень), що вносить каузативний відтінок у дієслова, які походять від прикметників: *ablanchir, abonacer* та префікс **es-**, що надає новоутвореним словам відтінку закінченості дії: *escrier, esc combattre*. Похідні дієслова з префіксом **des-**, як і в сучасній французькій мові, вказують на протилежність по відношенню до непохідного дієслова. Префікс **des-** служить також для утворення дієслів від іменних основ: *descolorer, desfaire* [8].

Тепер розглянемо синтаксично-морфологічний спосіб словотворення — **словоскладання**, властивий обом періодам, але саме у сучасно-французькому періоді він отримав широке розповсюдження. Згадаємо, що під словоскладанням Е. О. Халіфман розумів такий спосіб словотворення, при якому в одному (складному) слові поєднуються два простих слова (слово) та основа [9].

За Л. Гілбером, у давньофранцузькому та сучасно-французькому періодах були розповсюджені такі типи складних слів: а) прикметник+іменник. До цього типу відносяться іменники істоти та неістоти: *basse-fosse, belles-lettres, franc-mazon*; б) іменник+прикметник. Це конкретні та абстрактні іменники: *coffre-fort, sang-froid*; в) прийменник/прислівник+іменник. Це активний тип, за допомогою якого утворюються іменники різного значення: *sans-travail, aprus-doner, avant-scune*. Можна сказати, що ці типи притаманні обом періодам; г) іменник+дієслово: *maintenir*. Складні дієслова (типу *maltraiter, bouleverser*) у сучасній французькій мові не утворюються; д) іменник+іменник (апозитивний тип): *chuvrefeuille*. Останні два типи відносяться тільки до давньофранцузького періоду; е) прикметник+прикметник. Кожний зі складових компонентів вживається як самостійне слово: *gris-vert, français-anglais*; є) основа

прикметника+о+прикметник: *militaro-industriel*. Ці типи характерні для сучасно-французького періоду [10, 123].

Наступний спосіб словотворення, який треба згадати — це **абрєвіація (скорочення)**. Особливе розповсюдження це явище отримало у сучасному періоді. За словами Ш. Баллі, розрізняють: 1) скорочення слів шляхом усічення — морфологічний спосіб словотворення; 2) скорочення словосполучень, в результаті якого утворюються ініціальні складноскорочені слова; 3) словозлиття. Другий та третій способи є морфолого-синтаксичними способами словотворення [11, 56].

Усічення слів поділяється на два типи: а) усічення кінцевих складів — *апoкoпa*: *une automobile* — *une auto*, *Saint-Exupéry* — *Saint-Ex.*; б) усічення початкових складів (менш активний) — *афєреза*: *un autobus* — *un bus*.

Скорочення словосполучень можуть бути такими: 1) *альфaбетизми* — (літерні) абрєвіатури, де кожна літера читається як в алфавіті: *PTT*, *CGT*; 2) *акроніми* — (звукові) абрєвіатури, які мають не менше однієї голосної фонєми в середині або у кінці та вимовляються як звичайні слова: *OTAN*, *UNESKO*, *SMS*, *NASA*.

Словозлиття — це широко розповсюджений спосіб словотворення у сучасній французькій мові, при якому частина одного слова зливається, щоб утворити єдине ціле з частиною іншого слова або з цілим словом: *Europe+Asie=Eurasie*. Він зустрічається в політичній та економічній мові прєси.

Конверсія — це наступний спосіб словотворення, характерний обом періодам. Це морфолого-синтаксичний спосіб словотворення, за допомогою якого слово переходить з однієї частини в іншу без зміни своєї фонетичної форми, тобто без участі афіксів, шляхом зміни синтаксичної функції та морфологічної парадигми. За В. Г. Гаком, у французькій мові частіше конвертуються іменники та прикметники: а) *конверсія іменників* — це ад'єктивация: іменник → прикметник: **un ami** → (*une maison*) *ami*; б) *конверсія прикметників*: 1) субстантивация: прикметник → art.+іменник: (*équipement*) *industriel* → **un industriel**; 2) адвєрбіалізация прикметників — перехід прикметників у прислівники: прикметник → прислів.: *parler bas (haut)* [3, 99].

Також треба зазначити ще два морфологічні способи словотворення — **складання греко-латинських елементів** та **парасинтез** (префіксально-суфіксальний спосіб), притаманні обом періодам. За

своїм походженням та зовнішньою структурою Л. Гільбер поділяє слова, утворені способом складання греко-латинських елементів, на чотири групи: 1) грецький елемент+латинський елемент: *aéroduc*; 2) латинський елемент+грецький елемент: *altimutre*; 3) грецький елемент+французьке слово: *aérochasse*; 4) грецький (латинський) елемент+елемент, який є результатом складання: *hydro-locomotive*. У сучасній французькій мові спостерігається тяжіння до третьої групи. Це свідчить про те, що греко-латинські елементи виконують функцію префіксів і суфіксів [12, 83]. Парасинтез — це утворення нових слів шляхом одночасного приєднання до твірної основи префікса і суфікса. На думку Л. І. Чернобая, парасинтетичні утворення підрозділяються на власне парасинтез: а) суфікс *inter-*+іменна основа+суфікс (*-aire, -al, -el*) → прикм.: *intercellulaire*; б) префікс (*sous-, trans-, ultra-*) +іменна основа+суфікс (*-aire, -al, -ique, -ain*) → прикм.: *sous-épidermique*; в) префікс (*en-, a-*) +іменна основа+*-ement* → імен.: *empiement* та невласне парасинтез: а) *a-*+ад'єктивно-іменна основа+*-r(-er)* → дієсл.: *affaiblir*; б) *en-(em-)*+ад'єктивно-іменна основа+*-r(-er)* → дієсл.: *empirer*; в) *de-*+ад'єктивно-іменна основа+*-er(-r, -(is) er)* → дієсл.: *débotter*; г) *ũ-*+іменна основа+*-er* → дієсл.: *édenter*; д) *en-*+іменна основа+*-er* → дієсл.: *echaouer*; е) *a-*+іменна основа+*-r* → дієслово: *atterir*; є) *anti-*+іменна основа+Ш → прикм.: *anti-pollution* [13, 62].

Таким чином, проаналізувавши способи словотворення у давньофранцузькому та сучасно-французькому періодах, нами були виявлені спільні та відмінні ознаки. До спільних рис відносяться: 1) обидва періоди характеризуються морфологічними (суфіксальний, префіксальний, складання греко-латинських елементів, парасинтез) та морфолого-синтаксичними (словоскладання, конверсія, аббревіація) способами словотворення; 2) переважання суфіксального способу словотворення над префіксальним; 3) при суфіксальному словотворенні активними суфіксами є: *-ier, -erie, -ien, -ais, -ois, -ment* та малопродуктивними: *-aison, -is, -ise, -üe*; 4) при префіксальному словотворенні активними префіксами є: *re-, a-, en-, des-, trans-*.

До відмінностей належать: 1) аббревіація та словоскладання отримали особливе розповсюдження у сучасний період; 2) продуктивність суфіксів *-esse(ece), -age* відрізняється: у сучасному — низька, а у давньофранцузькому — висока; 3) у давньофранцузькій мові не було

обмежень у поєднанні основ та словотворчих суфіксів, як у сучасній французькій мові; 4) тільки сучасній французькій мові притаманні такі префікси: *super-*, *hyper-*, *extra-*, *sur-*, *ultra-*; 5) складні дієслова (типу *maltraiter*) у сучасно-французький період не утворювалися.

ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ

1. Катагощина Н. А. История французского языка / Н. А. Катагощина, М. С. Гурычева, К. А. Аллендорф. — М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1963. — 448 с.
2. Акимова Л. М. Префиксальное образование глаголов в старофранцузском языке. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: library.vggu.ru/cgi-bin/irbis64r
3. Раевская О. В. Части речи и словообразование во французском языке / О. В. Раевская. — М.: Филология, 1996. — 232 с.
4. Цыбова И. А. Словообразование в современном французском языке / И. А. Цыбова. — М.: Высшая школа, 2008. — 128 с.
5. Шмелева Р. А. Суффиксальное образование имен существительных с абстрактным значением в старофранцузском языке / Р. А. Шмелева. — М.: Высшая школа, 1953. — 138 с.
6. Степанов Ю. С. Структура французского языка: Морфология, словообразование, основы синтаксиса в норме французской речи / Ю. С. Степанов. — М.: Просвещение, 2013. — 184 с.
7. Данилова В. П. История французского языка: Курс лекций [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://window.edu.ru/library/pdf2txt/631/25631/8526>
8. Чумаков А. История французского языка. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.le-francais.ru/oh-la-la/historie-de-langue>
9. Гак В. Г. Теоретическая грамматика французского языка / В. Г. Гак. — М.: Добросвет, 2000. — 832 с.
10. Кубрякова Е. С. Типы языковых значений. Семантика производного слова / Е. С. Кубрякова. — М.: Либроком, 2012. — 200 с.
11. Халифман Э. А. Словообразование в современном французском языке / Э. А. Халифман, Т. С. Макеева, О. В. Раевская. — М.: Высшая школа, 1986. — 125 с.
12. Сергиевский М. В. История французского языка / М. В. Сергиевский. — М.: Учпедгиз, 1938. — 288 с.
13. Чернобай Л. И. Словообразовательные потенции префиксов в современном французском языке / Л. И. Чернобай. — М.: Просвещение, 1972. — 108 с.
14. Доза А. История французского языка / А. Доза. — М.: ЛКИ, 2009. — 474 с.

Стаття надійшла до редакції 14.05.15

UDC 801.6:[811.111+ 811.161.3]’42:316.774:004.738.5

I. M. Derik

SPEECH INTERACTION IN MULTICULTURAL COMMUNICATION

Проблематика статьи определяется как анализ механизмов комплексного взаимодействия лексико-грамматических, стилистических и просодических лингвистических средств для достижения максимального эффекта воздействия на аудиторию в процессе поликультурной коммуникации. Актуальность научной работы заключается в том, что объект исследования изучается в тесной взаимосвязи с механизмом оптимизации воздействия на целевую аудиторию в условиях формирования политически и социально активного гражданского общества.

На основании результатов экспериментально-фонетического исследования были сделаны выводы об общей тенденции к colloquialization языка СМИ, а также об использовании выразительного потенциала языковых средств для реализации определенных коммуникативных стратегий.

Ключевые слова: механизмы комплексного взаимодействия лексико-грамматических, стилистических и просодических лингвистических средств, поликультурная коммуникация, экспериментально-фонетическое исследование, colloquialization языка СМИ, выразительный потенциал, коммуникативные стратегии.

Проблематика статті визначається як аналіз механізмів комплексної взаємодії лексико-граматичних, стилістичних і просодичних лінгвістичних засобів для досягнення максимального ефекту впливу на аудиторію у процесі полікультурної комунікації. Актуальність наукової розвідки полягає у тому, що об'єкт дослідження вивчається у тісному зв'язку з механізмом оптимізації впливу на цільову аудиторію в умовах формування політично та соціально активного громадянського суспільства.

За результатами експериментально-фонетичного дослідження було зроблено висновки про загальну тенденцію до colloquialization мовлення ЗМІ, а також про використання виразового потенціалу мовних засобів для реалізації певних комунікативних стратегій.

Ключові слова: механізми комплексної взаємодії лексико-граматичних, стилістичних і просодичних лінгвістичних засобів, полікультурна

комунікація, експериментально-фонетичне дослідження, колоквіалізація мовлення ЗМІ, виразовий потенціал, комунікативні стратегії.

The problem discussed in the article is determined as the analysis of the complex interaction of the lexico-grammatical, stylistic and prosodic linguistic means aimed at the optimization of the influence on the audience in the course of the multicultural communication. The up-to-datedness of the given article lies in the fact that the issue under analysis deals with the mass media means and the target audience interaction optimization under the conditions of the politically and socially active civil community formation.

In the course of the research it has been concluded and experimentally and statistically proved that there exists a general tendency of the mass media language colloquialization. It has also been postulated that the expressive potential of the linguistic means on different levels is being widely used for the communicative strategies realization.

Key words: lexical, grammatical, stylistic and prosodic means of interaction, multicultural communication, mass media language colloquialization, expressive potential, communicative strategies.

There has been recently witnessed a great interest of native and foreign scholars to the applied research in the field of mass communication in general and Internet-communication in particular. The multicultural communication has been thoroughly investigated throughout the last decades by European and American linguists in the aspects of the multicultural co-existence and controversy in the modern world. The most fundamental works in this field include the researches by M. H. Prosser, W. B. Gudykunst, Y. Y. Kim, J. Burgoon, S. Ting-Toomey. The late 1980's and 1990's witnessed the appearance of such essential theories of the multicultural distinctions as the face negotiation theory, the conversational constraints theory, the expectancy violations theory, the anxiety/ uncertainty management, the communication accommodation theory.

The purpose of the paper is to describe the interaction mechanism of the linguistic units of different levels functioning as the expected reactions stimulants or specific mass conscience manipulation means. The up-to-datedness of the given article lies in the fact that the issue under analysis deals with the mass media means and the target audience interaction optimization under the conditions of the politically and socially active civil community formation.

The complexity of the communicative process under analysis is mainly preconditioned by the specifics of its organization and technical provision.

The important prerequisite of the successful mass communication is the account of such relevant factors as the target audience heterogeneous nature predetermined by its mass character, information recipients' preferences independence from the communicators' likings and expectations. In the situation of the Internet communication the communicators and mediators are guided not only by their own intuition and professional experience — the possibility of the feedback (Scype, e-mail, ICQ technologies) allows not only to save time for broadcasting, and also to aptly react to the recipient's changes in the mood and use the appropriate communicative strategy. The important constituents of the Internet communication process are the following:

- the information content, form and volume understood as the complex of knowledge, ideas, superstitions and expectations of the Internet messages authors;
- the broadcasting channels (worldwide network);
- the specifics of the qualitative and quantitative characteristics conditioned by technical means of broadcasting as well as by the orientation upon the recipient;
- the audience as a unique unit of the communicative process, distinguished by the social and cultural differentiation, gender and psycho-physiological peculiarities of the information perception and recycling;
- the factors of the message efficiency determined by the social behavior, the presence or absence of the society's activity as the reaction on the information received.

The mass media speech characteristics proper play a very important role in the communicative process optimization. The information presentation expressive potential consists of such relevant features as:

- the abundance and transparency of information which improve its perception;
- the distinctness and clearness of the message which contribute to its recognition, integration and the comprehension of its constituent parts (words, phrases, images etc.);
- the language and speech availability, determined by the correlation of the simple and compound elements and conditioning their cognition and understanding.

The mass media language is the factor which greatly affects the spiritual development of the society. The late 1990s and the early 2000s witnessed the

modification of the above mentioned tendency due to the principal shift in the influence vector. Since then the mass media speech has lost its mandatory character and has stopped being the closed information system.

The complete publicist style democratization has resulted in its vulnerability for the earlier forbidden language means. This situation has only proved that the moral, ethic and educational levels of the active social layers have reasonably worsened — the elite stands up for the provoking conduct, clothes style and self-expression. The aspiration for the open self-expression has recently transformed into the direct pressure upon the addresser, the imposing of the subjective viewpoint in the coverage of certain events.

As it was fundamentally postulated in the earlier published researches in this field some lexical and phraseological units have a certain effect upon the existing linguistic world pictures and contribute to their further modeling in the given direction. The mass media discourse has experienced the so-called emotional register shift — the high pathos intonation of the Soviet time has given way to the polemic, self-ironic and stylistically colored informal friendly intonation. This has resulted in the penetration into the mass media speech of the colloquial, dialectal, taboo words and in the predominance of the emotionally colored words with the connotations of 'great interest, 'sympathy', 'support'.

The utterance tonality is interpreted in the article as the objective phenomenon, which can be identified and structurally analyzed both on the intuitive and instrumental levels [1, p. 8]. The presenter's speech prosodic means analysis was done with reference to such important communicative process parameters as the communicative situation, the communicative purpose, the mediator's personality, the addressee's position according to the recipient, the spatial and temporal addressee's proximity to the described events, the mediator's competence, their personal interest in the success of the communication, the addressee's expectancy of certain reactions from the target audience.

One of the main conclusions was the experimental proof of the mediator's colloquial tonality realization due to the cumulative effect of the simultaneous employment of the linguistic units of different levels peculiar for the non-formal situation of communication. Thus, the lexical and grammatical means analysis has resulted in the distinction of the following groups: 1) colloquial doublets — synonyms stylistically and emotionally neutral lexemes; 2) emotionally and modally colored lexemes; 3) the language neologisms;

4) words wide semantics; 5) auxiliary periphrastic words with the meaning of uncertainty (e.g.: *sort of; kind; maybe*); 6) auxiliary periphrastic detached words (e.g.: *I hope; I think; as far as I know; I believe; they say; supposed to be*); 7) auxiliary periphrastic words with the meaning of hesitation (e.g.: *well*).

In the boundaries of the words wide semantics there have been differentiated the following subgroups: 1) *of* lexical units, semantically defined by the communicative situation context (e.g.: *thing; the like; something; stuff*); 2) words and word-combinations, denoting the sequence (e.g.: *and so on; and things like this*); 3) lexemes, denoting multitude, the quantitative features (e.g.: *heaps of; a touch of; lots of*); 4) form words (prepositions) with the meaning of approximate number (e.g.: *about; around*); 5) adverbs and particles with the meaning of the feature intensification, extraordinariness (e.g.: *absolutely; awfully*); 6) words which are used to soften the general utterance tonality (e.g.: *quite; actually; just; right; rather*); 7) lexical units which are semantically classified as denoting the decrease in the feature or neutralizing the meaning of the preceding utterance (e.g.: *at least; at any rate; actually*); 8) fixed cliché words (e.g.: *as a matter of fact; to be more precise; in other words; that is; as I say*); 9) deictic words (personal and demonstrative pronouns, adverbs *'there', 'here'*).

The next stage of the research was aimed at distinguishing the combination of the relations arising among the lexical, grammatical, stylistic and prosodic means in the process of their interaction in the Internet messages of mediator's speech.

On the basis of the predecessors' researches in the field of the interaction of linguistic modality expressive means on different levels (works by V. V. Vynogradov, A. M. Peshkovskiy, T. M. Korolova, T. O. Brovchenko, V. Yu. Paraschuk) it has been postulated that there exists a general tendency of the utterance modal qualification due to the autonomous use of a language means or the complex use of different language units [2; 3].

The autonomous realization of any linguistic means is less typical of the speech. It should be noted that grammatical means (particles, conditional and imperative mood forms, negative and interrogative forms, modal particles and verbs etc.) are used apart from other components mainly to express objective and modal meanings and communicative and modal settings; the lexical means are more universal modality modifiers which are more widely used to express the subjective estimation.

In case of the lexical, grammatical and paralinguistic means, *the* neutral intonation peculiarities character function autonomously as the compensation means in regards to the actualization means of different levels and are absent in the speech segment under analysis and functioning as the active meaning carriers also providing for the phrase modal qualification.

It goes without saying that more common are the communicative situations in which the modal information is actualized through the active interaction of the lexical, grammatical and intonation subsystems components in the speech. At the same time it provides for the content plane adequacy and is conditioned by the compensational and diffusive components structure transformation.

The above mentioned interaction principles vary reasonably depending on the semantic aspects coordination in the content plane degree. The following three situations of the. opposite semantics and of the expressive means semantic autonomy are differentiated in the speech acts of the similar semantics.

In the first situation all the linguistic and extralinguistic means perform the same function on the semantic level. This is the most common situation of the deliberate simultaneous use of the different linguistic means aimed at expressing semantic relations. Principally different from the first is the situation of the lexical, grammatical and intonation means contraction in the modal meaning expression which is the least common. As it has been experimentally proved in this case the prosodic means play the dominant role and highlight the real meaning.

And, finally the third situation of the different semantics links *of* linguistic markers autonomous usage in the same speech segment, must be viewed rather as a specific means of the phrase functional and semantic structure arrangement than as the type of the different expressive means interaction. In this case the links tenseness and the expressive means interaction degree are minimal due to their correlation with the other content plane aspects.

As it has been mentioned the most common is the coordination of the different means of expressing modality. All the linguistic and non-linguistic means interact in one of the following ways: interrelate, dominate or specify.

The purpose of the research can be formulated as the analysis of the lexical, grammatical and prosodic means correlation mechanism used for emphasizing the logical and emotional Internet discourse semantics constituents and thus contributing to the higher text expressiveness.

The tasks of the research are as follows:

- to determine the role of the modally colored lexeme position in the sense-group in the definition of the prosodic, lexical and grammatical means interaction type;
- to differentiate classification types of the prosodic, lexical and grammatical means interaction in the various genre subtypes of the English and Ukrainian Internet messages;
- to classify the different linguistic means interaction types according to the frequency of the modality expression.

The results of the linguistic experiment have provided the following conclusions.

If the emphatically colored lexemes are located in the initial position of the sense-group the degree of the prosodic features manifestation relevant for the emotional and modal diversity is the lowest (the main pitch range and intensity parameter figures are minimal for each presenter). The final position of the emphatically colored lexemes is associated with the more evident prosodic features manifestation. The medial position of the emphatically colored lexeme is characterized by the most vivid prosodic features manifestation. It has been concluded that the maximum main pitch range parameter figures are registered together with the break in the monotonous flow of speech melody presented by the descending and ascending scales abrupt which also greatly contributes to its expressiveness.

The lower acoustic features manifestation in the initial and final lexemes position can be explained by the fact that the position of the lexeme makes it more prominent and thus the quantitative acoustic features parameters become less relevant. Besides, in this case the lexeme foregrounding is also realized by means of an additional pause immediately after the terminal tone.

The outlined correlation of the prosodic means of interaction character with the position in the sense-group proved the necessity of the interaction types classification. The first type is characterized by the medial position of the modally colored lexeme, the second — by its final position or detachment, the third type is determined by the initial position. (See Table 1).

The linguistic analysis has resulted in the following conclusions:

1) modally colored lexemes the so-called parentheses (e.g.: *'probably'*, *'presumably'*, *'for sure'*, *'perhaps'*; *“можливо”*, *“припустимо”*, *“напевно”*, *“ймовірно”* etc) occur mainly in the initial position. Therefore, in about 70 % of English and 65 % of Ukrainian Internet-messages the modal

Table 1

**The linguistic means interaction types distribution in the Internet-messages, %
(English and Ukrainian)**

Interaction type	Position in the sense-group	Modally colored lexemes types		
		estimators	intensifiers	modal parentheses
English				
Type 1	Medial	30 %	38 %	—
Type 2	Final	43 %	12 %	70 %
Type 3	Initial	27 %	50 %	30 %
Ukrainian				
Type 1	Medial	28 %	36 %	—
Type 2	Final	42 %	14 %	65 %
Type 3	Initial	30 %	50 %	35 %

lexemes constitute a sense-group. In the utterances of this type of the pitch maximum is registered on the nuclear syllable. E.g.: *Really, it's great to meet you. Basically, twenty eight percent in the UK.* (“Business View Midday Update”, T. Murphy); *Українська компанія “Гештальт Консалтинг Груп”, дійсно, належить до кращих вітчизняних консалтингових підприємств, забезпечує якісний конференц-сервіс, може, як переконливо свідчить її понад десятирічна практична діяльність, на рівні світових стандартів організувати й проводити важливі міжнародні заходи, із наданням широкого спектру корисних послуг* (“Gestalt Consulting Group”, Ukrinform). In the 30 % of the English and 35 % of the Ukrainian Internet-messages these words do not make a separate sense-group but are located in the initial position in the scale while the most acoustically prominent remains the first stressed syllable. E.g.: *Probably for longer for those who knows his calls* (“Real Money”, D. Cramer); *Можливо, варто замислитись над майбутнім вітчизняної промисловості* (“Internet-digest”, Ukrinform);

2) lexical intensifiers (the adverbs of measure and degree) are mostly located at the beginning (50 %) or in the middle of the scale (38 % of the English and 36 % of the Ukrainian Internet-messages) and only in the 12 % of the English and the 14 % of the Ukrainian Internet-messages these words are located in the nucleus. E.g.: *We get some very strong earnings after the bell last night.* (“Business View Midday Update”, T. Murphy). *Much more interesting proved to be profit margins today* (“Business Headlines” from MSNBC.com, D. Brown). *Интерес до новітніх технологій значною мірою обумовлений прагненням підприємств забезпечити зростання виробництва* [“Inter-

net-digest”, *Ukrinform*]; *Набагато цікавішою є діяльність концерн-сервісу “Гештальт Консалтинг Груп” (“Gestalt Consulting Group Консалтинг”, Ukrinform)*;

3) lexical units with the meaning of estimation and emotional and modal coloring are not typically located in any specific position in a sense-group. E.g.: *Communication like this **always** raised the question of security.; Well, the enterprise market is **booming** for these types of services; **Surprisingly** big costs are spent on the revival of the oil and coal mining industry in the US (“Building America: Eye on Business”, K. Ryan). *Несподівано швидке зростання прибутків забезпечується головним чином максимальним зменшенням витрат. Економічні зміни майже **завжди** є важливим чинником розвитку країни. Сьогодні вітчизняний ринок виробництва розвивається **вражаюче швидко** (“Internet-digest”, *Ukrinform*).**

The linguistic analysis aimed at defining the peculiarities of the stylistic and prosodic means correlation in the English and Ukrainian Internet-messages of presenters’ speech has revealed the following:

- the lexical stylistic means based on the transfer of meaning (metaphors, epithets) mostly correlate with the melodic and temporal prosodic features;
- the relevant features in the lexical repetition prosodic arrangement are:
 - a) the specific syntagmatic segmentation;
 - б) the presence of the logical and emphatic stress in the utterance;

the most prominent is the prosodic foregrounding of the lexical, syntactic and stylistic device of antithesis (the presence of the logical and emphatic stress, the rise in the main tone frequency level both in the scale and in the nucleus, the wide main tone frequency range in the utterance, change of tempo).

The most prominent evidence of the Internet-messages presenters’ speech expressiveness is the convergence of several stylistic devices. The most common convergence types are the following:

1) modally colored lexemes usage (e.g.: *probably; actually; obviously; evidently; переконливо; безумовно; ефективно*) in combination with the syntactic means of parallel constructions and parceling, which is made prominent due to their intonation detachment into a separate sense-group where they perform the semantic centre function (e.g.: *’Basica”lly,| twenty eight percent in the UK,| twenty percent in France,| and the rest all sort of drift off to Ireland (“Business Central”, CNN, R. Quest). *Безумовно, Гештальт Консалтинг Груп є перспективною бізнесовою установою, економічно**

стабільним підприємством, самостійною вітчизняною компанією (“Gestalt Consulting Group”, Ukrinform));

2) combined lexical and syntactic stylistic devices, emotionally and modally colored lexemes which are characterized by such prosodic peculiarities as the abrupt melody rise and break in the monotonous descending in the scale (the so-called *Accidental Rise*), the marked terminal tones usage (*The Rise-Fall* та *The High Fall*) (e.g.: *But though Oxford Micro Devices is a small company that builds a small pro’duct, | its impact on all of our ’lives| could be ’huge* (“*Building America: Eye on Business*”, D. Browdy). *Хоч впровадження нових технологій потребує чималих матеріальних затрат на початковому етапі, воно забезпечує чималий прибуток наприкінці виробничого циклу* (“Gestalt Consulting Group”, Ukrinform).

The research results have revealed the similarity of the speech linguistic means interaction on different levels in the typologically different languages (English and Ukrainian), which proves the general tendency of the Internet-communication optimization.

The perspectives of the research are seen in the extension of the experimental material by adding other Germanic and Romanic languages (German, French and Italian).

REFERENCES AND NOTES

1. Laver J. Principles of Phonetics/ J. Laver — Cambridge: Cambridge University Press, 1995. — 707 p.
2. Brovchenko T. O., Korolova T. M. English Phonetics (contrastive analysis of English and Ukrainian pronunciation) / T. O. Brovchenko, T. M. Korolova — Mykolaiv, 2006. — 300 s.
3. Paraschuk V. Yu. Teoretychna Fonetyka Angliiskoi Movy/ V. Yu. Paraschuk — Vinnytsya, Nova Knyga, 2009. — 232 s.
4. Internet-resource: <http://www.cnn.com/Business Central>
5. Internet-resource: <http://www.ukrinform.com/GestaltConsultingGroup>

Стаття надійшла до редакції 27.03.15

ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ПОНЯТИЯ “ИНВАРИАНТ ПЕРЕВОДА” В СОВРЕМЕННОМ ПЕРЕВОДОВЕДЕНИИ

Статья посвящена анализу переводоведческих источников относительно трактовки понятия инвариант перевода. Результаты исследования позволяют констатировать дискуссионный характер интерпретации данного феномена. Наиболее перспективным представляется определение инварианта перевода с позиций коммуникативно-функционального подхода, определяющего данное понятие как величину, устанавливаемую индивидуально для той коммуникативной ситуации, в которой осуществляется перевод, с учетом потребностей и ожиданий получателей и инициаторов перевода, специфики их предметной деятельности и цели перевода.

Ключевые слова: инвариант перевода, стратегия перевода, лингвистический подход, коммуникативно-функциональный подход, коммуникативная ситуация.

Статтю присвячено аналізу перекладознавчих джерел щодо трактування поняття інваріант перекладу. Результати дослідження дозволяють констатувати дискусійний характер інтерпретації даного феномена. Найбільш перспективним представляється визначення інваріанта перекладу з позицій комунікативно-функціонального підходу, що визначає дане поняття як величину, що встановлюється індивідуально для тієї комунікативної ситуації, в якій здійснюється переклад, з урахуванням потреб і очікувань одержувачів та ініціаторів перекладу, специфіки їхньої предметної діяльності та цілі перекладу.

Ключові слова: інваріант перекладу, стратегія перекладу, лінгвістичний підхід, комунікативно-функціональний підхід, комунікативна ситуація.

The article is devoted to the interpretation of the definition “translation invariant” analysis in translation studies. The results of the paper discover the speculative nature of the phenomenon. The communicative-functional approach defining the notion as a value estimated within the communicative situation of

translation subject to the needs and expectations of the recipient and initiators of the translation, specific character of their object-related activity and translation goals proves to be the most promising concept of translation invariant.

Key words: translation invariant, translation strategy, linguistic approach, communicative-functional approach, communicative situation.

В современном переводе представлены различные концепции определения инварианта перевода. Унифицированное понимание данного феномена, соотносимого со всеми видами перевода и ситуациями переводческой деятельности, остается нерешенной задачей, что и обуславливает актуальность данного исследования.

Цель работы состоит в анализе толкований термина “инвариант перевода”, представленных в переводоведческой литературе.

Любая трактовка инварианта предусматривает наличие чего-то общего, неизменного, присутствующего во всех вариантах. Вместе с тем понимание инварианта перевода обусловлено подходом к теоретическому истолкованию переводческого процесса, в рамках которого он рассматривается. В первую очередь речь идет о лингвистическом (текстоцентрическом в терминологии В. В. Слобникова [1]) и коммуникативно-функциональном подходах.

Следует отметить, что лингвистическая теория перевода полностью приняла классическое положение сосюрговской лингвистики об автономности языковой системы, в соответствии с которым как текст в целом, так и составляющие его отдельные единицы имеют свои автономные объективные свойства, независимые от языкового пользователя. Лингвистический подход не учитывает экстралингвистические условия осуществления переводческой деятельности, личности адресанта и адресата, их фоновые знания, когнитивные возможности, особенности коммуникативной ситуации, в которой осуществляется перевод, в результате чего инвариант перевода определяется исключительно на основе сопоставления переводного и исходного текстов и определяется как общность их семантического содержания.

Лингвистическому подходу к изучению и осуществлению перевода противостоит коммуникативно-функциональный подход, занимающий ведущие позиции в современных переводоведческих исследованиях. Суть коммуникативно-функционального подхода заключается в изучении перевода в рамках той ситуации, в которой осуществляется перевод, выступая в качестве средства удовлетворения потребностей

коммуникантов (прежде всего, получателей перевода) и инициаторов перевода. При таком понимании сути переводческой деятельности основным ориентиром для переводчика является цель перевода, осознание которой позволяет избрать стратегию перевода, соответствующую специфике и параметрам коммуникативной ситуации. В качестве инварианта перевода, согласно принципам коммуникативного подхода, изначально рассматривалась функция текста оригинала и соответствующих его частей и воссоздаваемый в переводе максимально сходный коммуникативный эффект (коммуникативная интенция автора оригинала, функциональная доминанта, коммуникативное задание, потенциал воздействия) [1]; соотношение содержания текста и ситуативного контекста, разное для каждого конкретного текста и представляющее собой его коммуникативное задание [2: 137].

Вместе с тем некоторые переводоведы, в частности В. С. Виноградов, говорят о преувеличении роли коммуникативно-функционального фактора в переводе, что приводит к “размыванию внутреннего содержания, информативной сути самого текста, оригинала и перевода, к замещению сущности объекта реакцией на него со стороны воспринимающего субъекта” [3]. Определяющим при таком подходе, с точки зрения ученого, становится не сам текст, а его коммуникативная функция и условия реализации.

Неправомерность подобного суждения, на наш взгляд, опровергает понимание “адекватного перевода” в рамках коммуникативно-функционального подхода как прагматически адаптированного в соответствии с оригиналом и нацеленного на воспроизведение того же коммуникативного эффекта, что и текст оригинала, *при сохранении*, по мере возможности, *содержательной и формальной зависимости от оригинала* [4: 22; выделение наше. — Н. Ж.]. Существующая диалектическая связь между разноуровневыми категориями высказывания (сообщение — смысл — функция) обуславливает комплексный характер инварианта перевода, включающий разные параметры текста.

Развитие коммуникативно-функционального подхода к изучению и осуществлению перевода, анализ широкого спектра коммуникативных ситуаций переводческой деятельности, обусловленных определенной целью, в которых переводной текст используется как средство решения разнообразных задач, возникающих в связи с осуществлением разноязычными коммуникантами и инициаторами

переводу різних видів більш широкій предметній діяльності, приводить до розуміння інваріанта перекладу як величини непостійної, варіюваною з урахуванням цілей перекладу, що відповідають характеру визначеної комунікативної ситуації, потребам і очікуванням учасників акту міжмовної комунікації, що впливають на вибір стратегії перекладу [1]. В. В. Сдобников виділяє три типи стратегій перекладу: стратегія комунікативно-рівноцінного перекладу, що застосовується в разі збігів цілей перекладу з метою створення оригіналу, що передбачає створення функціонального аналога вихідного тексту; стратегія терціарного перекладу, що використовується в тих випадках, коли мета перекладу не збігається з метою створення вихідного тексту (в цьому випадку ініціатор перекладу виступає в ролі «третього лиця» по відношенню до учасників первинного комунікативного акту); стратегія переадресації, що використовується в разі часткового збігів цілей перекладу з метою створення вихідного тексту, внаслідок чого виникає необхідність адаптації тексту до сприйняття аудиторії, відмінної від аудиторії оригіналу по своїм соціальним характеристикам. Стратегія перекладу визначає форму і зміст перекладного тексту, т. є. один і той же вихідний текст може бути по-різному перекладений в різних комунікативних ситуаціях і в відповідності з різними стратегіями перекладу.

Вибір тієї чи іншої стратегії перекладу В. В. Сдобников ставить в залежність від типу комунікативної ситуації і в відповідності з цим визначає адекватність перекладу вже не як обов'язкове відтворення комунікативного потенціалу перекладу, а як «вимога забезпечити результат перекладної діяльності умовам комунікації з використанням перекладу» [5: 141]. В даному випадку адекватність перекладу оцінюється не по його відповідності комунікативній інтенції автора оригіналу, а по його відповідності очікуванням отримувача або замовника перекладу, по відповідності тієї мети, з якою передбачається його використання.

Переклад не во всіх випадках орієнтує виконання на отримувача впливу, аналогічне тому, яке здійснює оригінал на свого адресата. В ситуації терціарного перекладу або переадресації текст оригіналу представляє собою результат обробки перекладачем вихідного тексту, єдиним критерієм оцінки стає відповідність перекладу тієї мети, з якою він виконаний.

Концепція В. В. Сдобникова в некоторой степени входит в противоречие с позицією В. Н. Комиссарова, который наряду с собственно переводом выделяет адаптивное транскодирование, специфика которого определяется “ориентацией языкового посредничества на конкретную группу Рецепторов перевода или на заданную форму преобразования информации, содержащейся в оригинале” [6: 48]. Таким образом, адаптивное транскодирование, подобно переводу, представляет собой “особую репрезентацию содержания оригинала на переводном языке, но в отличие от перевода создаваемый текст не предназначен для полноценной замены оригинала” [там же]. Следовательно, отличие текста перевода от текстов, созданных в результате любых видов адаптивного транскодирования, заключается в том, что текст перевода может использоваться во всех ситуациях, в которых мог бы использоваться оригинал, тогда как текст, созданный в результате адаптивного транскодирования, может использоваться лишь в тех целях, для которых он создавался. С этой точки зрения и терциарный перевод, и переадресация являются разновидностями адаптивного транскодирования.

Несогласованность отмеченных концепций устраняется путем тщательного анализа, представленного в статье О. В. Петровой “Переводческие стратегии в свете коммуникативно-функционального подхода к переводу” [7]. Автор подчеркивает, что в случае реферативного, сокращенного и адаптированного видов перевода процессу перевода предшествует этап обработки исходного текста, т. е. фактически переводу подвергается не оригинальный вариант текста, подлежащего переводу, а вторичный, производный текст. Таким образом, терциарный перевод и переадресация являются переводом иных текстов, отличных от исходных, по отношению к которым перевод также является коммуникативно равноценным, предназначенным для полноценной замены оригинала, что целиком согласуется с трактовкой перевода В. Н. Комиссарова.

Сделанные О. В. Петровой выводы не отменяют того, что оценка адекватности перевода должна осуществляться с учетом коммуникативной ситуации осуществления переводческой деятельности. Перевод не всегда должен оказывать на получателя воздействие, аналогичное воздействию на адресата оригинала, вследствие возможного отсутствия адресата или цели перевода, отличной от цели исходного

текста. Учитывая тот факт, что в случае терциарного перевода или переадресации текст является результатом переработки переводчиком исходного текста, единственным критерием оценки становится “соответствие перевода той цели, с которой он, как и предшествующая ему переработка текста, выполнялся” [7], что позволяет рассматривать коммуникативно равноценный перевод, терциарный перевод и переадресацию не как разновидности перевода, а как типы коммуникативных ситуаций, с учетом которых определяется адекватность перевода.

Проведенный анализ переводоведческих источников относительно трактовки понятия инвариант перевода свидетельствует о дискуссионном характере интерпретации данного феномена. Тем не менее, следует отметить значительный интерес исследователей к данной проблематике, что дает основания полагать, что в скором времени переводоведение окончательно определится с концепцией инварианта перевода. Наиболее перспективным представляется определение инварианта перевода с позиций коммуникативно-функционального подхода, определяющего данное понятие как величину, устанавливаемую индивидуально для той коммуникативной ситуации, в которой осуществляется перевод, с учетом потребностей и ожиданий получателей и инициаторов перевода, специфики их предметной деятельности и цели перевода. Вариативность функции текста, а также коммуникативная ситуация осуществления перевода определяют объем инвариантной информации, подлежащей сохранению в переводе.

ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ

1. Сдобников В. В. Инвариант перевода: миф или реальность? [Электронный ресурс] / В. В. Сдобников. — Режим доступа: http://www.sgu.ru/sites/default/files/textdocsfiles/2015/02/18/sdobnikov_v_v_invariant_perevoda_mif_ili_realnost.pdf
2. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В. С. Виноградов — М. : Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. — 224 с.
3. Цатурова И. А. Переводческий анализ текста. Английский язык / И. А. Цатурова, Н. А. Каширина // Учебное пособие с методическими рекомендациями. — 2-е изд., испр. и доп. — СПб.: Перспектива\$ Союз, 2008. — 296 с.
4. Алексеева И. С. Введение в перевод введение : учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений / И. С. Алексеева — СПб. : Филологический факультет СПбГУ; М. : Издательский центр “Академия”, 2004. — 352 с.
5. Сдобников В. В. Коммуникативная ситуация как фактор определения стратегии перевода / В. В. Сдобников // Вестник НГЛУ. — 2011. — Вып. 14. — С. 114–123.

6. Комиссаров В. Н. Теория перевода (Лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров. — М. : Высш. шк., 1990. — 253 с.
7. Петрова О. В. Переводческие стратегии в свете коммуникативно-функционального подхода к переводу / О. В. Петрова // Вестник НГЛУ. Выпуск 14. Проблемы перевода и переводоведения. — С. 105–113.

Стаття надійшла до редакції 25.03.15

УДК 811[161.2:133.1]:316.346.2

Т. М. Корольова, А. С. Шаповал

МОВНА ОСОБИСТІТЬ В ХУДОЖНЬОМУ ТВОРІ

Результати аналізу та систематизації лінгвокультурологічних характеристик мовної особистості персонажів художнього твору (на матеріалі романів Перл Бак “Імператриця” та Павла Загребельного “Роксолана”) дозволяють розглянути лінгвокультуру китайської мовної особистості персонажа через призму англійської лінгвокультури автора твору; лінгвокультуру турецької мовної особистості персонажа — через призму української лінгвокультури автора твору. Виявлено та систематизовано особливості вербалізації базових концептів китайської та турецької лінгвокультур, що обслуговують комунікативну поведінку представників китайського та турецького лінгвокультурного суспільства, а також особливості їхньої репрезентації письменниками-білінгами в процесі характеристики мовної особистості персонажів художніх творів.

Ключові слова: мовна особистість, художній твір, лінгвокультура, комунікативна поведінка, персонаж.

Результаты анализа и систематизации лингвокультурологических характеристик языковой личности персонажей художественного произведения (на материале романов Перл Бак “Императрица” и Павла Загребельного “Роксолана”) позволяют рассмотреть лингвокультуру китайской языковой личности персонажа через призму английской лингвокультуры автора произведения; лингвокультуру турецкой языковой личности персонажа — через призму украинской лингвокультуры автора произведения. Обнаружены и систематизированы особенности вербализации базовых концептов китайской и турецкой лингвокультур, которые обслуживают коммуникативное поведение представителей китайского и турецкого лингвокультурного общества, а также особенности их репрезентации писателями-билингвами в процессе характеристики языковой личности персонажей художественных произведений.

Ключевые слова: языковая личность, художественное произведение, лингвокультура, коммуникативное поведение, персонаж.

The results of analysis and systematization of linguistic and cultural characters of a personality in a novel (on the material of “Empress” by Perl Back and “Roksolana” by Pavlo Zagrebelny) allow to read the linguistic culture of a Chinese personality through the prism of the English author’s mentality; Turkish linguistic personality’s linguistic characteristics — through the prism of the Ukrainian author’s linguacultural behaviour. The verbalization features of the basic concepts in Chinese and Turkish language cultures, that conduct the communicative behaviour of the representatives of Chinese and Turkish societies are defined; the key positions of a linguistic personality presentation in a novel by the bilingual writers are described.

Key words: *linguistic personality, novel, linguaculture, communicative behaviour, personality.*

Вивчення лінгвокультурологічних характеристик мовної особистості (МО) персонажа художнього твору знаходиться у центрі уваги як вітчизняних, так і зарубіжних мовознавців (В. Виноградов, В. Гумбольдт, Й. Л. Вайсгербер, Г. Гердера, Ю. Н. Караулов, Г. І. Богін, А. А. Леонт'єв). Цей інтерес мовознавців до проблем мовної особистості (реальної і текстової) відкриває нові перспективи лінгвістичного аналізу мовлення індивідуума, поглиблює і розвиває теоретичні уявлення сучасної мовознавчої науки щодо мовних портретів персонажів художніх творів.

Різноманітність підходів як до визначення поняття мовної особистості, так і особливостей його функціонування в процесі комунікації породила гетерогенність напрямів при дослідженні даного об'єкта. Це пояснює термінологічну варіативність, що спостерігається в наукових роботах при аналізі мовної особистості: елітарна мовна особистість [1: 151–152], поліолектна і ідіолектна мовні особистості [2: 112–116], мовна особистість західної та східної культур [3], словникова мовна особистість [4: 220–300], російська (національна) мовна особистість [5], емоційна мовна особистість [6: 29–30].

З точки зору лінгвокультурологічного підходу мовознавці розглядають мовну особистість як феномен, в якому проявляється як індивідуальна специфіка особистості, так і загальні національно-культурні риси мовленнєвого спілкування (С. Г. Воркачев, В. І. Карасик, В. А. Маслова, Е. А. Саліхова, Т. М. Снітко). Звернення до персонажа художнього твору як своєрідної “моделі людини” відзначається в цілому ряді сучасних досліджень, де припускається привласнення

героєві статусу відносно самостійної особистості (А. М. Буланов, Л. Я. Гінзбург, Г. Д. Гачев та ін.).

Актуальність дослідження зумовлена увагою сучасного мовознавства до проблем лінгвокультурологічних характеристик мовної особистості персонажів художніх творів. Необхідність ґрунтовного аналізу емпіричних даних, типологізації і систематизації компонентів, що складають мовну особистість в певному комунікативному середовищі, доводять своєчасність проведення дослідження на матеріалі англomовної і україномовної літератури.

Мета дослідження полягає в аналізі та систематизації лінгвокультурологічних характеристик мовної особистості персонажів романів Перл Бак “Імператриця” та Павла Загребельного “Роксолана” (загальний обсяг матеріалу дослідження 958 сторінок).

Наукова новизна роботи полягає в тому, що вперше лінгвокультура китайської мовної особистості персонажа досліджується через призму англійської лінгвокультури автора твору П. Бак; лінгвокультура турецької мовної особистості персонажа — через призму української лінгвокультури автора твору П. Загребельного. Крім того, виявлено та систематизовано особливості вербалізації базових концептів китайської та турецької лінгвокультур та особливості їхньої репрезентації письменниками-білінгами в процесі характеристики мовної особистості персонажів художніх творів.

Відповідно до сучасної лінгвістичної парадигми, що висуває на передній план антропоцентричний принцип дослідження, в роботі мовна особистість розглядається як універсальна, багаторівнева система, яка дозволяє досліджувати людину з різних точок зору. МО є міждисциплінарним об’єктом, який представляє собою багатофакторний гетерогенний феномен, різні грані якого аналізуються з позицій суміжних з мовознавством гуманітарних дисциплін.

Відповідно до мети, яка поставлена у роботі, дослідження проблем мовної особистості персонажа художнього тексту враховує рівневий та аспектуальний типи аналізу. Аспектуальний (етнокультурологічний, психологічний, іміджево-класовий, професійний, віковий, гендерний, історичний, дискурсивний, ціннісний, ситуативний) напрям передбачає рух від вивчення особистості як носія соціальних, психологічних та інших характеристик до її мовного компонента. Розгляд мовної особистості персонажа за допомогою засобів рівневого виду

(вербально-семантичного, когнітивного, прагматичного) дає більш загальну інформацію про особистість та можливість до глибокого аналізу МО.

Об'єктивною основою для реконструкції вербально-семантичного рівня організації мовної особистості персонажа є аналіз індивідуального лексикону персонажа, що становить собою сукупність лексичних одиниць, які використовуються фіктивним мовцем в процесі “зображуваної” комунікації. Індивідуальний лексикон слугує засобом вербальної презентації в тексті ментального лексикону внутрішньотекстової МО, або індивідуальної системи концептів, образів, уявлень.

Лексична структура образу — це своєрідна модель, утворена трьома нерівнозначними пластами: перший самий загальний і тому менш значимий пласт складається з немаркованих тематичних груп слів [7: 61]; другий пласт включає “колеритотворчу лексику” [7: 76], яка представлена словами, функціонально пов'язаними з вираженням загальної оцінки героя — позитивної чи негативної; третій найбільш значимий пласт складається з “домінуючої лексики”, яка обумовлює індивідуальність образу та виражає принципово важливі для семантики образу смисли [7: 76].

Результати проведеного дослідження надали можливість дійти до таких висновків.

Для обох героїнь найзначнішими є такі поняття, як влада, знання, надія, діти, свобода, велич, живопис (спів). Варто зазначити, що влада складає значну частину входжень в лексиконі Роксолани (363 одиниць) і меншу частку у лексиконі Циси (18 одиниць). Крім того, до пріоритетів Роксолани належать віра, рідна земля, щастя, порятунку; для Циси — світ, триумф, почуття обов'язку, народ.

З точки зору синтаксичних характеристик мови двох персонажів, що зіставляються, аналіз матеріалу дослідження виявив переважне застосування прямих імперативних форм в комунікативних актах героїнь, які мають вищу ситуативно-статусну позицію в певній соціальній групі, у суспільстві.

Цілісний мовознавчий аналіз МО персонажа неможливий без аналізу мовної особистості автора. Структура авторського “я” аналізувалася в роботі за такими складовими: автор біографічний, художній автор, автор як форма вираження. Для розкриття мовної особистості автора показовою є його світоглядна позиція. Письменники

через негативно забарвлену лексику показують ціннісно-оцінювальні орієнтири, відповідно до яких ведучу роль для П. Загребельного має власний український менталітет, а для П. Бак нерідний, китайський, бо саме Китай для неї став справжньою Батьківщиною.

При дослідженні особистості персонажа важливу роль відіграють власні назви. Надаючи нове ім'я головній героїні на кожному новому етапі її життя, автор наділяє цю номінацію статусом ключового слова, що служить стимулом текстових асоціацій і дає змогу простежити особистісну еволюцію героя протягом усього твору та визначити його місце в національній персоносфері.

Статусно-рольове семантичне поле номінацій, якими автор семантично наповнює образ персонажа, диференціюється за наступними групами: за соціальним станом — 56,3 % (Роксолана), 62,6 % (Циси); номінація за лінгвокультурологічною приналежністю — 17,8 % (Роксолана), 21,7 % (Циси); номінації за родинними зв'язками — 25,9 % (Роксолана), 15,7 % (Циси).

У тісному зв'язку з категорією мовна особистість знаходиться поняття мовна картина світу, яка будується на основі уявлень особистості щодо оточуючого світу. Картина світу — результат переробки інформації про людину та її оточення. Ця категорія має дві складові: мовна та концептуальна картини світу. Мовна картина світу постає у вигляді значень мовних знаків, які складають семантичний простір мови. Концептуальна картина світу складається з концептів, які утворюють концептосферу, в якій взаємодіють загальнолюдське, національне і особистісне.

Існує три фундаментальні фактори, які впливають на варіативність лінгвокультурологічних характеристик МО: **природа, культура, пізнання**. Ці три явища репрезентують китайську та турецьку картину світу, впливають на процеси концептуалізації та її мовного вираження. **Природні** умови існування людини являються тим домінуючим чинником, який формує асоціативні уявлення в свідомості та мові індивіда, детермінуючи мовну картину світу та провокує зміну картини в залежності від умов пристосування. **Культура** — це набуті знання, досвід в процесі соціально-історичного розвитку нації, духовної діяльності, це естетичні та моральні цінності, норми, які проявляються в різних мовних і концептуальних уявленнях. Способи усвідомлення та **пізнання** світу не однакові для різних людей і різних народів. Одну і

ту ж річ дві особистості, а тим паче два різних народи можуть сприймати по-різному. Причиною цього можуть бути відмінності пізнавальної діяльності, особливості мовних уявлень та мовної свідомості як окремої особистості, так і різних народів.

Розбіжності культурологічних систем двох персонажів зумовлені асиметрією мовних та концептуальних картин світу, яка виявляється передусім у наявності мовних одиниць, що передають етносоціокультурну самобутність мовного колективу, що викликано умовами його життя та особливостями історичного розвитку. Одним з найбільш вагомих, істотних формотворчих засобів втілення найважливіших авторських інтенцій, а саме — деталізованого зображення розумових та психічних дій у свідомості людини, адекватного відображення мовної особистості персонажів романів Перл Бак “Імператриця” та Павла Загребельного “Роксолана”, стають “ключові” поняття відповідних культур, назви яких важко перекладаються на інші мови. Перл Бак, розкриваючи китайський менталітет, використала слова-реалії, які репрезентують специфічні структури мовної картини Піднебесної. Павло Загребельний застосував значну кількість безеквівалентних лексичних одиниць для номінації звичаїв, обрядів, предметів повсякденного буття, які фігурують у турецькій картині світу. Саме дослідження безеквівалентних слів в їх взаємозв’язку і в міжкультурній перспективі дає можливість говорити про відтворення концептуальних фрагментів китайської та турецької картин світу.

Результати цього дослідження дозволяють проаналізувати диференціацію турецької та китайської лінгвокультур та специфічних для них концептів. Спільними домінуючими концептами для персонажів, які є представниками китайської та турецької лінгвокультур, є релігія та влада, на долю яких припадає, відповідно, 91,5 % і 74,3 % вживань безеквівалентних лексичних одиниць. Крім того, китайській лінгвокультурі належать наступні концепти: наука, мистецтво — 4,41 %, смерть — 4,07 %, мир — 0,34 %; турецькій лінгвокультурі: наука, мистецтво — 8,7 %, війна — 8,16 %, торгівля — 5,49 %, їжа — 1,2 %, гарем — 1,07 %, смерть — 1,07 %.

Представлені концепти якнайповніше передають стержневі поняття національної концептосфери, обслуговуючи комунікативну поведінку представників китайського та турецького лінгвокультурного суспільства.

Коло проблем, пов'язаних із важливими питаннями лінгвокультурологічної характеристики мовної особистості персонажа художнього твору, має наукову перспективу у руслі комплексного вивчення та типологізації МО персонажів художніх творів у різних лінгвокультурах.

ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ

1. Сиротинина О. Б. Хорошая речь: сдвиги в представлении об эталоне / О. Б. Сиротинина // Активные языковые процессы конца XX века. — М., 2000. — С. 151–152.
2. Нерознак В. П. Лингвистическая персонология: к определению статуса дисциплины / В. П. Нерознак // Язык. Поэтика. Перевод. — М.: Изд-во МГУ, 1996. — С. 112–116.
3. Снитко Т. Н. Предельные понятия в западной и восточной лингвокультурах / Т. Н. Снитко. — Пятигорск, 1999. — 158 с.
4. Карасик В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. — М.: Ин-т языкознания РАН; Волгогр. гос. пед. ин-т, 1992. — 330 с.
5. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. — М.: Наука, 1987. — 264 с.
6. Шаховский В. И. Нацио- и социокультурные аспекты языковой личности / В. И. Шаховский // Общество, язык и личность: материалы Всерос. науч. конф. (Пенза, 23–26 окт. 1996 г.). — М., 1996. — Вып. 1. — С. 29–30.
7. Чернухина И. Я. Элементы организации художественного прозаического текста / И. Я. Чернухина. — Воронеж, 1984. — 116 с.

Стаття надійшла до редакції 25.04.15

УДК 811.11.35

Н. М. Мікава

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ HAIR В АНГЛОМОВНИХ ГЛЯНЦЕВИХ ЖУРНАЛАХ

Статтю присвячено дослідженню вербалізації концепту HAIR в англомовних глянцевиx жіночих та чоловічих журналах. В роботі розглядаються основні підходи до вивчення концепту у сучасному мовознавстві; аналізуються семантичні, гендерні та кількісні особливості функціонування номінативних одиниць, які вербалізують концепт HAIR в англійському мовленні. Автор дійшов висновку, що в глянцевиx чоловічих та жіночих журналах дещо різниться рівень представленості виділених ЛСГ, проте вони однаково актуалізують такі ознаки концепту HAIR, як краса (look good) та успішність (take jealous).

Ключові слова: концепт, вербалізація, номінативна одиниця, глянцевиx журнал.

Статья посвящена исследованию особенностей вербализации концепта HAIR в англоязычных глянцевых женских и мужских журналах. В работе рассматриваются основные подходы к изучению концепта в современном языкознании; анализируются семантические, гендерные и количественные особенности функционирования номинативных единиц, вербализирующих концепт HAIR в английской речи. Автор приходит к выводу, что в глянцевых мужских и женских журналах несколько отличается уровень представления выделенных ЛСГ, хотя они одинаково актуализируют такие признаки концепта HAIR, как красота (look good) и успешность (take jealous).

Ключевые слова: концепт, вербализация, номинативная единица, глянцевый журнал.

The given article deals with the investigation of the peculiarities of verbalization of the concept HAIR in English glossy magazines for men and women. Main trends in the concept study in modern linguistics are being viewed in the article; semantic, gender and quantitative peculiarities of the nominative units verbalizing the concept HAIR in the English speech are being analyzed. The author comes to the conclusion that the level of representation of the nominative units verbalizing the concept HAIR in English glossy magazines for men and women differs in

but they still foreground such conceptual features of HAIR, as beauty (look good) and success (make jealous).

Key words: *concept, verbalization, nominative unit, glossy magazine.*

Однією з характерних ознак сучасної філологічної науки є бурхливий розвиток когнітивної лінгвістики — напряду мовознавства, у якому мова розглядається як засіб отримання, зберігання, обробки, переробки й використання знань, спрямований на дослідження способів концептуалізації й категоризації певною мовою дійсності та досвіду [1, 213]. Серед головних завдань когнітивної лінгвістики відзначаються, зокрема, аналіз природи мовної компетенції людини, її онтогенезу; дослідження специфіки категоризації та концептуалізації; опис організації внутрішнього лексикону людини відповідно до структур репрезентації знань і механізмів пам'яті; пояснення когнітивної діяльності людини у процесах породження, сприйняття і розуміння мовлення, комунікації; дослідження пізнавальних процесів і ролі природних мов у їхньому здійсненні; встановлення співвідношення мовних структур із концептуальними; співвідношення мовних знаків та відображених у них культурних реалій; виявлення та опис мовної картини світу та її фрагментів тощо [1, 214; 2, 70–72].

Слід відзначити, що переважна кількість праць з когнітивної лінгвістики фокусуються на дослідженні мови: “у когнітивній лінгвістиці функціонування мови розглядається як різновид когнітивної, тобто пізнавальної діяльності, а когнітивні механізми та структури людської свідомості досліджуються через мовні явища” [3, 24].

Meta нашого дослідження полягає в аналізові особливостей вербалізації концепту HAIR на матеріалі англomовних глянцевиx журналів для чоловіків та жінок.

Насамперед наведемо визначення поняття “концепт” та розглянемо основні підходи до його вивчення у сучасній лінгвістиці.

Термін “концепт” був уведений у 1928 році С. А. Аскольдовим, під яким учений розумів “мисленнєве утворення, яке заміщує нам в процесі думки невизначену безліч предметів одного і того ж роду” [4, 267].

Класичним тлумаченням цього терміна, на думку О. О. Селіванової, вважається визначення у “Короткому словнику когнітивних термінів”, запропоноване О. С. Кубряковою [1, 256], а саме: концепт — це “термін, що служить поясненню одиниць ментальних і психічних

ресурсів нашої свідомості й тієї інформаційної структури, що відображає знання і досвід людини; це оперативна змістовна одиниця пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи та мови мозку, всієї картини світу, відображеної у психіці людини” [5, 90].

Бурхливий розвиток когнітивної лінгвістики дав поштовх до виникнення декількох напрямів аналізу концептів у відповідності до методологічної орієнтації дослідників. Відзначимо, що спільним для всіх напрямків є визнання концепту базовою одиницею свідомості, відмінності ж пов'язані у першу чергу з фокусуванням на певному типі концептів, а також з різним трактуванням відношень між концептом як елементом етнокультурної картини світу та лексичним значенням [6, 192–193]. Українська дослідниця І. С. Шевченко виокремлює наступні напрями концептуального аналізу:

1) культурологічний напрямок представлений у дослідженнях Ю. С. Степанова, де концепт визначається як згусток культури у свідомості людини; саме у вигляді концепту культура входить у ментальний світ людини, і завдяки йому людина сама входить у культуру та іноді впливає на неї; це основний осередок культури в ментальному світі людини [7, 40–41]. У даному напрямі мова розуміється як одне із джерел знань про концепти;

2) об'єктом лінгвокультурологічного напряму є культурний концепт як ментальне утворення; цей підхід спрямований на комплексне вивчення певної мови, свідомості та культури. Концепт культури характеризується предметно-образною, понятійною та ціннісною складовими [8, 151];

3) представники логіко-ейдетичного напряму, зокрема С. А. Жаботинська, наголошують на необхідності співвіднесення елементів структури значення та об'єднання їх у складі певної (схемної) структури при концептуальному аналізові та зосереджують свою увагу на базових фреймах побудови лексично представлених концептів [9, 12];

4) у рамках когнітивно-поетичного напряму, представленого у дослідженнях О. П. Воробйової, О. М. Кагановської, аналізується образний простір концепту у художньому тексті, текстові концепти художньої прози [6, 193]. У дослідженні текстових концептів художнього тексту мовна форма враховується як концепт, що реалізований у конкретних мовних знаках і зумовлений властивістю мови кодувати знання, отримані через сприйняття та осмислення світу;

5) основна спрямованість семантико-когнітивного підходу полягає у дослідженні співвідношень семантики мови з концептосферою народу, співвідношень семантичних процесів з когнітивними [10, 173]. У процесі лінгвокогнітивного дослідження метод семантико-когнітивного аналізу передбачає перехід від змісту значень мовних знаків до змісту відповідних концептів у ході окремого етапу опису — когнітивної інтерпретації [10, 178]. Саме розгляд семантики мовних одиниць, які об'єктивують концепти, дозволяє отримати доступ до змісту концептів як мисленневих одиниць.

Як відзначають З. Д. Попова та Й. С. Стернін, “забезпечивши виявлення та опис відповідних концептів, семантико-когнітивний підхід надає дослідникам дві можливості подальшого використання отриманих даних: *повернення до мови*: використання отриманих когнітивних знань для пояснення явищ та процесів у семантиці мови, поглибленого вивчення лексичної та граматичної семантики; такий напрям дослідження є когнітивною семасіологією; *рух до свідомості*: моделювання концептів як одиниць національної концептосфери, національної культури; даний напрям є лінгвістичною концептологією” [10, 178].

Вслід за представниками даного напрямку визначаємо концепт як базову одиницю мисленневого коду людини, яка має внутрішню структуру, що складається із концептуальних ознак, є результатом пізнавальної діяльності особистості та суспільства, містить комплексну інформацію про відповідний предмет або явище, а також про інтерпретацію цієї інформації суспільною свідомістю та ставлення до цього предмета чи явища [10, 175; 11, 100]. Слід зазначити, що концепт є інформаційною структурою, яка відображає уявлення людини про об'єкти не тільки духовного, а й матеріального буття, тобто концепти розрізняються за ступенем конкретності-абстрактності [12, 26].

На думку представників даного напрямку, мова є одним із основних інструментів пізнання та концептуалізації навколишнього світу, а відтак й інструментом опису концептів. “Шлях дослідження від мови до концепту є найбільш надійним, аналіз мовних засобів дозволяє найбільш простим та ефективним способом виявити ознаки концепту та змоделювати його” [10, 179]. Саме тому предметом семантико-когнітивних досліджень є різні засоби репрезентації, тобто вираження,

передачі концептів у мові. Аналіз складу того чи іншого концепту виявляється через значення мовних одиниць, що репрезентують даний концепт, їх словникові тлумачення та мовленнєві контексти [12, 31].

За соматичною ознакою виокремлюємо три лексико-семантичні групи (далі — ЛСГ), які вербалізують концепт HAIR в англійській мові, а саме: ЛСГ “*head hair*”, ЛСГ “*facialhair*” та ЛСГ “*bodyhair*”. Розглянемо особливості представленості конститuentів зазначених груп в англійськомовних глянцеvih журналах.

Матеріалом дослідження особливостей вербалізації концепту HAIR у глянцеvih журналах стали електронні сторінки двох найпопулярніших видань для чоловіків (*Esquire* й *Maxim*) та для жінок — (*Elle* і *Harper's Bazaar*).

Elle — міжнародний журнал, який містить інформацію про моду, красу, здоров'я та розваги, був заснований у Франції в 1945. *Harper's Bazaar* є першим американським журналом про моду, який вийшов у листопаді 1867 року. Як і попередній журнал, *Harper's Bazaar* має представництва у багатьох країнах світу та відповідні вебсайти. *Esquire* — щомісячний чоловічий журнал, заснований у 1932 році в США. Популярність отримав під час Великої Депресії. *Maxim* — міжнародний чоловічий журнал, головна редакція знаходиться в Англії. В США журнал *Maxim* є лідером в своїй тематиці. Він має 2,5 мільйони читачів, а це перевищує число читачів інших журналів, таких як *GQ*, *Esquire* і *Details*.

Матеріал зазначених журналів різниться в залежності від цільової аудиторії, відтак має яскраво виражену гендерну спрямованість. Так, зокрема, жіночі журнали поділяються на декілька тематичних блоків, наприклад, мода, зіркове життя тощо. Зазначимо, що номінації, які вербалізують досліджуваний концепт, найчастіше зустрічаються у таких блоках, як стиль, зіркове життя та у рекламі. Серед тем, висвітлених у чоловічих журналах, відзначимо наступні: бізнес, їжа, автомобілі, культура, стиль, мистецтво, політика, технології та інші. Зазначимо, що відповідні номінативні одиниці найчастіше зустрічаються у таких блоках, як стиль (у розділі *grooming*) та у рекламі.

Найбільш репрезентативною серед виокремлених груп є ЛСГ *headhair*. Проведений нами аналіз дозволив виокремити 36 випадків вживань номінативної одиниці *hair* у чоловічих журналах та 78 — у жіночих глянцеvih.

Найчастіше ця номінація зустрічається у складі композита *hairstyle*, як, наприклад, у цьому заголовку:

“*20 Celebrity Hairstyles You’ll See On Regular Human Men in 2015*” (13).

Слід також відзначити широке вживання номінацій різноманітних зачісок та типів волосся, які є конституюнтами тематичного ряду *hairstyle*, наприклад:

“*From natural to dye-assisted, man-bun to buzz-cut, and rocker-wild to corporate-slick, here are the looks we’ll see emerging this year*” (13).

Автор цієї статті дотримується загальноприйнятої практики, а саме — поради для чоловіків зі стилю спираються на образи відомих акторів, співаків тощо, що має привернути увагу потенційних читачів. Більше того, творча особистість відомої людини, на думку автора, відображається і у його зовнішності, зокрема, у зачісці:

“*Sam Smith is renowned for his acrobatic, swirling falsetto, and the vocalist brings that same whirling aesthetic to his hair, which is peripherally short but blossoms into a well-kept wave up top*” (13).

Не оминає автор увагою й найекстравагантніші зачіски чоловіків, наприклад, запозичені у жінок:

“*Leto’s hair makes the ladies both jealous and eager. A woman’s haircut — as it turns out — can offer masculine cool. Layers and regular trims help keep the ends healthy while adding movement, and meticulous hand-painted highlights mimic the way sun naturally lightens hair*” (13).

Закінчується зазначена стаття порадою експериментувати зі своїм волоссям та не боятися змін, які обов’язково принесе за собою нова зачіска:

“*Mr. Jolie wore too many styles this year for us to endorse just one. What we’ll say: don’t be afraid to mix things up. If you’ve had the same hairstyle since college, it’s time to move forward. Find a barber you trust and give his vision for you a try*” (13).

Відмінною рисою функціонування конституюнтів ЛСГ *headhair* в жіночих глянях є їх вживання не лише в статтях, які містять практичні поради зі стилю, а в матеріалах, які тільки описують зовнішній вигляд знаменитостей, як, наприклад, у наступному захопливому відгуку про волосся герцогині Кембриджської, яке, на думку автора, просто зачаровує людей, які знаходяться поряд:

“*The royals’ New York trip kicks off tomorrow, which means soon we will be in the presence of Prince William, Kate Middleton, and Kate Middleton’s hair.*”

*Though we're very excited for all the outfit changes the Duchess of Cambridge will squeeze into the three day trip—and seeing her tiny baby bump in them—it's the opportunity to see KMidd's glorious, gorgeous **hair** up close (or, at least, occupying the same air space) that has us giddy. And we won't be the first to be overcome by her magnificent mane. To celebrate the royals' arrival, see 38 photos of people completely mesmerized by Kate Middleton's **hair**" (14).*

Що ж стосується реклами різноманітних засобів по догляду за волоссям, то вона міститься у практичних порадах по створенню певного образу. Для підсилення впливу на читача досить широко використовуються образні засоби, найчастотнішими з яких є епітети, наприклад:

*"How to Look Good With **WildHair**. Getting that **devil-may-care hair** actually takes a bit of effort" (15).*

Наступна ЛСГ *facial hair* представлена різними номінативними одиницями в чоловічих (*beard, moustache*) та жіночих журналах (*eyebrows, eyelashes*). Ця відмінність пов'язана з тим, що саме волосся на обличчі є вторинною статевою ознакою чоловіків і догляд за ним займає важливе місце в чоловічому образі:

"Beards have been having a moment for a while, and it's not hard to see why: they're rugged projections of masculinity and virility that require little effort beyond simply neglecting to shave" (13).

Жіночі глянци сфокусовані виключно на віях та бровах і містять безліч порад з їхнього догляду, наприклад:

*"Your Guide to the Perfect **Eyebrows**. If the eyes are the windows to the soul, the eyebrows are the window treatments. Many makeup artists will tell you that the eyebrows are the most important feature on your face and, therefore, the most important feature to shape and maintain. Your eyebrows provide expression to your face and help prevent moisture from getting into your peepers. But aesthetically speaking, eyebrows can become a great beauty asset to the structure of your face and the framing of your eyes, creating drama and a focus. So for all you first-time pluckers or those of you interested in redefining your look by redefining your eyebrows, follow this guide to your brow makeover. Plus, take our quiz to find out if your makeup skills could use a makeover" (16).*

Остання із виокремлених ЛСГ *body hair* зафіксована лише у жіночих журналах, в основному в рекламі засобів для видалення небажаного волосся на тілі, наприклад, *body hair removal crume*.

Таким чином, проведений аналіз показав, що в глянцевиx чоловічих та жіночих журналах дещо різниться рівень представленості виді-

лених ЛСГ, проте, вони однаково актуалізують такі ознаки концепту NAIR, як краса (*look good*) та успішність (*make jealous*).

Подальше дослідження особливостей вербалізації даного концепту є перспективним на матеріалі різножанрових художніх творів.

ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ

1. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. Селіванова. — Полтава: Довкілля-К, 2006. — 716 с.
2. Пименов Е. А. Когнитивная лингвистика на современном этапе / Е. А. Пименов, М. В. Пименова // Международный конгресс по когнитивной лингвистике: Сб. мат.-лов. 26–28 сентября 2006 года. — Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г. Р. Державина, 2006. — С. 70–72.
3. Кочерган М. П. Мовознавство на сучасному етапі / М. П. Кочерган // Дивослово. — 2003. — № 5. — С. 24–29.
4. Аскольдов С. А. Концепт и слово / С. А. Аскольдов // Русская словесность: Антология / Под ред. В. Н. Нерознака. — М.: Academia, 1997. — С. 267–280.
5. Краткий словарь когнитивных терминов / Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г. — М.: Филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. — 248 с.
6. Шевченко И. С. Подходы к анализу концепта в современной когнитивной лингвистике / И. С. Шевченко // Вісник ХНУ. — 2006. — № 725. — С. 192–195.
7. Степанов Ю. С. Константы: Словарь русской культуры. — Изд. 2-е, испр. и доп. / Ю. С. Степанов. — М.: Академический проект, 2001. — 990 с.
8. Карасик В. И. Языковой круг: Личность. Концепты. Дискурс / В. И. Карасик. — Волгоград: Перемена, 2002. — 477 с.
9. Жаботинская С. А. Концептуальный анализ: типы фреймов / С. А. Жаботинская // Когнитивная семантика. Материалы второй международной школы-семинара. — Тамбов, 2000. — Ч. 2. — С. 10–13.
10. Попова З. Д. Семантико-когнитивный подход как направление когнитивной лингвистики / З. Д. Попова, И. А. Стернин // Vitainlingua: К юбилею профессора С. Г. Воркачева : Сборник статей / отв. ред. В. И. Карасик. — Краснодар: Атриум, 2007. — С. 171–180.
11. Пименова М. В. Методология концептуальных исследований / М. В. Пименова // Вестник Кемеровского государственного университета. Сер. Филология. — Кемерово, 2002. — Вып. 4 (12). — С. 100–105.
12. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика: Курс лекций по английской филологии / Н. Н. Болдырев. — Тамбов: Издательство Тамбовского университета, 2000. — 123 с.
13. Maxim. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.maxim.com>
14. Elle. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.elle.com>
15. Esquire. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.esquire.co.uk>
16. Harper's Bazaar. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.harpersbazaar.com>

Стаття надійшла до редакції 16.03.15

УДК 811.111'1'373.2

В. Ю. Неклесова

ЛІНГВІСТИЧНИЙ ЛАНДШАФТ ІСПАНОМОВНОГО ІНТЕРНЕТУ: ПОЧАТОК ФОРМУВАННЯ

У статті розкрито поняття лінгвістичного ландшафту та проаналізовано його сутність. Пропонується методика дослідження лінгвістичного ландшафту в мережі Інтернет, зокрема, його іспаномовного сектора. За даними нашого дослідження, більшу частину цього сектора складають власні назви. Таким чином, доречно було би виокремлювати онімний ландшафт як частину лінгвістичного.

Ключові слова: власна назва, Інтернет, лінгвістичний ландшафт, знімний ландшафт.

В статье раскрывается понятие лингвистического ландшафта и анализируется его суть. Предлагается методика исследования лингвистического ландшафта в сети Интернет, в частности, его испаноязычного сектора. По результатам нашего исследования, большую часть этого сектора составляют имена собственные, что приводит к выводу об исследовании отдельной структуры — ономастического ландшафта.

Ключевые слова: Интернет, имя собственное, лингвистический ландшафт, ономастический ландшафт.

The article dwells on the notion of linguistic landscape and analyses its main points. Some methods in the linguistic landscape research are discussed, particularly in the research of the Spanish Internet segment. The results of the study show high percentage of proper names in the corpus of the Spanish linguistic landscape which brings to the conclusion of the new structure coinage, onomastic landscape.

Key words: Internet, linguistic landscape, onomastic landscape, proper name.

У наших попередніх розвідках ми вказували на необхідність дослідження Інтернету як частини лінгвістичного ландшафту. Лінгвістичний ландшафт є складним явищем, яке вмщує в себе багатопшарову систему мовних явищ, мовленнєвих аспектів та семіотичних складових. У цьому

дослідженні ми зосередимося на мовних та мовленнєвих явищах, перш за все — власних назвах. Одним із базових вимірів дослідження лінгвістичного ландшафту є вибір мови або декількох мов, що формують його. Отже, лінгвістичні ландшафти декількох мов у порівнянні можуть мати деякі спільні риси або бути повністю далекими один від одного.

Термін **лінгвістичний ландшафт**, який було уведено у 1997 році, автори концепції Р. Лендрі та Р. Борис (Landry & Bourhis) визначають як “мову дорожніх знаків, рекламних білбордів, назв вулиць, назв місць, назв крамниць та надписів на державних будівлях, що становить собою форму лінгвістичного ландшафту певної території, регіону або агломерації” [1: 25].

Поки що дослідження лінгвістичного ландшафту мають нечітку методологічну базу і багато дискутованих моментів. Наприклад, Е. Шохамі та Ш. Ваксман (Shohamy and Waksman) наголошують на тому, що дослідження лінгвістичного ландшафту мають вмещувати багато складових частин, серед яких є “те, що можна побачити, те, що можна почути, те, що можна сказати, те, що можна подумати” [2: 313], розширюючи цим визначенням межі лінгвістичного ландшафту та включаючи до його складу усне та писемне мовлення. Студії з лінгвістичного ландшафту досліджують загалом лише ті мовні явища, які людина спостерігає на вулицях свого міста. Так, Дж. Сеноз та Д. Гортер (Senoz and Gorter) аналізують будь-яку установу, на якій є мовні знаки [3: 71], визначаючи надписи на адміністративних будівлях та житлових будинках одиницями лінгвістичного аналізу. П. Бакхауз (Bachhaus) у той же час аналізує “будь-яку частину письмового тексту у чіткій межі” [4: 56]. Текст має бути у певній рамці, куди можна зарахувати рекламні об’яви, побутові оголошення, меморіальні дошки, надписи у вітринах. Це визначення виключає із матеріалу дослідження надписи, які зробили громадяни, та графіті, торговельні марки та бренди.

Серед загальної кількості надписів на вулицях будь-якого міста найчастіше трапляються урбаноніми та ергоніми, їх розглядають нерозривно з іншими компонентами лінгвістичного ландшафту. Що є цілком природним і очікуваним, адже сама ідея реклами — привертати увагу покупців, переконувати їх придбати товари або відвідати певні місця та акції.

У дослідженні лінгвістичного ландшафту Ізраїлю автори статті наголошують, що явище лінгвістичного ландшафту слід досліджува-

ти там, де проходить життя суспільства і в певній мірі є символічним конструюванням суспільного простору [5: 10]. Таким чином, до суспільного простору можна віднести й Інтернет-простір.

На думку одного з дослідників лінгвістичного ландшафту, це явище конструюється завдяки сукупності соціальних дій, що їх виконують учасники лінгвістичного ландшафту [6: 92]. Сюди ж додаються засоби репрезентації мов глядача: рекламні постери, вітрини, об'яви, білборди, надписи на будівлях, які зробили мешканці міста, графіті та той орфографічний код, за допомогою якого всі надписи представлено. Надписи можуть бути не тільки на стінах та афішах, а й на асфальті. Звичай такі звертання є адресними, зробленими для певної людини.

До того ж до лінгвістичного ландшафту відносяться надписи на рухомих об'єктах: транспорт громадський та персональний, де також є надписи. Цілком доцільною є думка, що орієнтири у місті мусять бути прочитаними, що було та є визначальною рисою міського життя [7: 23]. Отже, аналізуючи лінгвістичний ландшафт, дослідник має враховувати всі надписи, які зроблено будь-якою мовою.

Але ономастичний компонент лінгвістичного ландшафту здебільшого представлено урбанонімами та ергонімами, які ми безпосередньо спостерігаємо. Якщо ж ми підійдемо до цього питання по-іншому, то, зрозуміло, нас оточують назви не лише на вулиці, а й в Інтернеті, телебаченні, удома, де ми натрапляємо на інші класи онімів.

Суспільство не може бути однорідним, та ті явища, які є дуже відомими, центральними для одних, можуть бути зовсім невідомими для інших. Однак оніми, які набули широкої популярності серед багатьох верств населення, все ж таки реєструються у мовленні багатьох мовців. Наприклад, Інтернет зараз відомий навіть тим, хто дуже погано володіє комп'ютером. Саме такі власні назви є у центрі ономастичного ландшафту, до того ж вони можуть бути маркованими і стилістично (конотоніми), й історично (прецедентні). Такі оніми залишаються у пам'яті багатьох поколінь, культур та етносів.

Ми зосередили наше дослідження на матеріалі іспаномовного Інтернету. Для цього ми послуговувалися сервісом Google Zetgeist [8], який вказує найчисленніші запити за певний період. Найчастіше пропонується інформація по запитах певного року. Першим роком, коли було проведено моніторинг вподобань Інтернет-користувачів, був 2008. За твердженням Б. Спольські (Spolsky), розвиток теорії до-

сліджень лінгвістичного ландшафту є повільним, однак підхід до збору інформації є привабливим, адже він дозволяє порівняти подібні тренди у мовленні [9: 26]. За допомогою сервісу Google Zetgeist ми плануємо окреслити іспаномовний лінгвістичний ландшафт та визначити основні тенденції його змін.

Було виокремлено шість категорій, серед яких чотири, тобто більше половини, можна назвати онімноорієнтовними, бо вони містять лише власні назви та повністю спрямовані на цей сегмент лексики: **Serie** (серіали), **Blogs** (блоги), **Ministers** (міністри) та **Sporty** (спортивні). Ми наводимо цифри перед запитаними, вони позначають місце, яке посів той чи інший запит у списку.

У категорії **Serie** серед десяти серіалів є шість англomовного виробництва (США) (1. *Heroes*, 2. *Prison Break*, 3. *Lost*, 4. *House*, 7. *Dexter*, 10. *Anatomia de Grey*) та чотири іспаномовні (5. *Los Hombres de Paco*, 6. *El Internado*, 8. *Física o Química*, 9. *Aida*), що свідчить про те, що іспаномовні глядачі цікавляться як рідною, так і іншомовною продукцією. Блоги охоплюють майже всі сфери життя, що цікавлять сучасного користувача Інтернет-мережі (1. *el blog salmon*, 2. *blog leopoldo abadia*, 3. *el blog de lobato*, 4. *el blog de risto mejide*, 5. *el blog de banyeres*, 6. *el blog de bibiana aido*, 7. *xakata blog*, 8. *blog de andaya*, 9. *el blog de trecet*, 10. *blog de eva se desnuda*) (тут і далі ми наводимо власні назви з маленької літери, так як їх наводить сервіс Google Zeitgeist). Дещо несподіваною є категорія **Ministers** (міністри), однак уся категорія містить прізвища лише іспанських політиків: 1. *bibiana aido*, 2. *pedro solbes*, 3. *marna teresa fernández de la vega*, 4. *celestino corbacho*, 5. *crístina garmendia*, 6. *magdalena blvarez*, 7. *bernat aoria*, 8. *eduardo zaplana*, 9. *bnigel acebes*, 10. *elena salgado*. У категорії **Sporty** (спортивні) знаходимо велике розмаїття спортивних вподобань: художня гімнастика (2. *almudena cid*, 6. *gervasio deferr*), теніс (1. *rafael nada*, 8. *roger federer*), плавання (4. *gemma mengual*, 5. *michael phelps*, 9. *david mesa*), баскетбол (3. *pau gasol*), вело- та мотогонки 10. *miguel indurain* та 7. *valentino rossi* відповідно.

Інша частина також містить власні назви у списках **Emergentes** (ті, що найшвидше зростають) та **Mbs Populares** (найпопулярніші). Серед першого списку лише одна позиція не є власною назвою 1. *fama* (що можна перекласти як зірки), інші дев'ять стосуються соціальних мереж (2. *tuenti*, 4. *facebook*, 5. *hi5*, 6. *fotolog*, 7. *myspace*, 9. *badoo*) та онлайн сервісів (3. *cintube*, 8. *youtube*, 10. *loquo*).

Другий рейтинг містить три позиції, які не є власними назвами: 2. *juegos*, 8. *videos*, 9. *you*. Інші сім є власними назвами спортивних сайтів (4. *marca*, 10. *as*), соціальних мереж (6. *tuenti*), онлайн сервісів (1. *youtube*, 3. *hotmail*, 5. *juegos juegos*, 7. *yahoo*).

Отже, аналіз лінгвістичного ландшафту Інтернету показав, що більшість пошуків — це власні назви, які складають 94 %. Спираючись на ці дані, можна стверджувати, що лінгвістичний ландшафт Інтернету є здебільшого онімним. Ми визначаємо знімний ландшафт як сукупність усіх розрядів власних назв, які оточують певну людину у певний проміжок часу. Онімний ландшафт є водночас ономастичним компонентом мовної свідомості та компонентом лінгвістичного ландшафту.

ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ

1. Landry R. Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study / Landry R., Bourhis R. // *Journal of language and Social Psychology*. — 1997. — № 16 (1). — P. 23–49.
2. Shohamy E. Linguistic landscape as an ecological arena : Modalities, Meanings, Negotiations, Education / Shohamy E., Waksman S. // *Linguistic Landscape : Expanding the scenery*. — [eds. E. Shohamy, D. Gorter]. — New York: Taylor and Francis, 2009. — P. 313–331.
3. Cenoz J. Linguistic landscape and minority languages / Cenoz J., Gorter D. // *International Journal of Multilingualism (special issue)*. — 2006. — № 3 (1). — P. 67–80.
4. Backhaus P. Multilingualism in Tokyo: A look into the linguistic landscape / Backhaus P. // *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*. — [ed. D. Gorter]. — UK, Clevedon, 2006. — P. 52–66.
5. Ben-Rafael E. Linguistic Landscape as Symbolic Construction of the Public Space: The Case of Israel / Ben-Rafael E., Shohamy E., Muhammad H., Trumper-Hecht N. // *Linguistic landscape: A new approach to multilingualism*. — [ed. D. Gorter]. — UK, Clevedon, 2006. — P. 7–30.
6. Hult F. M. Language Ecology and Linguistic Landscape Analysis / Shohamy E., Waksman S. // *Linguistic Landscape : Expanding the scenery*. — [eds. E. Shohamy, D. Gorter]. — New York: Taylor and Francis, 2009. — P. 88–104
7. Coulmas F. Linguistic Landscaping and the Seed of the Public Sphere / Coulmas F. // *Linguistic Landscape : Expanding the scenery*. — [eds. E. Shohamy, D. Gorter]. — New York: Taylor and Francis, 2009. — P. 13–24.
8. <https://www.google.com/intl/en/press/zeitgeist2008/#top>
9. Nicolaisen W. F. H. Onomastic Onomastics // *Actes du XVIe Congrès International des Sciences Onomastiques, Québec, Université Laval 16–22 août 1987*, ed. J.-C. Boulanger. — Québec : les Presses de l' Université Laval, 1990. — P. 3–14.

Стаття надійшла до редакції 22.04.15

АНГЛІЙСЬКІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В СУЧАСНІЙ КИТАЙСЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

В статті розглянуто та схарактеризовано англійські запозичення в сучасній китайській та українській мовах. Виявлено спільні та відмінні тенденції. В українській мові розрізняють запозичення лексичне, словотвірне, морфологічне, семантичне, а також калькування. У китайській мові запозичення можна класифікувати на фонетичні, семантичні, фонетико-семантичні, вторинні запозичення, аббревіації. В китайську у українську мови запозичення прийшли з англійської мови в її американському варіанті. Кількість англомовних запозичень в китайській мові є значно меншою, ніж в українській мові. В китайській мові достатня кількість англомовних запозичень є опосередкованими або вторинними, а переважна кількість запозичень нових англіцизмів в українській мові є первинними. Китайська мова запозичує калькуванням, в той час як українська — лексично і фонетично.

Ключові слова: англомовні запозичення (англіцизми); лексичне, семантичне, фонетичне запозичення; первинні і вторинні запозичення; калькування (кальки).

В статье рассмотрены и охарактеризованы английские заимствования в современном китайском и украинском языках. Выявлены общие и отличительные тенденции. В украинском языке различают заимствования лексическое, словообразовательное, морфологическое, семантическое, а также калькирование. В китайском языке заимствования можно классифицировать на фонетические, семантические, фонетико-семантические, вторичные заимствования, аббревиации. В китайский и украинский языки заимствования пришли из английского языка в его американском варианте. Количество англоязычных заимствований в китайском языке значительно меньше, чем в украинском языке. В китайском языке достаточное количество англоязычных заимствований являются опосредованными или вторичными, а подавляющее количество заимствований новых англицизмов в украинском языке являются первичными. Китайский язык заимствует калькированием, в то время как украинский — лексически и фонетически.

Ключевые слова: англоязычные заимствования (англицизмы); лексическое, семантическое, фонетическое заимствования; первичные и вторичные заимствования; калькирование (кальки).

The article is devoted to the study of English borrowings in modern Chinese and Ukrainian. Common and specific characteristics are defined. In the Ukrainian language borrowings are distinguished as lexical, derivational, morphological, semantic and tracing. In the Chinese language borrowings can be classified into phonetic, semantic, phonetic and semantic, secondary borrowings, abbreviations. Into the Chinese and Ukrainian languages borrowings came from the English language in its American version. The number of English borrowings in Chinese is much lower than in the Ukrainian language. In the Chinese language a sufficient number of English borrowings is indirect or secondary, and the vast amount of new English borrowings in the Ukrainian language is primary or direct. Chinese borrows by tracing, while Ukrainian borrows linguistically and phonetically.

Key words: English borrowings (anglicisms); lexical, semantic, phonetic borrowings; primary and secondary borrowings; tracing).

Сучасне прискорення процесу “глобалізації”, тобто планетарного поширення капіталістичних ринкових відносин, спричинило загострення проблем у сфері міжкультурних взаємин народів, збудило новий інтерес до питань інтеграції національних культур. В цьому контексті важливою є тенденція до зміщення відносин від “Захід” vs “Схід” на користь “Захід” + “Схід”.

Кінець ХХ — початок ХХІ ст. став часом неймовірного розширення політичних, економічних та культурних зв’язків України і Китаю між собою та з іноземними (у першу чергу — з англомовними) країнами. Це спричинило посилення надходження в українську та китайську мови чужомовної лексики. Особливо зросла кількість запозичених англіцизмів для найменування нових явищ, наявних в англомовній світовій практиці і які з’явилися у мовах у зв’язку з політичними та економічними реформами.

Англійська мова стала справді світовою мовою. Нею володіє близько півтора мільярда осіб. Вісімдесят відсотків наукових досліджень у світі вперше публікується англійською. Нею друкується близько п’ятдесяти відсотків з 10 000 щоденних газет. Англійська мова є рідною для 12 націй, які налічують 350 мільйонів осіб (Велика Британія, США, Канада, Австралія, Гренада, Барбадос, Гвіана, Ямайка, Багами, Тринідад та інші). Її словниковий запас налічує півміль-

йона слів. Англійська мова має міцні зв'язки з іншими мовами індо-європейської сім'ї, якими розмовляє третина людства.

Складні процеси в сучасній українській та китайській мовах, пов'язані з інтенсивним припливом запозичень переважно з англійської мови, закономірно отримують неоднозначні оцінки українців та китайців: з одного боку, дослідники відзначають певне збагачення мов за допомогою асимільованих іншомовних запозичень, з іншого — перевантаження й засмічення рідної мови чужими лексемами.

Актуальність дослідження. Активна взаємодія, яка спостерігається наразі у суспільно-політичній, економічній, управлінській, торговельній тощо сферах між Україною і Китаєм, вимагає серйозної роботи із вивчення китайської мови. Існує спокуса для китаїстів переносити свої знання розповсюджених англіцизмів в китайську мову, що, в свою чергу, може викликати плутанину і очевидну помилковість вживання запозичених лексем. Якщо проблема запозичень, зокрема англійських, в китайській та українській мовах висвітлена досить детально, то проблема спільних і відмінних характеристик англіцизмів у згадуваних мовах уявляється недослідженим аспектом.

Мета дослідження. Схарактеризувати англійські запозичення в сучасній китайській та українській мовах, просліджуючи спільні та відмінні тенденції.

Постановка проблеми. Великий внесок у дослідження проблеми мовних контактів зробили такі відомі вчені, як Л. Блумфілд, У. Вайнрайх, Ю. Дешерієв, Ю. Жлуктенко, Г. Пауль, С. Семчинський, Е. Хауген та інші. У їх працях розроблено основний термінологічний апарат теорії мовних контактів, запропоновано шляхи вивчення цієї проблеми, сформульовано основні напрями дослідження міжмовної взаємодії.

Вивченню проблем іншомовних запозичень присвятили чимало праць вітчизняні та іноземні дослідники (Б. Ажнюк, О. Ахманова, В. Виноградов, Ю. Жлуктенко, О. Муромцева, О. Пономарів, І. Огієнко, В. Самійленко, С. Семчинський, Д. Шмельов, L. Bloomfield, E. Haugen, A. Martinet, U. Weinreich та інші).

В останнє десятиріччя вивчення запозичень англіцизмів в українському мовленні активізувалося (Ю. Безрукава, О. Бершов, О. Махньова, А. Наумовець, С. Федорець тощо). Найчастіше воно стосується термінологічної лексики. Дослідження із запозичень в сучасній

китайській мові, в тому числі і англіцизмів, представлені в працях Д. Алемасова, В. Горелова, В. Іванова, Ши Ювея, Янь Веньвєня.

Різні джерела визначають запозичення чи то як перехід слів з однієї мови в іншу внаслідок взаємодії цих мов [1], чи то як засвоєння слів однієї мови іншою [2].

Запозичення іншомовної лексики відбувається трьома способами: звуковим запозиченням, графічним запозиченням та калькуванням. У випадку звукового запозичення запозиченою є звукова оболонка слова, його зовнішня складова, у разі калькування — його словотвірна структура, тобто ознака поняття, закладена в основу його назви. Графічні запозичення здатні зберігати яз зовнішні так і внутрішні складові іноземного слова [2].

Таким чином, до англломовних запозичень можна віднести всі лексичні одиниці, поява яких в одній мові пов'язана з копіюванням зовнішньої або внутрішньої структури слів-прототипів з англійської мови [3].

Запозичення як складова частина лексики перебувають у процесі зміни й розвитку, можуть змінювати свою форму. Запозичуватися можуть не тільки слова, але й елементи іноземних слів.

Узагальнюючи, зазначимо, що в українській мові розрізняють запозичення лексичне, словотвірне, морфологічне, семантичне, а також калькування. Входячи в українську мову, лексика іншомовного походження засвоюється графічно, фонетично, граматично. У свою чергу, у китайській мові запозичення можна класифікувати на фонетичні, семантичні, фонетико-семантичні, вторинні запозичення, аббревіації [4].

Хоча кількість іноземних запозичень у китайській мові з кожним днем зростає, однак вона не така велика, як в українській та іншій мовах. Співвідношення запозичених та корінних слів у цих мовах неоднакове. В українській мові запозичення становлять приблизно 10 % її словникового складу [5], китайський учений Ши Ювей наводить таку статистику за кількістю іншомовних слів у китайській мові в ХХ столітті: 1978 рік — 1,3 %; 1987 — 0,6 %; 1989 — 1,11 %; 1994 — 0,85 % [13]. Цей мовний факт пояснюється двома головними причинами: по-перше, більш ніж трьохтисячолітньою історією феодального ладу в Китаї, внаслідок цього — відносна закритість Китаю; по-друге, лінгвістичними причинами, такими як ієрогліфічна писемність [6].

В своїй роботі Янь Веньвень станом на 2000 рік відмічає зростання питомої кількості запозичень в китайській мові та виділяє чотири групи іншомовної лексики: запозичення в галузі науки і техніки; запозичення в області політики і економіки; запозичення в галузі культури та спорту; запозичення в повсякденному житті [7].

Основну масу англомовних запозичень становлять запозичення в науково-технічній сфері, що пов'язано з її інтенсивним розвитком, і запозичення в повсякденному житті. Запозичення в галузі науки і техніки — передусім терміни. За останні десятиліття в китайській мові з'явилося велике число технічних термінів, наприклад: 键盘 *jiānpán* — клавіатура (кнопка, клавіша + тарілка, блюдо, піднос, від англ. keyboard, де key — клавіша; board — дошка, стіл, харчування) і т. п.

Якщо не брати до уваги фахову термінологічну лексику, то у популярному вжитку в українській мові англіцизми зустрічаються у найрізноманітніших тематичних групах: економіка, банківська справа, фінанси, кіно, телебачення, музика, розваги, комп'ютерна техніка та технологія, спорт, побутова техніка, сервіс, політика, страви та напої, тварини, медицина, одяг, тканини, канцелярське приладдя, офісна техніка, назви осіб. Численні новітні англійські запозичення, які тематично співвідносяться з економікою, банківською справою і фінансами, зумовлені великими змінами в цих сферах життя і впровадженням ринкової економіки в Україні, а з нею і виникненням потреби в найменуванні нових явищ, які вже мають інтернаціональні (переважно на ґрунті англійської мови) назви (наприклад, компанія, аудит, лізинг, кріейтор тощо) [8].

Проводячи паралель із китайською мовою, в українській мові більшість новітніх запозичень з англійської мови також називають нові явища в різних сферах життя, тобто запозичення номінації відбувається паралельно із появою нового детоната, який ним позначається (екстрим, шейпінг, бодибілдинг, памперси, секонд-хенд, пейджер, шейкер, блендер, караоке, вінчестер, модем, факс, флеш-диск, спонсор, імідж-мейкер тощо). Запозичується назва лексеми (пейджер, блендер, файл) або нове значення наявної лексеми (кліпси, шунт), або з'являється омонім (скотч, вінчестер). Так, окрім вміщеного у попередніх словниках значення лексеми “вінчестер” (назва, за ім'ям винахідника О. Д. Вінчестера, магазинних, а пізніше авто-

матичних рушниць, що випускалися з середини ХІХ ст. американською фірмою стрілецької зброї [9], з'явилося омонімічне значення: вінчестер — герметизований носій магнітного запису інформації від назви м. Вінчестер в Англії [6].

Сфера культури й розваг (кіно, телебачення, відео тощо) теж піддалася великим змінам і запозичила багато явищ, предметів, понять з цих галузей, дуже розвинутих на Заході (переважно в США). Разом з явищами, предметами та поняттями запозичуються і їхні чужомовні назви (англіцизми) як такі, що переважно не мають еквівалентів в українській мові (наприклад, блокбастер, хіт-парад, трилер, серіал, ток-шоу, сиквел, римейк, хепі-енд, овертайм, кліп тощо) [8].

Як українська так і китайська періодика, радіо, телебачення подають велику кількість англіцизмів для дослідження. Цікавим є той факт, що більшість сучасних запозичень прийшли (і приходять) в китайську і українську мови, насамперед, з англійської мови в її американському варіанті [10]. Ці слова різноманітні за своєю семантикою і відносяться до політики, економіки, фінансів, комп'ютерної техніки, комерційної та багатьох інших сфер: 写字板 — Word Pad (де 写字 — писав ієрогліфи, 板 — дошка, плита), 因特 yintewang — Інтернет (фоновзапис англ. Inter + мережа), 迪斯科 disike — диско (від англ. Disco), 奔腾 benteng — Пентіум (від англ. Pentium), 酷 ku — крутий (від англ. cool), 比特 bite — біт (від англ. bit), 快餐 kuaican — фаст-фуд (від англ. fast-food: швидкий + їжа), 下载 xiazai — завантажити з Інтернету (від англ. download: 下 передає значення down — вниз, load та 载 співпадають у значенні “вантажити”) і багато ін. Так, до сучасної української мови потрапляє 80 відсотків англо-американських слів. Прикладом, коли англійська мова є мовою-джерелом запозичень, можуть бути такі найменування: андеграунд, грант, дилер, драйвер, інжиніринг, кеш, імідж-мейкер, трилер тощо [8].

Деякі з них були запозичені для найменування нових понять, тоді як запозичення інших слів говорить лише про гонитву за мовною модою. Серед сучасної китайської молоді вважається престижним прикрашати свою промову англійськими словами. Так, слово 拜拜 baibai (Від англ. Bye-bye, “до побачення”) в молодіжному сленгу витісняє одвічне 再见 zaijian.

Вчені відзначають, що в китайській мові достатнє число слів являють собою опосередковані або вторинні запозичення. Іншими

словами, такі іншомовні слова, які проникли в китайську мову не прямим шляхом, а через лексику інших мов. Більшість такого роду запозичень потрапили в китайську мову з англійської. Наприклад, під час запозичення слів 披萨 *bīza* “піца” (іт. *Pizza*) і 马得拉酒 *madela jiu* “мадера” (фр. *Madeira*) в італійську та французьку мови — це лише мови-оригінали, мовою джерелом цих слів є англійська.

На відміну від китайської мови, переважна кількість запозичення нових англіцизмів (80 %) у систему української мови відбувається безпосередньо із американської англійської мови. Це, наприклад, такі лексеми: флаер, шоу-бізнес, шоумен, джойстик, плеер, кікбоксінг, фітнес, бебі-бум, фастфуд, хотдог, секонд-хенд [8].

До того ж китайські лінгвісти звернули увагу і на те, що багато англіцизмів проникають в путунхуа (офіціальну мову КНР) не напряму, а через лексику інших китайських діалектів, зокрема через гуандунський [1]. Це явище являє собою процес вторинного запозичення усередині системи власне китайської мови. Різниця між китайськими діалектами вельми велика. Їх лексична і фонетична система більшою або меншою мірою відрізняється від путунхуа. Гуандунський діалект, поширений в однойменній провінції і в Гонконзі регулярно “транспортує” в загальнонаціональний варіант китайської мови “англіцизми”, наприклад, слова 巴士 *bashi* — автобус (від “Bus”), 的士 *dishi* — таксі (від *taxi*), 波士 *boshi* — бос, начальник (від *boss*), 贴士 *tieshi* чайові (від *tips*), 十多 *shiduo* — магазин (від *store*) проникли в путунхуа не безпосередньо, а через гуандунський діалект. Слід зауважити, що у порівнянні з лексичною системою путунхуа, в лексиці китайської мови в Гонконзі і на Тайвані набагато більше іншомовних запозичень [10].

У свою чергу в українській мові спостерігається така тенденція: англійська мова використовується іншим способом — як мова-посередниця. Серед запозичень можна виділити такі структурні типи: 1) слова латинського або грецького походження, запозичені спочатку в англійську, а потім з неї — в українську мову (асистанс, ірейта, триплікат); 2) слова, штучно створені в англійській мові з латинських або грецьких елементів (телепроект, парамедицина); 3) слова, створені в англійській мові на основі грецького або латинського елементів та англійської частини (суперхіт, суперстар, телебос); 4) слова інших мов, які спочатку були запозичені в англійську, а потім, через її посередництво, перейшли в українську мову (кетчуп, зомбі); 5) слова, створені в

англійській мові на основі англійського компонента та запозиченого з інших (не грецької та латинської) мов (айс-ревью, сафарі-парк) [8].

Говорячи про розподіл іншомовних слів у китайській мові в залежності від способу запозичення, слід зазначити, що великий відсоток від загального обсягу запозиченої лексики складають кальки 25,19 % [10], тоді як в українській мові їх число порівняно невелике. Це пояснюється, насамперед, тим, що китайська мова — складова мова з ієрогліфічною писемністю і складною фонетичною організацією. Кожен склад на письмі позначається ієрогліфом, за кожним з яких закріпили конкретне значення.

За останні десятиліття, наприклад, в китайській мові з'явилося велике число технічних термінів, наприклад: 显卡 *xìnkǎ* — відеокарта (від лат. *Video* + англ. *Card*: показувати, проявляти + карта), 蓝牙 *lányá* — блютуз (від англ. *Bluetooth*: блакитний, синій + зуб) і т. п. Чимало запозичень в українській мові також належить до тематичної групи “комп'ютерна техніка і технологія”. Це можна пояснити також запозиченнями реалій у позамовній сфері — у галузі комп'ютерної техніки, інформатики й інформаційних технологій, всесвітньої мережі Інтернет тощо. Це відбувається у зв'язку з відсутністю більшості відповідників в українській та китайській мовах (сервер, дискета, сайт, ноутбук, тонер, трафік, Інтернет, чип, онлайн, джойстик, хакер, провайдер, веб-сайт тощо). Але, як ми бачимо, китайська мова запозичує калькуванням, в той час як українська — лексично і фонетично. В китайській мові перевага віддається калькуванню тому, що внутрішня форма фонетичних запозичень незрозуміла носіям, вона викликає непотрібні асоціації, ускладнюючи їх сприйняття і розуміння, тому відсоток фонетичних запозичень в китайській мові невеликий — 14,8 % [7].

Таким чином, в українській і китайській мовах кінця ХХ — початку ХХІ ст. відбуваються закономірні лексико-семантичні процеси, у зв'язку з появою нових англомовних запозичень. В їх семантиці, порівняно зі значенням їх етимонів, здійснюються семантичні зрушення, які складають цілісну картину закономірностей та особливостей процесу формування семантики слів англомовного походження в сучасній українській та китайській мовах. Цей складний процес потребує подальшої уваги лінгвістів та передбачає глибокий аналіз зазначених вище мовних процесів. Адже запозичення в китайській мові,

незалежно від їх джерела і способу утворення, підпорядковуються закономірностям існування і розвитку словникового фонду китайської мови. У китайській мові з її ієрогліфічною системою процес запозичення іншомовної лексики та її адаптація, входження в систему мови проходить набагато важче, ніж в українській мові, що використовує алфавітний лист і є “відкритою” з технічної точки зору. В обох мовах для того, щоб міцно увійти в словниковий склад мови, деякі з англіцизмів змінюють свою зовнішню форму, деякі піддаються різним семантичним трансформаціям. Але, незалежно від того, яким чином проходить процес асиміляції, англійська лексика завжди уподібнюється мові-реципієнту, підчиняючись чинним всередині мови законам.

ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ

1. Архипенко Л. М. Іншомовні лексичні запозичення в українській мові: етапи і ступені адаптації (на матеріалі англіцизмів у пресі кінця ХХ — початку ХХІ ст.): автореф. дис. ... канд. філол. наук / Л. М. Архипенко. — Харків, 2005. — 20 с.
2. Бойчук І. В. Адаптація французьких онімів в українських та російських мовах: автореф. дис. ... канд. філол. наук / І. В. Бойчук. — Донецьк, 2001. — 20 с.
3. Спешнев Н. А. Фонетика китайского языка: Учеб. пособие / Н. А. Спешнев, ЛГУ. — Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1980. — 143 с.
4. Горелов В. И. Лексикология китайского языка. — М.: Просвещение, 1984. — 216 с.
5. Алемасов Д. Самозаимствования в китайском языке [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.daochinasite.com>
6. Козир Є. Проблеми унормування чужомовних запозичень // Українська термінологія і сучасність: Зб. наук. праць. — К.: КНЕУ, 2001. — Вип. ІV. — С. 245–247.
7. Янь Вэньвэнь. Иностранные заимствования в китайском языке: существующая обстановка и тенденции развития. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.no60school.com/research/sharelw>
8. Дьолог О. Загальна характеристика складу новітніх англіцизмів в українській мові [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ualogos.kiev.ua/fulltext.html?id=251>
9. Кислюк Л. П. Нові англійські запозичення і термінологія // Українська термінологія. — Львів, 1992. — С. 236–239.
10. Семенас А. Л. Особенности лексических заимствований в китайском языке // Вопросы языкознания. — 1997. — № 1. — С. 48–57.

Стаття надійшла до редакції 16.05.15

ПРОБЛЕМА ДОСЯГНЕННЯ АДЕКВАТНОСТІ ПЕРЕКЛАДУ КОНТРАКТІВ З УКРАЇНСЬКОЇ НА АНГЛІЙСЬКУ МОВУ

Стаття присвячена перекладу офіційно-ділових текстів, а саме текстів контрактів як специфічного різновиду юридичних документів. Стаття узагальнює функціональні особливості ділового стилю української мови, досліджує особливості перекладу контрактів на англійську мову, їхні структурні, семантичні, граматичні та синтаксичні особливості. Основні особливості юридичного перекладу включають чіткі правила і стандартні мовні кліше. Переклад за допомогою однозначного еквівалента — це основний метод перекладу юридичних термінів з української на англійську мову. У результаті дослідження було виявлено що, переклад контрактів з української на англійську мову вважається адекватним, якщо він прагматично адаптований у відповідності з оригіналом і націлений на відтворення того ж комунікативного ефекту, що і текст оригіналу, при збереженні змісту і формальній залежності від оригіналу.

Ключові слова: контракт, функціональні особливості офіційно-ділового стилю, однозначний еквівалент, адекватний переклад.

Статья посвящена переводу официально-деловых текстов, а именно текстов контрактов как специфической разновидности юридических документов. Статья обобщает функциональные особенности делового стиля украинского языка, исследует особенности перевода контрактов на английский язык, их структурные, семантические, грамматические и синтаксические особенности. Основные особенности юридического перевода включают четкие правила и стандартные языковые клише. Одним из основных, при переводе юридических терминов с украинского на английский язык, является перевод при помощи однозначного эквивалента. В результате исследования было выявлено что, перевод контрактов с украинского на английский язык считается адекватным, если он прагматично адаптирован в соответствии с оригиналом и нацелен на воспроизведение того же коммуникативного эффекта, что и текст оригинала, при сохранении содержания и формальной зависимости от оригинала.

Ключевые слова: контракт, функциональные особенности официально-делового стиля, однозначный эквивалент, адекватный перевод.

The article deals with one of the most complex and complicated professional translation types — official (legal) translation; here contracts are under consideration. It summarizes functional features of an official style of language, investigates peculiarities of translation of contracts, their functional, structural, semantic, grammatical and syntactic aspects. Main features of legal translation include strict regulations and standard language clichés. Translation by means of terminological equivalent is the main method of legal terms translation in the Ukrainian — English contracts. Thus, translation of the contracts is considered to be adequate if it serves to achieve a communicative effect which fully corresponds to the effect of the source language. The communicative relevance is realized in identifying translation text as the source text in its functional, semantic and structural aspects.

Key words: contracts, functional features of an official style of language, terminological equivalent, adequate translation.

Інтерес до проблематики перекладу ділової документації з боку лінгвістів і її всебічне вивчення є в курсі теорії і практики перекладу досить розповсюдженим. Такі широко відомі лінгвісти, як Швейцер А. Д., Рецкер Я. І., Бархударов Л. С., Федоров А. В., Басс Е. М. [1; 2; 3; 4] та інші присвятили дослідженню перекладу бізнес кореспонденції свої численні статті та монографії. Проте, проблема перекладу контрактів продовжує залишатися актуальною.

У цей час у зв'язку з розширенням суспільних міжнародних контактів, інтернаціоналізацією економічної активності, уніфікацією систем діловодства, а також створенням нових видів передачі інформації значно зріс обсяг ділового мовлення та з'явилися якісно нові форми ділової комунікації. Це виражається в збільшенні питомої ваги “ділового дискурсу”, відновленні та диференціації палітри мовних жанрів, а також в ускладненні комунікативних і власне мовних завдань, що стоять перед учасниками комунікативного акту.

Усе більш важливе місце — і за обсягом, і за соціальною значущістю — стали займати переклади офісної документації — тексти інформаційного, економічного, технічного характеру. Спеціальні тексти, які можна охарактеризувати як інформативні або прагматичні є більш-менш стандартними за формою і мовним засобам, і перекладачеві в першу чергу, доводиться вирішувати чисто лінгвістичні проблеми, обумовлені відмінностями в семантичній структурі й особливостями вживання двох мов у процесі комунікації.

Тексти контрактів є специфічним різновидом юридичних документів, до яких відносяться договори між юридичними лицами, а також договори між юридичними і фізичними особами.

Оскільки ці тексти мають юридичну силу, вони в цілому виявляють властивості юридичного тексту. Для текстів контрактів властиві загальні прагматичні та мовні особливості офіційно-ділового стилю мовлення, що потребує відтворення при перекладі.

Таким чином, актуальність статті зумовлена стрімким розширенням міжнародних зв'язків України з іншими державами, тенденціями до інтеграції країни до європейського та світового простору. Цей факт призводить до збільшення обсягів ділової документації в зазначеній сфері та зумовлює пошук оптимального відтворення усіх змістовних та формальних параметрів україномовної ділової документації англійською мовою, мовою міжнародного спілкування.

Метою статті є виявлення особливостей перекладу сучасної україномовної ділової документації англійською мовою.

Сучасний офіційно-діловий стиль української мови — це функціональний різновид літературної мови, застосовуваної в сфері суспільних відносин. Обслуговуючи правову й адміністративну діяльність при спілкуванні в державних установах, у суді, при ділових і дипломатичних переговорах, офіційно-діловий стиль реалізується в текстах законів, указів, наказів, інструкцій, договорів, угод, розпоряджень, актів, у діловій переписці, а також у довідках юридичного характеру.

Сфера застосування ділової мови може бути представлена як широка мережа актуальних офіційно-ділових ситуацій і як набір відповідних жанрів документів, побудованих по єдиних для жанрових різновидів правилах. Типи документів різняться специфікою свого змісту (які офіційно-ділові ситуації в них відбиті), а відповідно, і своєю формою (набором і схемою розміщення реквізитів — змістовних елементів тексту документа); об'єднані вони набором мовних засобів, які традиційно використовуються для передачі ділової інформації.

Комунікативне завдання текстів контрактів полягає в основному у формулюванні прав, повноважень і обов'язків відповідних юридичних / або фізичних осіб. Відповідно, такі тексти виконують як інформативну, так і розпорядчі функції. Тому домінуючою для текстів даного типу є когнітивна інформація, яка оформляється однотипово і за певними встановленими правилами.

Проведений лінгвістичний аналіз текстів україномовних контрактів та договорів визначив мовні ознаки досліджуваних текстів, релевантні для перекладу на лексичному та граматичному рівнях. Провідну роль у передачі когнітивної інформації тексту контракту першу чергу грають юридичні терміни. У даному типі текстів вони володіють усіма характерними ознаками термінів: однозначністю, відсутністю емоційного забарвлення, незалежністю від контексту [5]. Крім того, для передачі когнітивної інформації використовується різноманітна тематична лексика, пов'язана з найменуванням відповідних товарів або послуг.

На лексичному рівні: специфічна канцелярська лексика, терміни, професіоналізми і словосполучення термінологічного характеру, термінологізовані словосполучення, що обслуговують кожну функціональну сферу юридичного стилю, стійкі обороти і кліше, номенклатурні найменування і мовні штампи.

Серед специфіки текстів україномовних контрактів та договорів на граматичному рівні варто виділити таке: відсутні в українському діловому мовленні особисті займенники повинні бути відтворені у тексті перекладу. Заслугує на увагу засоби відтворення в текстах перекладів дієприкметникових та дієприслівних зворотів. Стислість викладу інформації визначає специфіку синтаксису обох мов досліджуваної мовно пари, в результаті чого найчастіше надається перевага простим реченням, але відтворення цієї особливості в тексті перекладу також потребує вивчення.

Зіставний аналіз текстів оригінала та перекладу дозволяє констатувати таке. Професійна термінологія представлена однозначними термінами, які мають точні та чіткі семантичні межі, відтворюючи прагнення мови до максимально стислої та точної передачі інформації, тобто до такої точності, яка могла б виключати можливість довільного та суб'єктивного її тлумачення. Так, юридичний термін має: відповідати правилам і нормам відповідної мови; бути систематичним; відповідати конкретній дефініції, що орієнтована на відповідну концепцію; бути відносно незалежним від контексту; бути точним; бути якомога лаконічнішим; бути спрямованим на максимальну відповідність (у рамках відповідної системи термінів); бути виразно нейтральним; бути благозвучним.

Назви установ, власні імена транслітеруються виключно згідно загальних правил передачі українських власних назв та імен ан-

глійськими графемами: Кондрашов Микола — Kondrashov Mykola, Ms. Steshakova Nataliia Arkadiivna.

Усі скорочення, що зустрічаються в тексті оригіналу розшифровуються відповідно до загальноприйнятих із спеціальними скороченнями. Скорочення, що не піддаються розшифровці, залишаються на мові оригіналу.

Наприклад:... З одного боку, і ТОВ “Сибір”, іменоване надалі “Фірма”... on the one part, and Limited Liability Company “Siberia”, hereinafter referred to as the “Firm”; ‘компанія з обмеженою відповідальністю’ limited liability company (LLC);

Не змінюються і зберігають оригінальну орфографію: скорочені найменування марок виробів і приладів; Наприклад: ТОВ “Флора” ООО “Flora”; ЗАТ “Кондитерське підприємство “Восток” ЗАО “Konditeskoe pidpnyemstvo Vostok”

У тексті перекладу зазвичай перекладаються: назви частин і відділів установ і організацій; назви посад, звань: *директор ТОВ “...”* — Head of “...” LLC; *керівник науково-дослідної групи з селекційної кукурудзи Центральної Європи* — Leader of the Corn Selection Research Team for Central Europe.

Трудовий же договір може містити такі терміни, як: позабюджетні фонди (off-budget funds); податок на доходи фізичних осіб (personal income tax); остаточна виплата (definitive payment) та ін. Крім цього, в ході дослідження було визначено, що в договорах і контрактах часто присутні найменування людей за ознакою, зумовленою будь-якою дією чи відношенням: заставодавець (pledgor), підрядник, контрактор (contractor), та ін.

Найчастіше в проаналізованих договорах і контрактах зустрічаються іменування сторін, виходячи з того, що саме їхні відносини регулюються в такого роду документах, наприклад: роботодавець (employer), працівник (employee), орендодавець (lessor); орендар (lessee), одержувач (consignee), що підписався нижче (undersigned).

В структурному плані послідовно постає питання специфіки перекладу термінологічних словосполучень (ТС).

У досліджуваних текстах контрактів українською мовою дуже поширеними є іменні структури, яки за формально-морфологічними ознаками поділяються на: безприменникові іменні, применникові, сполучниково-іменні, применникові-сполучникові іменні.

Так, серед безприйменникових іменних конструкцій, модель А+N (прикметник + іменник), **перекладаються** переважно: 1) складним терміном тотожної структури (прикметник + іменник): активи ліквідні — liquid assets, першочергові борги — preferential debts; 2) складним терміном, де відповідником виступає іменник: альтернативна вартість — opportunity costs; 3) складним терміном, де відповідником виступає прийменниково- іменникова конструкція: фінансовий арбітраж — arbitrage of exchange; 4) складним терміном: балансові показники — balance sheet ratio, безнадійні борги — bad and doubtful debts; 5) складним терміном, де відповідником виступає дієприкметник теперішнього часу: револьверний кредит — revolving credit.

Іменники абстрактного рівня із суфіксами -ання, -ення, -іння, -ство, -цтво та віддієслівні іменники на -ння, -ття в переважній більшості випадків піддаються граматичній заміні (відтворюються в мові переклада герундієм): формування — creating, втілення — implementing, підвищення — increasing.

Ланцюги іменників в родовому відмінку в межах одного висловлення піддаються граматичним замінам, що пояснюється розходженнями у граматичній структурі досліджуваних мов:

Всі відносини між Сторонами цього Договору є предметом регулювання законів України.

All the relations between the Parties of the present Contract are subject to norms of the material law of Ukraine.

Крім того, нами були виділені кліше і стандартні вирази, за допомогою яких вводяться такі обов'язкові пункти договорів, як зобов'язання, права і відповідальність сторін: мати право (to have the right, be entitled to); передавати свої права (to assign / transmit one's rights); виконувати зобов'язання (to perform / discharge / fulfill / comply with obligations); і т. д.

Найбільш розповсюджений метод перекладу в таких випадках — підбір аналогічних еквівалентів у мові перекладу.

Досить частотними в цих текстах є структури з експліцитно вираженим значенням умови і причини. У цих цілях широко використовуються відповідні і досить різноманітні контекстні зв'язки.

У зв'язку з цим, серед граматичних особливостей перекладу договорів і контрактів насамперед були виділені способи вираження повинності. Для адекватного відтворення волонтеривності перекладу

дієслова повинен та безособових зворотів: потрібно, треба, необхідно їх необхідно перекладати на англійську мову за допомогою модального дієслова *to be to*. *До повідомлення НСТЛ про існування дефекту повинен бути доданий детальний опис виявлених дефектів A list with the detailed description of the detected defects is to be enclosed with the NCTL's notification.* Також, для перекладу дієслова “повинен” досить часто вживаються модальні дієслова *shall* і *should*. Покупець повинен сплатити Продавцю штраф у розмірі... The Buyer **shall pay** the Seller agreed and liquidated damages at the rate of...

Не викликає сумнівів, що метод перекладу повинен відповідати типу тексту. Природно, щоб класифікація тексту здійснювалася шляхом віднесення конкретного тексту до того або іншому типу, до якого можна застосувати той або інший метод перекладу [6; 7]. Головна мета при цьому — зберегти при перекладі найбільш істотне, те, що визначає тип тексту. Специфіка жанру тексту контракту, його лінгвістичні та структурні ознаки зумовлюють інформативний характеру перекладу ділової документації, орієнтований на передачу змісту засобами мови перекладу. Саме це пояснює той факт, що найбільш розповсюдженою трансформацією в рамках проаналізованого матеріалу дослідження є заміна 35 %, яка зумовлена правилами синтаксису та граматичної сполучності в межах речення та словосполучення англійської мови.

Заміна частин мови спричиняє у більшості випадків інший тип заміни, а саме заміну членів речення — 30 % зафіксованих випадків (перебудова синтаксичної структури речення).

Друге місце за ступенем вживання займає перестановка (10 %). Перестановка як вид перекладацької трансформації — це зміна розташування (порядку проходження) мовних елементів у тексті перекладу в порівнянні з текстом оригіналу. Елементами, що можуть зазнати перестановки, є звичайно слова, словосполучення, частини складного речення і самостійні речення в складі тексту. У багатьох випадках ця граматична трансформація обумовлена відмінністю в актуальному членуванні української й англійської. В українській мові рема найчастіше розташовується наприкінці речення. В англійських реченнях, навпаки, рема виноситься звичайно на початок речення (цим, почасти, пояснюється широке використання пасивної конструкції, що дозволяє помістити об'єкт дії в початок речення).

Вилучення в англомовних перекладах українських особових форм дієслова (один із різновидів трансформації зменшення дієслівних форм). Вилучення при міжмовній трансформації українського підрядного речення призводить до зменшення динамічної семантики на рівні цілісної синтаксичної структури. Вилучене в англійському перекладі українське підрядне дієслівне речення передає уточнювальну інформацію, що робить думку чіткішою й підкреслює потребу негайного виконання дії. (Якби українське речення закінчувалося словом “негайно”, воно здавалося б неповним). Для носія англійської мови таке підкреслення було б зайвим, оскільки з контексту можна зрозуміти, що покупець може дати інформацію лише після того, як він буде готовий відвантажити товар. Утворення в англійському перекладі українського дієслівного речення сприймалося б як стилістично надлишкове повторення думки

Як свідчать результати дослідження, найменш частотними трансформаціями при перекладі текстів україномовних контрактів англійською мовою є конкретизація, синтаксичне уподібнення (дослівний переклад), та членування речень.

Адекватним перекладом контрактів ми вважаємо такий переклад, який прагматично адаптований у відповідності з оригіналом і націлений на відтворення того ж комунікативного ефекту, що і текст оригіналу, при збереженні змісту і формальній залежності від оригіналу.

Таким чином, можна дійти висновку, що в центрі адекватності перекладу контрактів — процес орієнтування на цільову або на вихідну мову, перекладач відбиває оригінал з певним кутом заломлення вихідного тексту в залежності від обраних ним стратегій.

Адекватність перекладу контрактів “невіддільна від точності і досягається шляхом граматичних, лексико-фразеологічних і стилістичних заміन (трансформацій), що створюють рівноцінний ефект.

Отже, адекватність перекладу контрактів включає наступні компоненти:

- гранично точна і повна передача змісту оригіналу;
- передача мовної форми оригіналу;
- дотримання норм МП.

До домінант перекладу текстів контрактів відносяться:

1. Юридичні терміни. Передаються за допомогою однозначних еквівалентів.

2. Тематична лексика. Передається за допомогою однозначних еквівалентів.

3. Форма теперішнього часу як домінуюча тимчасова форма дієслова. Передається функціонально еквівалентними засобами.

4. Пасивні конструкції. Передаються граматичними еквівалентними відповідниками або в разі необхідності синтаксичними трансформаціями.

5. Повнота і різноманітність синтаксичних структур, типів логічних зв'язків зі значенням умови і причини, велика кількість однорідних членів речення неоднорідних придаткових. Системна частотність цих коштів відтворюється в перекладі.

При оцінці якості перекладу комерційних контрактів береться до уваги, чи вдалося передати повністю зміст й інформативну функцію вихідного тексту в перекладі. Із цієї найважливішої вимоги випливає, що мовне оформлення перекладу контрактів з української на англійську мову орієнтовано в першу чергу на збереження інформативної функції вихідного тексту, що спостерігається у проведеному дослідженні. Домінуючою виступає мова перекладу, оскільки найважливішим є передача інформаційного змісту у звичній мовній формі [8].

ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ

1. Швейцер А. Д. Теорія перекладу: Статус, проблеми, аспекти. — М.: Наука, 1988
2. Рецкер Я. І. Теорія перекладу і перекладацька практика. — М., 1974.
3. Бархударов Л. С. Контекстуальне значення і переклад // Зб. науч. тр. МГПИИЯ ім. Тореца. — М., 1984. — Вип. 238.
4. Федоров А. В. Основи загальної теорії перекладу. — М., 1983.
5. Федотова І. Г. Юридичні поняття і категорії в англійській мові. — Обнінськ. 2000.
6. Алексеева І. С. Вступ до перекладознавства: навч. посібник для студ. філол. і лінгв. фак. вищ. навч. закладів. — СПб.: Філологічний факультет СПбДУ; М.: Видавничий центр "Академія", 2004. — 352 с.
7. Алексеева І. С. Професійне навчання перекладача: Навчальний посібник з усного та письмового перекладу для перекладачів та викладачів. — СПб.: Видавництво "Союз", 2001. — 288 с. — (Серія "Бібліотека перекладача"). — ISBN 5–94033–040–1
8. Місуно Е. А. Письмовий переклад спеціальних текстів [Електронний ресурс]: навч. посібник / Е. А. Місуно, І. В. Бащенко, А. В. Вдович, С. А. Ігнатова. — М.: ФЛІНТА, 2013. — 256 с. — ISBN 978–5–9765–1565–9

Стаття надійшла до редакції 09.04.15

ЗООСЕМІЯ КАК СРЕДСТВО ВЕРБАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТА INSANITY

В статье рассмотрена англоязычная вербализация концепта INSANITY с помощью зоосемизмов. В результате проведенного исследования было выявлено, что в англоязычной картине мира человек, страдающий безумием, концептуализируется как чужеродный элемент, исключаящийся из среды нормальных людей, и сравнивается с животным. Концептуальный признак ЧУЖОЙ в структуре концепта INSANITY вербализуется рядом зоосемизмов, что носит системный характер. Подобная системность обуславливает возникновение новых зоосемизмов, вербализующих концепт INSANITY в языке сленга, а также окказиональную метафорическую номинацию безумцев в художественных произведениях.

Ключевые слова: свой, чужой, зоосемия, концептуальная метафора, концепт, концептуализация.

У статті розглянута англомовна вербалізація концепту INSANITY за допомогою зоосемізмів. В результаті проведеного дослідження було виявлено, що в англомовній картині світу людина, що страждає божевіллям, концептуалізується як чужорідний елемент, виключається з середовища нормальних людей і порівнюється з твариною. Концептуальна ознака ЧУЖИЙ в структурі концепту INSANITY вербалізується низкою зоосемізмів, що носить системний характер. Подібна системність зумовлює виникнення нових зоосемізмів, які вербалізують концепт INSANITY у мові сленгу, а також оказіональну метафоричну номінацію безумців в художніх творах.

Ключові слова: свій, чужий, зоосемія, концептуальна метафора, концепт, концептуалізація.

The article describes the English language lexicalization of the concept INSANITY through zoosemy. The study found that in the English language world-view a person suffering from insanity is conceptualized as a foreign element excluded from the society of normal people, and is compared with an animal. Conceptual feature Foe in the structure of the concept INSANITY is lexicalized by a number of cases of zoosemy on a systematic basis. Such systematicity causes

new cases of zoosemy, lexicalizing concept INSANITY in slang language, as well as occasional metaphorical nomination of the insane in literary works.

Key words: *friend, foe, zoosemy, conceptual metaphor, concept, conceptualization.*

Актуальность статьи обусловлена интересом современной когнитивной лингвистики к описанию и моделированию ментальных структур, что позволяет понять и изучить специфику национальной (англоязычной) картины мира. “Концепт как ментальное образование в сознании индивида есть выход на концептосферу социума, т. е. на культуру” [1: 41]. Будучи сформированными индивидуумом на основании полученных знаний, концепт является “макромоделью культуры, он порождает культуру и порождается ею” [2: 97].

Объектом исследования являются лексические единицы и фразеологизмы, вербализующие концепт INSANITY.

Предметом исследования послужили зоосемизмы, вербализующие концептуальный признак СВОЙ vs ЧУЖОЙ, который является компонентом когнитивной структуры концепта INSANITY и структурирует один из его сегментов, рассматриваемых в данном исследовании.

Целью работы является исследование концептуализации и последующей вербализации феномена безумия, в частности, на базе зоосемизмов.

Сформулированная цель определяет решение следующих *задач*:

1) выделение компонентов метафоры СУМАСШЕДШИЙ — ЧУЖОЙ на базе этимологического и деривационного анализа зоосемизмов, вербализующих концепт INSANITY;

2) определение мотивационной базы данной метафоры при концептуализации феномена безумия;

3) описание семантического спектра метафоры при образном переосмыслении лексических единиц, вербализующих концепт INSANITY и обозначающих отчуждение;

4) моделирование когнитивной структуры изучаемого сегмента концепта INSANIT.

Концепт в данном исследовании понимается, как “дискретное ментальное образование, являющееся базовой единицей ментального кода человека и обладающее упорядоченной структурой, представляющее собой результат когнитивной деятельности личности

и общества и несущее комплексную информацию об отражаемом предмете или явлении” [3: 34].

Е. С. Кубрякова указывает на такие важные характеристики концепта, как членимость и особую организацию. “Концепты представляют кванты структурированного знания, из которого можно извлечь разные признаки, выделить разные его слои и описать как структуру” [4: 317].

Согласно Н. В. Топорову, СВОЙ vs ЧУЖОЙ является одним из наиболее универсальных семантических противопоставлений универсального знакового комплекса (общественный конструкт как ответ на стимулы, идущие извне). СВОЙ vs ЧУЖОЙ является противопоставлением отчетливо социального толка, описывающим структуру коллектива [5: 16].

Согласно нашей гипотезе, противопоставление СВОЙ vs ЧУЖОЙ является одним из наиболее важных когнитивных механизмов, участвующих в концептуализации феномена БЕЗУМИЕ. При этом СВОЙ — это носитель традиционных общественных ценностей, человек, который считает, что соблюдает все общественные нормы поведения и является психически здоровым; безумец в данном противопоставлении становится ЧУЖИМ, так как, нарушая социальные устои, он несет определенные угрозы обществу, являясь антисоциальным элементом, способным к физическому насилию.

Процесс отторжения из социальной среды получает свое объяснение в рамках клинической психиатрии, которая оперирует термином **отчуждение (alienation)**, однако в другом толковании. Психически больной человек отчуждается от реальности в результате ее неадекватного восприятия. “Отчуждение — одно из самых серьезных следствий невротических отклонений. Его вызывает комбинация постоянного отрицания внешней реальности и подавление истинных мыслей, чувств и импульсов. Как результат, такие личности теряют контакт с ядром своего бытия и становятся не способными определять или действовать согласно правилам” [6: 528].

В результате поведения, которое отклоняется от общественно принятых норм, такие личности отторгались из общества. В средние века безумцы считались одержимыми дьяволом, поэтому не только отвергались обществом, но и яростно преследовались, а затем с развитием науки изолировались от общества в специальных учреждениях.

Концептуалізація феномена безумія в виді схеми БЕЗУМЕЦ — ЧУЖОЙ об'єктивується лексическими одиницями і фразеологізмами — зоосемізмами як в речі, так і в художественних произведениях.

Тринадцять фразеологізмів, представляючих собою зоосемізми, і два фразеологізма, образно переосмислюючих безумця як овощ, актуалізують признак ЧУЖОЙ при вербалізації концепта INSANITY.

Фразеологізм *mad as a March hare* (досл. сумасшедший, як мартовський заяц) кваліфікує поведінку безумця як дикое, сумасшедшее поведінку зайця во время брачного сезону в марте. При рассмотренні данного сравнения можно выделить его основание — лексему *mad* (сумасшедший), і тему сравнения *a March hare*, которая обогащает семантику фразеологізма дополнительной образностью і сравнивает человека с животным.

Идентичную структуру имеют фразеологізми:

crazy as a bed bug (досл. чокнутый, как клоп),

crazy as a an owl (досл. чокнутый, как сипуха),

crazy as a coot (досл. чокнутый, как лысуха (род водоплавающих птиц)).

Как и в вышерассмотренном примере, основанием сравнения является лексема *crazy*, синонимичная *mad*, и обозначающая “чокнутый”. Темой же сравнения являются лексические единицы, обозначающие животных, которые не ассоциируются с поведением безумцев. Изъятые из рассматриваемых сравнений, они не вербализуют концепт INSANITY. Главной функцией рассматриваемых зоосемізмів является актуалізація вытеснения безумца (что вербализуется лексемой *crazy*) из вида *homo sapiens* в виды других живых существ, или растений. В данном случае, согласно концепции Ю. Лотмана, ЧУЖОЙ противопоставляется СВОЕМУ в виде “не-человека” [7: 223]. Согласно Ю. Лотману, при сравнении сумасшедших с животными, “уподобление человека животному мыслится как освобождение от всех запретов” [8: 44].

На подобном переосмыслении основаны такие зоосемізми, как *queer fish* (досл. сумасшедшая рыба), *mooncalf* (досл. сумасшедший теленок), а также *odd bat/dingbat* (досл. сумасшедшая летучая мышь), и их производные прилагательные *bats* и *batty* (чокнутый).

Без компонентов, прямо эксплицирующих безумие *queer, moon, odd, ding* (сумасшедший), данные лексические единицы не обозначают отклонение от нормы. Как и в вышерассмотренном случае, функция зоосемизмов — служить вытеснению безумца из общества людей в животный мир.

Фразеологизм *barking as a mad dog* и его производное *barking* образно переосмысливают безумца, как лающую бешеную собаку.

Идиоматическое выражение *to go ape* (спянуть) основано на сравнении поведения сумасшедшего с обезьяной (*ape*), как и выражение *to go bananas*, где компонент *bananas* метонимически замещает *ape*.

Лексемы *cabbage* (капуста) и *vegetable* (овощ) также метафорически номинируют безумца. Помимо актуализации признака ЧУЖОЙ, в семантический спектр данной метафоры также входят такие концептуальные признаки как “отсутствие интеллекта”, “отсутствие эмоций”, “безжизненность”, “ущербность”. Если животные все же наделены определенным интеллектом и способностью к выживанию, то сравнение человека с овощем предполагает полное отсутствие интеллектуальных качеств.

При изучении художественных произведений с персонажами, страдающими от психических отклонений, было выделено 18 случаев окказиональной зоосемической метафоры. В данном случае, как и в вышерассмотренных, при лексическом маркировании чужеродности безумец отождествляется с животным.

В трех случаях метафорический перенос основан на сравнении безобидного поведения безумца с комичным поведением животного (обезьяны, шенка, шимпанзе), причем дважды само животное квалифицируется как *demented* (сумасшедший): *like a monkey, like a demented puppy, like a demented chimp*.

Отождествление безумца с кроликом (*rabbit*) наделяет его такими качествами, как уязвимость и беззащитность. И наоборот, сравнения с такими хищными животными и насекомыми, как *polar bear* (белый медведь), *trapdoor spider* (пауки-ктенизиды, подстерегающие свою жертву в норке), *rat-killing dog* (собаки породы терьеров, которые охотятся на крыс), *leopard* (леопард), *wild bear* (дикий медведь), *wild bull* (дикий бык), *mad dog* (бешеная собака), *bull goose* (доминантный гусь в стае), наделяет безумца такими признаками, как непредсказуемость, агрессия и опасность для окружающих людей.

Сравнение безумца с норкой, живущей на кладбище (*cemetery mink*), выявляет такие признаки, как неприязнь окружающих и близость к потустороннему миру.

These white bars ribbed the walls. Dr. Lecter had a sleek dark head.

He's a cemetery mink. He lives down in a ribcage in the dry leaves of a heart. (9: 261).

Зверек норка, которая живет на кладбище, — это доктор Лектер, но кладбищем оказывается его грудная клетка, внутри которой расположено сердце, устланное сухими листьями, там-то и помещается безумец. Фантазмагоричность образов основана на особенностях поведения и мировосприятия персонажа-безумца, каннибала и садиста.

В остальных случаях метафоризация основана лишь на образе вытеснения из вида *homo sapiens* в виды других животных, без выявления дополнительных признаков: *animal* (животное), *moose* (олень), *seal* (тюлень).

В пяти случаях звучание голоса сравнивается со звуками, издаваемыми животными:

to make noises like a sleeping seal (издавать звуки, как спящий морской котик),

leopard's cough (рев леопарда),

louder than a howler monkey (громче, чем обезьяна-ревун),

to moo like a cow (мычать как корова),

a mewling noise (мяукающий звук).

Sammie's voice boomed behind her sudden as a leopard's cough, louder than a howler monkey (9: 172).

Голос безумца не просто сравнивается со звуками, издаваемыми животными, но и гиперболически квалифицируется. Подчеркивая громкость голоса, автор прибегает к сравнению *louder than a howler monkey*, так как известно, что обезьяна-ревун обладает самым громким голосом из всех существующих наземных животных.

В данном примере, равно как и во всех других вышепроанализированных, наглядно прослеживается вербализация признака чрезмерности, эксцесса, являющегося одним из наиболее ярких в структуре концепта INSANITY.

В результате проведенного исследования можно прийти к выводу, что участок концепта INSANITY, кодируемый схемой СВОЙ vs ЧУЖОЙ и вербализуемый зоосемизмами, обладает высокой

номинативной плотностью и, следовательно, является одним из наиболее релевантных в структуре концепта INSANITY. Психическое расстройство метафорически репрезентируется как изгнание больного из социальной среды на периферию и лишение его признаков, присущих остальным членам социума. Данный индивид становится не-человеком в не-пространстве, он отождествляется с животными и вытесняется из социума.

Перспективой дальнейшего исследования может послужить изучение окказиональных зоосемизмов при номинации других форм нестандартного поведения.

ССЫЛКИ И ПРИМЕЧАНИЯ

9. *Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепт, дискурс / В. И. Карасик. — Волгоград: Перемена, 2002. — 331 с.
10. *Зусман В. Г.* Концепт в культурологическом аспекте / В. Г. Зусман. — Нижний Новгород: Деком, 2001. — С. 38–53.
11. *Попова З. Д., Стернин И. А.* Когнитивная лингвистика / З. Д. Попова, И. А. Стернин. — М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. — 314 с.3
12. *Кубрякова Е. С.* Язык и знание / Е. С. Кубрякова. — М.: Языки славянской культуры, 2004. — 560 с.
13. *Топоров В. Н.* Мировое древо: Универсальные знаковые комплексы Т. 1. / В. Н. Топоров. — М.: Рукописные памятники Древней Руси, 2010. — 448 с.
14. *Saddock B. J., Saddock V. A.* Kaplan & Saddock's Comprehensive Textbook of Psychiatry / B. J. Saddock, V. A. Saddock. — Lippincott Williams & Wilkins Publishers, 2000. — 2584 p.
15. *Лотман Ю. М.* Семиосфера / Ю. М. Лотман. — СПб.: Искусство СПб, 2000. — 704 с.
16. *Лотман Ю. М.* История и топология русской культуры / Ю. М. Лотман. — СПб.: Искусство СПб, 2002. — 762 с.
17. *Harris T.* The Silence of the Lambs / T. Harris. — New York: St. Martin's Press, 1988. — 424 p.

Стаття надійшла до редакції 09.04.15

УДК [811.161.1:811.581]’373

波波娃·亚历山大 (*Popova Aleksandra*), 周聪 (*Zhou Cong*)

俄汉颜色词的文化内涵对比 ON CULTURE CONNOTATIONS OF THE RUSSIAN AND CHINESE COLOUR WORDS

The article is devoted to the problem of culture connotations of the Russian and Chinese colour words. The structure of the concept “colour” as well as the conceptual understanding of the red, green, yellow, white and black colours by the two cultures are analyzed. The main components (denotative meaning, connotative meaning, reflective meaning) constituting the integrative “colour concept” are specified. The differentiating features contributing to the interpretation of the abovementioned colours are defined: differences in customs, religious beliefs, thinking style, national psychology, people’s subjective understanding and judgment.

Key words: colour words, red, green, yellow, white, black.

摘要: 颜色词除表示其本身的概念外, 在不同的文化中还包含着丰富的内涵意义。由于不同民族的风俗习惯、思维方式、宗教信仰、民族心理等方面的差异, 这些词汇能够产生不同的词汇意义。俄汉颜色词作为俄汉词汇系统中的重要组成部分是人们对颜色的认知在语言中的反映, 颜色词不仅是对客观色彩的描述, 还包含了人们的主观意识和评价, 具有丰富的文化信息。

关键词: 颜色词、红色、绿色、黄色、白色、黑色。

20世纪中叶, 美国著名人类学家康克林 (H. C. Conklin) 和格里森 (H. A. Gleason.) 将英语、绍纳语和巴萨语三种语言中的颜色词做了对比研究, 得出以下结论: “各个民族感知颜色的生理能力并没有差别, 但由于文化模式不同, 各种语言对色谱的划分也有所不同, 一种语言的颜色词以其独特的方式记录着人们感知颜色的经验, 这些颜色词反过来又规定、限制了人们表达颜色的可能”。由此可见, 语言和文化深刻的影响着人们对文化的认知。

俄汉颜色词作为俄汉词汇系统中的重要组成部分是人们对颜色的认知在语言中的反映，颜色词不仅是对客观色彩的描述，还包含了人们的主观意识和评价，具有丰富的文化信息。

红色 **красный**，红色是中国文化中的崇尚色调。人们用红色表达喜庆、欢乐的情绪，红色象征着吉祥、幸福、成功、兴旺。中国的传统新年家家户户张贴红色的“福”字和红色的对联；在传统婚礼上，新娘子要穿一身红衣，新房的门窗上贴着大大的红“喜”字；红色象征顺利、成功等意义：“走红”“、开门红”；红色还指代受到宠爱的“红人”。在俄语种“红色”也看作是美丽的、吉祥的象征，常把红色与自己喜爱的人和物联系在一起，如 **красная девица** (红颜少女或指拘谨的男子)、**красное платье** (红连衣裙)，**красный цвет** (红花)。红色又是血的颜色，生命的颜色。俄国十月革命期间和中国共产党领导的革命斗争中都组建了“红军”(**красная армия**)，升起了“红旗”(**красный флаг**)，出现了“红区”(**красные районы**)。红色成了“布尔什维克”“、苏维埃”、“社会主义”的代名词。但在俄罗斯有一种书叫 **Красная книга**，书中记录的是各种珍稀的濒临灭绝的动植物。之所以取名为“红书”，是因为红色是危险、禁止的象征。俄语中“**красный**”的些许含义在汉语中找不到等值的含义。如：**красный** 有晴朗、明亮的意义，**красное солнышко** (明亮的太阳)；**красный** 有正面的、庭院的意思，**красное крыльцо** (正门台阶)。

绿色 **зелёный**，绿色代表生命，是大自然的颜色，中俄两国人都喜欢把“绿色”同春天、大自然、年轻联系在一起。绿色是草木之色，有了绿色往往意味着植物焕发出新的生命、生机勃勃。在两种语言中，绿色 (**зелёный**) 都有“安全、无障碍的”的隐喻意，也指办事情非常顺利，畅通无阻。在两种语言中都有 **зелёный свет** (绿灯)、**зелёная улица** (绿色通道) 等词组。但 **зелёный** 在俄文化中通常有具体的意义，如 **зелёные глаза** (绿眼睛) 在俄语中具有诗意般的浪漫色彩，指“有诱惑力的(因施行巫术魔法) 迷人的眼睛”。而在汉文化中，一个人眼睛发绿了，指看到了自己很渴望得到的东西 (带点贪婪的成分)，如“看到那些金条，他眼睛都绿了。在中国古代，绿色有贬义色彩，象征地位低微、下贱。唐代官制规定官七品以下穿绿服或称“青衫”，宋元时代，地位低下的乐人、乐工穿绿衣；明代规定妓女和歌乐男子必须带绿巾。后来把妻有外遇称为“戴绿帽子”，指妻子对丈夫不忠，丈夫低人一等而且脸色无光。

黄色 **жёлтый**，黄色是中华民族所崇尚的颜色，它象征着权利和威严。但是在俄罗斯固有文化中黄色确是禁忌色。在俄汉两种语言中“黄色”都有“病态”、“不健康”等隐喻意。例如：在俄语中我们经常

听到“После болезни он был весь жёлтый”，指的就是某人病后面色发黄。“Жёлтое лицо”（黄脸）一指病态的脸色。在汉语中，有“面黄肌瘦”，女词人李清照在《醉花阴》中描写自己憔悴不堪的样子时曾说到：“人比黄花瘦”。

白色 белый, 白色 (белый) 是雪和牛奶的颜色。在俄语中有“белый как снег”，“белый как молоко”等语句，在汉语中也有相对应的“雪白的”，“乳白色的”等词语。除了表示颜色之外，белый (白色) 在俄汉语中都有“纯洁、高尚的”隐喻意。在俄罗斯人的婚礼上，新娘都穿洁白无暇的婚纱，显得光彩夺目，白色在俄罗斯人的意识中是纯洁、高贵和永生的象征。在汉语中白色 (белый) 经常同死亡联想到一起。白色象征死亡，“办白事”即是办丧事，自古以来，亲人死亡，其家属要穿白丧服，并设白色灵堂，出殡时要打白纸幡，撒白纸钱。汉语中白色还有其独特的含义，可指代明亮和光亮，“一唱雄鸡天下白”；寓意无功而返，“白费劲”、“白忙碌”；指那些缺乏社会经验、不爱劳动的人，“白面书生”；还有清楚、明白之意，“明明白白”等等，在汉语中白色的反面意义比较多。

黑色 чёрный, 黑色本是烟黑或煤炭的颜色，它是所有的颜色中最暗的，俄语中经常见到“чёрный, как сажа”，“чёрный как уголь”。汉语中有“黑不溜秋”、“黑咕隆咚”等。人类在很早的时候就感悟到了黑与白的对立，并在语言中强调了这种对立，如俄语中的назвать чёрное белым (把黑的说成白的，颠倒黑白) 或 принимать белое за чёрное (把白的说成黑的，颠倒黑白)，汉语中有成语“颠倒黑白”、“白纸黑字”等。中世纪时在俄罗斯人的迷信思想中，чёрный 一词有 чародейский (以魔法迷惑人的) 和 колдовский (巫术的) 意义，чёрная книга 指神奇的巫书，чёрная магия 指巫术。还有一些带有 чёрный 的词语是俄语中所特有的：чёрная работа — 粗重的活、чёрный ход — 后门、чёрная зависть — 嫉妒。黑色在中国古代象征尊贵、刚毅、严正、深沉、神秘等褒义。黑色曾是夏代和秦代所崇尚的正色，夏、秦两代的公卿大夫的官服、礼服都是黑色。又因黑色和铁色相似，所以黑色往往象征铁面无私，如包拯、李逵等历史人物的舞台形象都是黑色脸谱。

通过颜色词在俄汉两种语言中的对比，我们发现颜色词的使用在俄汉两种文化中既有共同之处，也存在着明显的差异。颜色词的使用不仅限于词本身的意义，往往包含有更深的隐含意义。由于不同民族的风俗习惯、思维方式、宗教信仰、民族心理等方面的差异，这些词汇也产生了不同的词汇意义。

参考文献

1. 张建华等. 现代俄汉词典[Z].北京: 外语教学与研究出版社, 1998.
2. 夏征龙. 辞海[Z].上海: 上海辞书出版社, 1998.
3. 谭林. 俄语语言国情学[M].吉林大学出版社, 1997.
4. 黄苏华. 俄罗斯语言国情辞典[M].现代出版社, 2000.
5. 陈勇. 浅谈隐喻的文化认知价值 [J] 中国俄语教学 2005.
6. Маслова. В. А. Лингвокультурология. [M] Академия 2001. — 208 с.
7. Ярцева В. Н. Лингвистический энциклопедический словарь Сов. энциклопедия. 1990. — 685 с.

Стаття надійшла до редакції 30.03.15

СЕМАНТИЧНИЙ АСПЕКТ АНГЛОМОВНОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Статтю присвячено розглядові основних аспектів дослідження англомовної туристичної термінології, зокрема, семантичного. Розглянуто загальні характерні риси англомовних туристичних термінів, їх семантичні та морфологічні параметри. Досліджено структуру англомовного термінологічного поля “туризм”. В результаті дослідження було виявлено, що переважна більшість із розглянутих туристичних термінів є іменниками. Розгляд формального аспекту термінів уможливив їхній розподіл за компонентною структурою на однокомпонентні, двокомпонентні та трикомпонентні.

Ключові слова: термін, термінологія, термінологічне поле, туризм.

Статья посвящена рассмотрению основных аспектов исследования англоязычной туристической терминологии, в частности, семантического. Рассмотрены общие характерные черты англоязычных туристических терминов, их семантические и морфологические параметры. Исследована структура английского терминологического поля “туризм”. В результате исследования было выявлено, что большинство из рассмотренных туристических терминов являются именами существительными. Рассмотрение формального аспекта терминов дало возможность провести их разделение по компонентной структуре как однокомпонентные, двухкомпонентные и трехкомпонентные.

Ключевые слова: термин, терминология, терминологическое поле, туризм.

The article outlines the main aspects of the English tourism terminology study, in particular, semantic one. General specific features, semantic and morphological characteristics of the English tourism terms are examined. The structure of the English terminological field “tourism” is studied. As a result of the investigation it is found out that most of the investigated terms are nouns. Investigation of the formal aspect of the terms made it possible to conduct their division by the component structure into one-component, two-component and three-component entities.

Key words: term, terminology, terminological field, tourism.

Системно-структурний підхід до розгляду мови взагалі та її лексичної підсистеми зокрема зумовив появу цілої низки галузей лінгвістичних досліджень, однією з яких є термінознавство (або ж термінологія). Хоч зазначені терміни є синонімами, для більшої коректності викладу у нашій роботі під *термінознавством* розуміємо розділ лексикології, що вивчає терміносистеми мови, а під *термінологією* — систему слів і сполук, що позначають коло понять спеціальної сфери спілкування у науці, виробництві, техніці, мистецтві тощо [1: 267].

Українська дослідниця О. О. Селіванова визначає термін як слово чи сполуку, що позначає поняття спеціальної сфери спілкування в науці, виробництві, техніці, мистецтві, в конкретній галузі знань чи людської діяльності. Головними вимогами до термінів є системність, наявність класифікаційної дефініції, прагнення до моносемічності й конкретизації в межах терміносистеми та до прозорості внутрішньої форми; жорстка конвенційність; стилістична нейтральність; залучення до системи понять певної галузі; відповідність нормам мови, що запобігає появі професійних жаргонізмів; точність і короткість; дериваційна здатність; інваріантність як відсутність варіантів і синонімів; висока інформативність [1: 267].

Проведений аналіз теоретичних та практичних аспектів дослідження термінології в роботах сучасних вітчизняних лінгвістів уможливив виявлення загальної тенденції до комплексного розгляду термінологічної лексики в семантичному, структурному, словотвірному та функціональному аспектах.

Власне туристична термінологія виступала об'єктом лінгвістичного дослідження в компаративному (порівняння даної терміносистеми в англійській і російській мовах) та в діахронічному аспектах (Е. Т. Белан, Л. В. Виноградова). Цікавим доробком цих досліджень є періодизація появи туристичних термінів в англійській мові з розвитком туризму як галузі завдяки технічно-економічним, соціальним факторам та цільовим функціям туризму, що складається з таких етапів: 1) прообраз туристичної діяльності (епоха античності — початок ХІХ століття) — основними мотивами подорожей була торгівля, паломництво, лікування, освіта; термінологія туризму складалась із номінацій засобів пересування та проживання, що позначалися лексичними одиницями з літературної мови (*carriage, board, excursion, hotel, resort*); 2) початок розвитку масового туризму (ХІХ століт-

тя) — закладання основ матеріально-технічної бази, методів роботи та управління туризмом; поява термінів *tourism*, *tourist* та номінацій, що пов'язані з посередницькими послугами турбюро, перевезенням, проживанням та харчуванням (*booking*, *transit*, *maitre d'hotel*, *a la carte*, *buffet*); 3) масовий конвеєрний туризм (початок XX століття — кінець Другої світової війни) — динамічний розвиток транспортних послуг та готельного бізнесу призвів до появи цілої низки відповідних термінів (*airline*, *airport*, *motel*, *receptionist*, *room-service*); 4) масовий диференційований туризм (кінець Другої світової війни — до наших днів) — характеризується розмаїттям туристичних послуг, спрямованих на задоволення індивідуальних вимог туриста, що відбилося в туристичній термінології (*nostalgic tourism*, *rural tourism*, *flotel*, *honeymoon suite*, *American plan*, *last minute tour*). Крім цього, автори цих розвідок відзначають, що англomовна термінологія туризму знаходиться на етапі наукового осмислення, розвивається та прагне до закінчення свого формування, що також увиразнює актуальність обраної теми дослідження [2; 3].

Мета даної статті полягає в аналізові семантичного аспекту англomовної туристичної термінології.

Об'єктом дослідження є англomовні терміни сфери туризму.

Предметом дослідження є семантичні, структурні та словотвірні особливості англomовної туристичної термінології.

Матеріалом дослідження слугували близько 2000 англomовних термінологічних одиниць, отриманих методом суцільної вибірки з 4 спеціалізованих енциклопедій туристичних термінів та 5 тлумачних словників англійської мови.

Згідно з принципами польового підходу до моделювання мовних підсистем (З. Д. Попова, Й. А. Стернін) [4] розглядаємо весь корпус англomовної туристичної термінології як **термінологічне поле**, що має певну структуру та ґрунтується на декількох типах відношень між своїми елементами [5: 14].

Проведений тематичний аналіз англomовної туристичної термінології уможливив виокремлення в її структурі п'яти мікрополів, що відображають наявні підгалузі в сфері туризму, а саме: мікрополе "**організація туризму**", мікрополе "**організація проживання**", мікрополе "**організація перевезення**", мікрополе "**організація харчування**", мікрополе "**організація дозвілля**". Ці мікрополя, в свою чергу, містять певну

кількість лексико-семантичних груп (далі — ЛСГ), які об'єднують термінологічні одиниці за більш специфічними тематичними ознаками. Таким чином, структура термінологічного поля “туризм” ґрунтується на гіперо-гіпонімічних відношеннях між його конституентами.

Мікрополе “**організація туризму**” охоплює базові поняття туризму та складається з п'яти ЛСГ: 1) ЛСГ “учасники туризму” (*tourist, host, tour operator, guide, animator*); 2) ЛСГ “види туризму” (*gastronomic tourism, last-minute tour, all-expense tour*); 3) ЛСГ “організаційні процедури” (*booking, tour cancellation, meet and greet*); 4) ЛСГ “туристична документація” (*visa, voucher, traveler's cheque, accident insurance*); 5) ЛСГ “реклама туристичних послуг” (*travel catalogue, travel fair*).

Мікрополе “**організація проживання**” також містить п'ять ЛСГ та об'єднує терміни, які стосуються певних нюансів розміщення туристів: 1) ЛСГ “типи готелів” (*flotel, boutique hotel, hostel*); 2) ЛСГ “типи номерів” (*single room, suite, family suite*); 3) ЛСГ “готельні процедури” (*check in, early arrival, late check-out*); 4) ЛСГ “готельні послуги” (*room service, wake up call, transfer*); 5) ЛСГ “типи розміщення” (*bed and breakfast, half board, American plan, European plan*).

Мікрополе “**організація перевезення**” поділяється на підгрупи в залежності від застосованого виду транспорту: 1) ЛСГ “повітряне перевезення” (*domestic flight, baggage claim, charter*); 2) ЛСГ “наземне перевезення” (*car rental, parking lot, buffet car*); 3) ЛСГ “водне перевезення” (*cruise liner, outside cabin*).

Мікрополе “**організація харчування**” містить дві підгрупи: 1) ЛСГ “типи закладів харчування” (*singles bar, drive-in restaurant*); 2) ЛСГ “типи харчування” (*American breakfast, English breakfast, brunch*). Останнє мікрополе — “**організація дозвілля**” — охоплює лексичні одиниці, пов'язані із видом відпочинку: 1) ЛСГ “активний відпочинок” (*diving, bungee-jumping, water skiing*); 2) ЛСГ “пасивний відпочинок” (*animation, variety show, spa*).

Слід зазначити, що всередині виокремлених ЛСГ також можливий поділ на певні тематичні ряди на основі гіперо-гіпонімічних відношень. Так, наприклад, у складі ЛСГ “повітряне перевезення” можна виокремити такі тематичні ряди, як “тип транспорту” (*jet, airliner*), “місце” (*airport, terminal*), “типи перельотів” (*non-stop flight*), “працівники” (*baggage inspector*) тощо. Це ще раз підкреслює системно-польовий характер досліджуваної термінології.

Крім гіперо-гіпонімічних відношень, між конститuentами англомовної туристичної термінології зафіксовано синонімічні та антонімічні відношення.

Серед основних причин появи синонімії саме в термінології відзначаються, зокрема, паралельне термінування певного поняття декількома дослідниками, різні варіанти перекладу терміну, наявність повного та короткого позначення одного поняття, що деякі дослідники уналежують до явища термінологічної варіативності [6]. Проведене дослідження показало, що близько 20 % аналізованих англомовних туристичних термінів пов'язані між собою синонімічними відношеннями. Наприклад: *agrotourism / farm tourism — tourism in which tourists board at farms or in rural villages and experience farming at close hand*. Деякі із синонімічних термінів туризму є прикладами термінів-дублетів, один з яких є запозиченим, наприклад: *concierge (фр.) — head porter; sommelier (фр.) — wine waiter*.

Наступним зафіксованим типом лексико-семантичних відношень в англомовній термінології туризму є антонімія (близько 10 %). Найбільшу групу з них формують контрадикторні антоніми, представлені термінологічними парами, члени яких передбачають та виключають один одного. Це або однокореневі терміни, один з яких має негативний афікс, наприклад: *season — off-season, accompanied baggage — unaccompanied baggage, flexible ticket — inflexible ticket*, або різнокореневі терміни, що мають протилежне значення, наприклад: *early arrival — late arrival, low season — high season*. Наступна група антонімічних термінів туризму представлена комплементарними опозиціями, члени яких не заперечують один одного, а співвідносяться на основі контрасту ознак, які вони виражають: *domestic tourism — international tourism, rural tourism — urban tourism, scheduled flight — charter flight*. Остання група антонімів містить контрарні терміни-антоніми, які знаходяться у відношеннях протилежності та характеризуються градуальністю за ступенем вияву певної ознаки: *board — half-board — full board, service — semi-self service — self-service*.

Ще однією характерною рисою досліджуваної англомовної туристичної термінології є наявність полісемії (близько 15 % аналізованих одиниць мають декілька пов'язаних між собою значень, які зазвичай виникають у результаті розвитку початкового значення певного слова [7: 64]. Яскравим прикладом розширення значення слугує англо-

мовна номінація *host*. Її початкове значення — людина, яка приймає гостей у себе вдома — *a person, who has invited guests*. У термінологію туризму це слово увійшло зі значенням власника готелю чи ресторану *the landlord of a hotel or inn, also sometimes of a restaurant*. Надалі з розвитком сфери туристичних послуг ця номінація почала позначати ще й представника приймаючої сторони, який надає подорожуючим певні організаційні послуги: *a representative who provides only information or greeting services or who assists at the destination with ground arrangements without actually accompanying the tour*.

Рівень же представленості досліджуваної туристичної термінології в англомовних тлумачних словниках становить лише четверту частину із зафіксованих в спеціалізованих енциклопедіях 3000 термінологічних одиниць (близько 700 термінів). Власне весь корпус туристичної термінології, як і будь-якої іншої терміносистеми, не є однорідним. Уже традиційним став розподіл термінології певної сфери на вузькогалузеву, міжгалузеву та загальнонаукову [8]. У нашому випадку чітко прослідковується тенденція більшої репрезентативності в тлумачних словниках саме міжгалузевої лексики, що внаслідок свого статусу є вживанішою. До неї уналежнюємо мікрополя “*організація проживання*”, “*організація перевезення*”, “*організація харчування*” та “*організація дозвілля*”, а також загальноповсякденну лексику, що ввійшла в туристичну термінологію (*room, bed, service* тощо). Водночас найменше представлена саме вузькогалузєва лексика, до якої зараховуємо мікрополе “*організація туризму*”. Зазначене спостереження підтверджує тезу про те, що енциклопедії реєструють більше номінацій за рахунок детальної диференціації певного поняттєвого поля, тоді як на рівні повсякденного спілкування мовці віддають перевагу номінаціям, що позначають базові одиниці в класифікації об’єктів, нехтуючи лексичними одиницями із субординатним рівнем конкретності [9].

В рамках семантичного аспекту дослідження проведено також аналіз морфологічних особливостей англомовної туристичної термінології, який показав, що переважна більшість із розглянутих туристичних термінів є іменниками (більше 96 %), набагато меншу репрезентативність мають дієслова та прикметники (3 % та 1 % відповідно). Аналіз формального аспекту термінів уможливив розгляд їхньої компонентної структури. Так, 32 % англомовних термінів туризму є однокомпонентними, 66 % — двокомпонентними, та

2 % — трикомпонентними. Найпоширенішою словотвірною моделлю для двокомпонентних термінів є **N+N** (*city tourism, shoulder season*), що пояснюється синтаксичними особливостями англійської мови та функціонуванням даної моделі як економного способу передачі інформації [10]. Доволі продуктивною моделлю для двокомпонентних термінів є також **Adj+N** (*low season, educational tourism*). Для трикомпонентних термінів найбільш характерними є моделі **N+N+N** (*family table service, country house hotel*) та **Adj+N+N** (*daily room rate, long distance flight*). Таким чином, аналіз словотвірних особливостей досліджуваної термінології виявив домінування багатоконпонентних термінологічних одиниць, поява яких пояснюється, зокрема, розвитком різних підгалузей туризму, що відображується у створенні нових термінів на основі вже існуючої термінологічної одиниці, що, у свою чергу, зумовлює формування “термінологічного гнізда” [2]. Найбільш продуктивними гніздоутворювальними термінами в англійській термінології туризму є *tourism, tour, season, hotel, room, ticket, flight*.

Таким чином, досліджувана терміносистема має ознаки польової організації, яка ґрунтується насамперед на гіперо-гіпонімічних відношеннях. Аналіз англійського термінологічного поля “туризм” уможливив виокремлення в його структурі п’яти мікрополів, які, в свою чергу, містять декілька лексико-семантичних груп. Крім гіперо-гіпонімічних відношень, між конститuentами англійської туристичної термінології зафіксовано синонімічні відношення (паралельне термінування певного поняття декількома дослідниками, різні варіанти перекладу терміну, наявність повного та короткого позначення одного поняття) та антонімічні відношення (представлені трьома групами: контрадикторні антоніми, комплементарні опозиції, контрарні терміни-антоніми). Ще однією характерною рисою досліджуваної англійської туристичної термінології є наявність полісемії, що виникла в результаті розвитку початкового значення певного слова, в основному — розширення.

Лише четверта частина наявних у спеціалізованих енциклопедіях термінологічних одиниць фіксуються нормативними словниками англійської мови. Найбільшу представленість має міжгалузєва лексика, тоді як вузькогалузєва лексика (мікрополе “*організація туризму*”) має доволі невисоку репрезентативність у тлумачних словниках.

Аналіз морфологічних параметрів англійської туристичної термінології показав, що переважна більшість із розглянутих туристичних

термінів є іменниками. Розгляд формального аспекту термінів уможливив їхній розподіл за компонентною структурою на однокомпонентні, двоконпонентними та трикомпонентні. Найпоширенішою словотвірною моделлю для двоконпонентних термінів є $N+N$. Дослідження словотвірних особливостей досліджуваної термінології виявило домінування багатоконпонентних термінологічних одиниць, поява яких пояснюється, зокрема, розвитком різних підгалузей туризму, що відображується у створенні нових термінів на основі вже існуючої термінологічної одиниці, що, у свою чергу, зумовлює формування “термінологічного гнізда”.

Перспектива подальшого дослідження полягає в розгляді функціонального аспекту англомовної туристичної термінології.

ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ

1. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. — Полтава, 2006. — 716 с.
2. Белан Э. Т. Формально-структурный анализ терминов международного туризма на английском языке / Э. Т. Белан // Вестник МГОУ. Серия “Лингвистика”. — М., 2007. — № 2. — С. 92–100.
3. Виноградова Л. В. Терминология туризма английского и русского языков в синхронном и диахронном аспектах : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Л. В. Виноградова. — Великий Новгород, 2011. — 213 с.
4. Полевые структуры в системе языка / Под ред. З. Д. Поповой. — Воронеж: Издательство Воронежского университета, 1989. — 200 с.
5. Канделаки Т. Л. Семантика и мотивированность терминов / Т. Л. Канделаки. — М.: Наука, 1977. — 167 с.
6. Изергина И. А. Синонимия в современной английской терминологии электроники : Автореф. дис. ... канд. филол. наук / И. А. Изергина. — Л., 1980. — 19 с.
7. Головин Б. Н. Лингвистические основы учения о терминах : Учеб. пособие для филол. спец. вузов / Б. Н. Головин, Р. Ю. Кобрин. — М.: Высш. шк., 1987. — 104 с.
8. Суперанская А. В., Подольская Н. В., Васильева Н. В. Общая терминология: Вопросы теории / Отв. ред. Т. Л. Канделаки. — Изд. 4-е. — М.: Издательство ЛКИ, 2007. — 248 с.
9. Цобенко О. В. Лексико-семантичне поле “ювелірні прикраси” в англійській мові / О. В. Цобенко // Записки з романо-германської філології. — Одеса, 2012. — Випуск 28. — С. 139–144.
10. Адмони В. Г. Основы теории грамматики / В. Г. Адмони. — М. — Л.: Наука. Ленинградское отделение, 1964. — 105 с.

Стаття надійшла до редакції 02.04.15

УДК 811.111+811.161.2+81'342.9

Є. Ю. Савченко

ВПЛИВ КОМУНІКАТИВНОГО ТИПУ ВИСЛОВЛЮВАННЯ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ МОДЕЛІ ПРОСОДИЧНОЇ СТРУКТУРИ ТЕМА-РЕМАТИЧНОГО ЧЛЕНУВАННЯ

Статтю присвячено дослідженню впливу комунікативного типу висловлювання на трансформацію моделі просодичної структури тема-рема-ематичного членування висловлювання в англійському та українському мовленні. Встановлено загальні закономірності і специфічні особливості впливу комунікативного типу висловлювання на трансформацію моделі просодичної структури тема-рема-ематичного членування висловлювання та здійснено інтерпретацію одержаних результатів.

Ключові слова: тема, рема, тема-рема-ематичне членування висловлювання, комунікативний тип, трансформаційна модель.

Статья посвящена исследованию влияния коммуникативного типа высказывания на трансформацию модели просодической структуры тема-рема-ематического членения высказывания в английской и украинской речи. Установлены общие закономерности и специфические особенности влияния коммуникативного типа высказывания на трансформацию модели просодической структуры тема-рема-ематического членения высказывания и осуществлена интерпретация полученных результатов.

Ключевые слова: тема, рема, тема-рема-ематическое членение высказывания, коммуникативный тип предложения, трансформационная модель.

The article is devoted to the problem of the influence of communicative type of an utterance on the transformation of the theme-rheme structure in English and Ukrainian speech. Common features and specific characteristics of the transformation model are found in both languages.

Key words: theme, rheme, theme-rheme structure of an utterance, communicative type, transformation model.

Основна ілокутивна мета: повідомлення / запитання / спонукання є одним з чотирьох важливих джерел просодичного варіювання висловлювання.

Метою дослідження є вивчення впливу комунікативного типу висловлювання на трансформацію моделі просодичної структури темарематичного членування в англомовному та україномовному телевізійному шоу.

Об'єктом дослідження є англомовне та україномовне усне мовлення.

Предметом дослідження — просодичні засоби актуалізації темарематичного членування висловлювання в усному мовленні.

Матеріалом дослідження слугували відрізки популярних телевізійних програм “Top Gear”, “Перший тест” та “Бережись автомобіля” англійською та українською мовами. Загальний час звучання досліджуваного матеріалу становить 301 хвилину 6 секунд, обсяг експериментального матеріалу — більше 3000 висловлювань.

Повідомлення. До складу повідомлень належать як ініціюючі, так і реактивні репліки. Прототипова модель просодичної структури темарематичного членування оповідного речення характеризується висхідним тоном у темі і слабонизхідним тоном у ремі, а зміна типу оповіді не справляє впливу на цю структуру.

Да/вайте зга\даємо!

/Send it to \us!

І тільки поява у складі архісеми оповідної фрази таких компонентів, як модальна оцінка інформації мовцем, логічна або емфатична виокремленість елемента висловлювання (його фокалізація), фазова незавершеність тощо, може призвести до трансформації інтонаційної моделі.

Запитання. Запитання є різноманітні за своїми пропозиційними та ілокутивними характеристиками. Спільним для всіх типів запитань є використання спеціального мовного засобу (запитальних конструкцій). Запитальна конструкція може включати лексико-граматичний, лінійний та інтонаційний компоненти. Виділяється три класи запитань, що відрізняються прагматичним змістом: канонічні запитання, запитання-перепит і запитання риторичні.

Канонічне запитання зумовлене прагненням ліквідувати прогалину в знаннях мовця шляхом експліцитного отримання потрібної

інформації від співрозмовника. Основними типами канонічних питань є спеціальне запитання і загальне запитання.

До другої групи належать запитання-перепит. Запитання-перепит (запитання з цитуванням) зумовлені тією чи іншою неповнотою прийняття мовцем попереднього повідомлення партнера, змушує мовця ставити співрозмовнику додаткове запитання з метою підтвердити, змінити або уточнити інформацію.

У разі риторичного запитання йдеться про непряме застосування запитальної конструкції: вона не вказує на відсутність у мовця якоїсь відомостей і не припускає необхідності відповіді партнера.

Розглянемо спочатку, як трансформується тональний контур, що формує тема-рематичну структуру запитальної фрази у випадку, коли запитальна конструкція оформлена у вигляді найбільш поширених типів канонічних питань.

Спеціальне запитання. Це конструкція, яка використовується зазвичай при намірі мовця отримати інформацію про один (або декілька) семантичний компонент у фреймі певної ситуації. Цей компонент вказується елементом запитальної конструкції, який включає одне або кілька питальних слів (хто, скільки і т. ін.). Запитальна конструкція лише позначає більш-менш широкую зону незнання, але не називає конкретного претендента-заповнювача. Завдяки такій структурі в спеціальних запитаннях ілюція виражається не інтонацією, а лексичними засобами. Різноманітність їхніх тональних контурів (не релевантних до ілюктивної установки) зумовлена характером фокалізації рематичного і почасти тематичного компонента висловлювання, його модальною специфікою.

Ремою спеціальних питань найчастіше є питальний займенник, що знаходиться зазвичай на початку речення, а нова тема поміщається в кінці. Як рема, так і нова тема несуть у немаркованих спеціальних запитаннях нейтральний низхідний акцент:

(Мені подобається ось цей пластик.) \Чим тобі він по\добається?

(And here if you look, is water.) \Where do you get the \water from then?

Якщо рематична частина виражена словосполученням і в ній є ще один акцент, то спостерігається композиція висхідного і низхідного акцентів:

(The traffic have to move in order to keep the flow rate the same.) /How \fast does the traffic have to move in order to keep the flow rate the \same?

(—Дуже розумна і дуже гарна машина). — /Скільки \коштує вона?

Якщо в українській мові акцентована тема виноситься на початок речення, то відбувається його інтонаційне “розщеплення” — композиційне з’єднання акцентів тут неможливе:

Ти ма\шину ко\ли мив?

Зазначимо, що перший (тематичний) акцент має тут дещо більший інтервал пониження тону, ніж другий.

Загальне запитання. Ця конструкція використовується для репрезентування слухачеві такого гіпотетичного заповнення не зовсім певної позиції, коли до альтернатив відповіді входять так / ні щодо даної гіпотези.

Загальне запитання найчастіше вказується як прототиповий зразок висловлювання, що має висхідний тон реми:

Is that car ex/pensive?

Воно тобі по\добається?

Дійсно, ілокутивні компоненти такого запитання сприяють вибору висхідного тону: це ініціює репліка, спричинена відсутністю в мовця потрібних відомостей, причому її автор вимушено приймає позицію залежності від адресата. Помітно, що в українській мові використання такої форми усунення інформаційного дефіциту навряд чи можливе у випадку, коли респондент займає суттєво більш низьку позицію на офіційних ієрархічних сходах. Так в українській мові запитання начальника до підлеглого скоріше матиме форму спонування:

Назвіть ціну автомо \мобіля!

В англійській же мові, на відміну від української, у подібних випадках відзначається висхідний тон:

Crack now to the /max!

Можливе й інше порушення звичайних ілокутивних умов загального запитання: майже повна епістемічна визначеність ситуації. Наприклад, такі запитання на підтвердження:

(Who was the first?) \Richard?

(Який в нього об’єм?) П’ятсот \літрів? Чи не \так?

За тоном оголошення таке запитання збігається із твердженням, і лише контекст дозволяє правильно проінтерпретувати репліку. Однак такого роду запитання досить рідкісні.

Запитання може стосуватися не тільки термінального члена, але й групи; у такому випадку висхідним тоном оформляється останній наголошений склад складової:

Вони намальовані [спеціально для / “ески”]?

Are you still gonna want to punch me in the face after fifteen /minutes?

Така група вимовляється зливо, у швидкому темпі, у середині неї неможлива паузація, а всі словесні наголоси, окрім кінцевого, ослаблені. Усі ці засоби підкреслюють просодичну нерозчленованість групи.

Загальне запитання може мати акцентовану тему. Однак цей акцент зазвичай не з'єднується з висхідним тоном запитання в єдину структуру:

Is that \car /brilliant?

Tu \це /чуєш?

Винесення теми в термінальну позицію не змінює тонального оголошення складових:

Is it /brilliant that \car?

Tu /чуєш \це? (тема “це” до цього була відсутня в загальному полі зору).

Зауважимо, що загальне запитання у функції спеціального має звичайне тональне оформлення:

Розумна ма/шина?

Is it cheaper to buy than the /others?

До канонічних запитань, крім загальних і спеціальних, належить ще цілий ряд запитальних конструкцій різної ілокутивної спрямованості. Кожна з них характеризується специфічною інтонаційною побудовою. Практично в усіх випадках їхня семантика включає не тільки запит інформації, а й інші семи: контраст, суб'єктивно-модальну характеристику та інші.

Під час розглядання цих типів канонічних запитань не можна обмежуватися лише ілокутивним (власне питальним) компонентом інтонації, а необхідно розглядати й інші семантичні компоненти: протиставлення (альтернативне запитання), контраст (контрастивне запитання), зіставлення (порівняльне запитання), епістемічну, аксіологічну та інші суб'єктивно-модальні установки мовця (модальні різновиди запитань). Тільки такий підхід дозволяє дати повну інтонаційну характеристику розглянутих речень та вказати інтонаційні варіанти різних типів канонічних запитань.

Запитання-перепит (повторення запитання співрозмовника) використовується як чисто риторична фігура і має два просодичні компоненти: напружену фонацію, що символізує повтор репліки

партнера, і висхідний тон на кінцевому слові групи, який вказує на ілокуцію повторюваної репліки:

(-/=*Де він проходив тест*-=\райв?) — *Де він проходив тест*-/райв?

(-/=*Where did she* =\go?) — *Where did she* /go?

Аналогічним чином оформляється загальне уточнювальне запитання, яке “цитує” опущений елемент попереднього запиту:

(— *В неї автома/тична коробка?*) — *У Ти/ани?*

(— *Are you persu/aded?*) — *By the /Alfa?*

Привертає увагу той факт, що за рівнем базового тону повтори збігаються з попереднім питанням.

Спонування. Метою спонукального запитання можна назвати введення поведінкової інструкції в когнітивну систему реципієнта. Виділяють чимало різновидів спонування, і ця різноманітність переважно спричинена відмінністю в ієрархічній позиції комунікантів. Чим вищий статус респондента щодо реципієнта, тим вища ймовірність низхідного оголошення спонування. Так, наприклад, накази практично завжди оголошують низхідним тоном:

Галь \ муйте!

Send it to \ us!

У подібних випадках респондент цілком контролює розвиток ситуації (прийняття реципієнтом інструкції, що передбачає безумовне її виконання). Подібним чином будуть оформлятися заборони — негативні накази:

Чи не галь \ муйте!

Don't send it to \ them!

Водночас прохання, також як і загальні запитання, оголошують висхідним тоном:

Turn / left, please!

По / мий її, будь ласка!

Таким же чином і інші спонування, в яких респондент залежить від реципієнта, маркуються висхідним тоном. Це відбувається у випадку, якщо той, хто ставить завдання, не впевнений в успішному завершенні цього завдання. До вищесказаного можна віднести пропозиції та поради:

Try to go /faster.

Спробуй увімкнути /задню передачу.

Побажання маркуються як висхідним, так і низхідним тоном, при цьому в обох випадках оголошення риторичні, оскільки ці фатичні акти не передбачають прийняття або неприйняття реципієнтом поведінкової програми:

Бажаю тобі пере/моги! Бажаю тобі пере\моги!

I wish you to /win! I wish you to \win!

У ситуації, коли у формальній обстановці дозволений суб'єкт наділено владними повноваженнями, дозвіл маркується низхідним тоном:

(– May I /call you?) – \Yes, you \may.

(– Дозвольте почи/нати?) Почи\найте!

У неформальному спілкуванні дозвіл може бути виголошено і висхідним тоном — він показує, що реципієнт відмовляється від домінуючої позиції і перекладає рішення на респондента:

(– Can I go there?) – /Go.

(Можна я залишу її собі?) – Зали/шай С (, якщо бажаєш).

Результати дослідження експериментального матеріалу показали, що здебільшого акт спонування супроводжується вираженням мовцем певного модально-емоційного ставлення до висловлюваного.

Отже, можна стверджувати, що не існує універсальних просодичних корелятивів, що забезпечують однозначне протиставлення тематичного і рематичного компонентів висловлювання: безлічі варіантів комунікативної організації мовленнєвого акту для актуалізації однієї і тієї ж інформації можуть відповідати різні засоби формування інтонаційної структури.

ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ

1. Кривнова О. Ф. Составляющая несущего тона в мелодической кривой фразы / О. Ф. Кривнова // Исследования по структурной и прикладной лингвистике. — 1976. — № 7. — С. 71–82.
2. Савченко Є. Ю. Просодичні засоби формування тема-рематичної структури висловлювання в англійському й українському мовленні: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.15 / Савченко Євгенія Юріївна; ПНПУ ім. Ушинського. — Одеса, 2013. — 219 с.
3. Янко Т. Е. Интонационные стратегии русской речи в сопоставительном аспекте / Татьяна Евгеньевна Янко. — М.: Языки славянской культуры, 2008. — 312 с.

Стаття надійшла до редакції 07.04.15

ЭРГОНИМИЗАЦИЯ ПРАГМАТОНИМОВ НА ПРИМЕРАХ НАЗВАНИЙ ОБЪЕКТОВ ТОРГОВЛИ

Статья посвящена одному из отонимных способов образования эргонимов — отпрагматонимному. Выявлены сходства и различия между эргонимами и прагматонимами; проанализированы различные научные взгляды на их взаимодействие. Рассмотрены примеры трансоимиализации прагматонимов. Отмечено влияние экстралингвальных факторов на образование эргонимов. Доказана возможность трансоимиализации эргонимов в прагматонимы.

Ключевые слова: эргоним, прагматоним, оним, трансоимиализация, способ номинации, онимное пространство, периферия.

Статтю присвячено одному з відонімних способів утворення ергонімів — відпрагматонімному. Виявлено подібності та відмінності між ергонімами і прагматонімами; проаналізовані різні наукові погляди на їх взаємодію. Розглянуто приклади трансоімізації прагматонімів. Відзначено вплив екстралінгвальних факторів на утворення ергонімів. Доведено можливість трансоімізації прагматонімів в ергоніми.

Ключові слова: ергонім, прагматонім, онім, трансоімізація, спосіб номінації, онімний простір, периферія.

The article is devoted to one of onymian way of ergonyms formation — transonymised pragmatonyms. Similarities and differences between ergonyms and pragmatonyms are shown; different scientific views on their interaction are analysed. Various examples of ergonyms transformation are investigated. The influence of extra lingual factors is mentioned. The possibility of transonymisation pragmatonyms into ergonyms is proved.

Key words: ergonym, pragmatonym, onym, transonymisation, way of nomination, onymian space, periphery.

Постановка проблеми. Резкое увеличение количества объектов различных видов деятельности влечет за собой появление множества их наименований. Следовательно, обнаруживается необходимость их изучения с точки зрения лингвистики, выявление общего и индивидуального в принципах номинации деловых объединений людей.

Анализ последних исследований и публикаций. Процессы, протекающие на участках онимного пространства разных языков, вызывают живой интерес многих ученых. С точки зрения особенностей образования, функционирования и высокого уровня информативности эргонимы являются особенно интересным и разносторонним объектом исследований. Именно поэтому в последние десятилетия эргонимная лексика привлекла к себе значительное внимание многих ономастологов. В Украине исследованиям названий различных объектов человеческой деятельности посвятили свои работы О. Е. Белей, А. В. Беспалова, Е. Ю. Карпенко, Т. Ю. Ковалевская, Б. И. Маторин, Е. С. Отин, И. И. Турута и др.

Целью данной работы является доказать возможность трансонимизации прагматонимов в эргонимы.

Для достижения поставленной цели необходимо решить такие задачи:

- определить степень близости эргонимов и прагматонимов на периферии онимного пространства;
- систематизировать различные мнения ученых на эргонимы и прагматонимы как самостоятельные классы онимов;
- рассмотреть на примерах трансонимизацию прагматонимов в эргонимы.

Изложение основного материала. В многочисленных исследованиях эргонимной лексики выделяются два основных пути, которые лежат в основе создания эргонимов: отонимный и отапельлятивный. Они были актуальными с самого начала зарождения эргонимной лексики. Среди отонимных образований доминируют отантропонимные и оттопонимные. Однако при более детальном рассмотрении процессов эргонимообразования нельзя не указать и другие классы онимов, которые служат основой для образования новых эргонимов. Один из таких классов — прагматонимы.

Эргонимы, являясь ономастическими реалиями, вступают во взаимодействие с другими разрядами онимного пространства. Степень

их близости и попробуем выяснить. За период своей кратковременной эволюции эргонимная лексика перешла от описательных форм к условным. И эргонимы, и прагматонимы относят к периферии онимного пространства. Их близость проявляется в том, что и те и другие относятся к именам собственным на основе индивидуализации первыми объектов деятельности, вторыми — серий товаров, их права собственности, графических особенностей (написание с большой буквы, кавычки) и др. Отмечается даже их отождествление.

А. М. Емельянова считает эргоним “искусственно созданной единицей лингвистического пространства города” [1: 4], хотя такие деловые объединения, как агентства, ателье, гостиницы, парикмахерские, салоны являются знаками обслуживания, а А. В. Суперанская относит знаки обслуживания к прагматонимам. “Товарные знаки и знаки обслуживания составляют отдельный сектор собственных имен, тесно связанный с практической деятельностью человека. Поэтому их (собираательно) называют прагматонимами” [2: 55]. Это показывает функциональную близость эргонимов и прагматонимов. Их близость отмечает и И. В. Крюкова, предлагая общий термин “рекламное имя” [3: 71]. Эргонимы так же, как и товарные знаки, “подобно прочим собственным именам индивидуализируют и даже субстантивируют нечто особое, необычное — право владения определенной партией товара, магазином, бюро, учреждением, предприятием” [2: 55]. Наблюдается их переход в прагматонимы. В основном трансонимизируются эргонимы отантропонимного образования.

Н. В. Кутуза называет эргонимы и товарные знаки “ближайшими классами ономастикона” и указывает на их общие черты: “номінаційні процеси, семантична вмотивованість. Відсутність безпосереднього зв’язку з поняттям, атрактивність та сугестивність, функціонування у сфері виробництва й торгівлі та виникнення через економічну необхідність під впливом екстралінгвальних факторів” [4: 6].

М. Е. Новичихина относит эргонимы и прагматонимы к коммерческой номинации. И под термином “коммерческая номинация” понимает языковую номинацию учреждений и товаров, преследующую коммерческие цели и ориентированную на получение коммерческой прибыли [5: 110]. Далее отмечает, что в ряде работ объекты торговли (эргонимы) и товарные знаки (прагматонимы) не только не разграничивались, а порой и отождествлялись — к ним применялись

одинаковые условные термины: “коммерческая номинация”, “коммерческое название”, “слова-эргонимы”, “сортовые” и “фирменные” названия, “торговые” и “фирменные” наименования, “сетевые названия”, “рекламные имена” [5: 110].

Развитие сетей супермаркетов с идентичными названиями: “Амстор”, “Виват”, “Обжора”, “Велика кишеня”, “Фокстрот”, “АБВтехника”, “Наш край” — ведет к ослаблению денотативного значения у таких “сетевых эргонимов”, так как наименование служит не единственному в своем роде объекту, а нескольким однородным. Снижение индивидуализирующей функции сближает эргонимы с прагматонимами, где оним называет целый класс однородных предметов. Для исследования эргонимов применима мотивировочная классификация С. О. Горяева [6: 32], разработанная им для прагматонимов.

Требования, предъявляемые к эргонимам, совпадают с требованиями, предъявляемыми Дж. Веркманом к товарным знакам (что еще раз свидетельствует о близости эргонимов и прагматонимов): “...они должны быть **ясными** и не вызывать больших трудностей с точки зрения восприятия; быть **логичными**, т. е. производить одинаковое впечатление независимо от условий, в которых они воспринимаются; обладать свойством быть **легко истолкованными** в любом месте; не допускать двусмысленности” [7: 15].

Исторически сложилось, что имя солидного производителя является гарантом качества. Названия глобального масштаба, известные во всем мире доверяем к производителю, присваиваются различным товарам: самолетам, автомобилям, сигаретам, модельной одежде, декоративной и лечебной косметике и так далее. Как отмечает О. А. Леонович, “почти 21 % товарных знаков английских автомобилей содержит имя основателя фирмы” [8: 107]. Существует эта традиция и у производителей других стран. Название автомобиля “Альфа-Ромео” произошло от аббревиатуры АЛФА — названия компании *Anonima Lombardo Fabbrica Automobili* и имени ее основателя *Никола Ромео*. Автомобиль “Кадиллак” содержит в своем названии антропоним — имя французского исследователя *Антуана де ла Мота Кадиллака*, который основал город, ставший крупнейшим производителем автомобилей [9: 320]. *Андре Ситроен* основал компанию “Ситроен Геар Кампани”, которая стала выпускать автомобиль, названный его именем — “Ситроен”. Такая же история и у автомобиля “Феррари”:

он носит имя основателя фирмы *Энцо Феррари*. Итальянский автомобиль "*Ланча*" был назван по фамилии *Винченцо Ланча*, который вместе с *Клаудио Фоголино* основал фирму "*Фиат*" [9: 323]. Автотоним "*Пежо*" также восходит к имени собственному — фамилии династии основателей производства этих автомобилей во Франции. "*Порше*" назван так в честь немецкого дизайнера доктора *Фердинанда Порше*. "*Роллс-Ройс*", "символ британизма", создан компанией "*Роллс-Ройс Лтд*", которая получила название по фамилиям двух создателей, — *Чарльза Росса* и *Генри Ройса* [9: 328]. "*Шкода*" была названа в честь *Эмиля Риттера фон Шкода*, основавшего собственную кампанию, выпускавшую автомобили [9: 331]. Подобная история присвоения названий и у многих других товарных знаков в автомобилестроении: "*Студебекер*", "*Рено*", "*Панхард*", "*Купер*", "*Мазерати*", "*Опель*", "*Глас*".

Преобладают в названиях товаров имена основателей фирм и в авиационной промышленности: "*Боинг*", "*Дуглас*", "*Мессершмитт*", "*Туполев*", "*Остер*" и другие. Переход имен собственных (антропонимов) в прагматонимы указывает на то, "что завод стал олицетворять собою продолжение самой личности основателя" [7: 52].

Украинскому покупателю многие названия автомобилей (автотонимы) хорошо известны, написанные как латинской графикой, так и кириллицей. В рекламных проспектах и на витринах магазинов встречаются имена собственные: *Ford*, *Rolls Royce*, *Alfa-Romeo*, *Mercedes*, *Citroen* и другие. Параллельно эти же названия передаются средствами русской графики: *Альфа-Ромео*, *Роллс-Ройс*, *Мерседес*, *Ситроен* и так далее. В русский и украинский языки эти названия чаще всего проникают из английского. Однако, слова, которые не являются английскими, претерпевают двойной перенос. Так, в ряде названий, сложившихся на базе китайского, японского и корейского языков, при вхождении их в английский произошли существенные изменения, вызванные значительными различиями в звуковой и графической системах языка исходного и языка-реципиента. В русский язык эти имена передаются по правилам транскрипции с английского языка, а не с оригинального — восточного. *Toshiba* — "*Тошиба*" (правильно "Тосибэ"); *Hitachi* — "*Хитачи*" (правильно "Хитати"); *Samsung* — "*Самсунг*" (правильно "Самсон"); "*Фуджи*", название священной японской горы, более распространенное в русской графике

(правильно “Фудзи”) и его производное “Фуджиколор” (правильно “Фудзиколор”) [10: 23].

В Украине многие объекты торговли носят названия, идентичные представленным в них брендам. В областных центрах и крупных городах зафиксированы автосалоны: *Hyundai, Mitsubishi, Toyota, Lexus*; магазины электроники: *Samsung, LG, Sony*; салоны высокой моды: *Pierre Cardin, Calvin Klein, Валентин Юдашкин, Пемпо Сорока*; салоны косметики и парфюмерии: *Mary Kay, Max Factor, Cerruti, Christiane Dior*. Причем знаменитая фирма “Кристиан Диор” (*Christiane Dior*) для своих брендов использует варианты с фамилией основателя: *Miss Dior, Diorissimo, Diorella, Hydra Dior*. Следует отметить двойную и даже тройную трансонимизацию, которую претерпели на своем пути эргонимы этого класса. Так, основатель фирмы дает ей свое имя — происходит трансонимизация антропонима в эргоним, затем это же имя получает продукт производства, имя становится брендом и переходит из эргонима в прагматоним, для реализации произведенного товара открывается торговое представительство, сеть салонов или магазинов, также с одноименным названием — и прагматоним снова переходит в эргоним. Здесь мы наблюдаем тройной перенос: антропоним > эргоним > прагматоним > эргоним. Если предприятие-изготовитель получает вымышленное название, происходит двойной перенос: эргоним > прагматоним > эргоним. Также может присутствовать трансонимизация эргонима в эргоним, когда название объекта производства переходит к названию объекта реализации продукта этого производства. Зафиксированы названия фирм, частично совпадающие с их брендами: *Sony — Sony Corp., Samsung Electronics — Samsung Corporation*. “Если торговая марка знакома потребителю, то название на ее базе становится отличной характеристикой магазина” [11: 28] или любого другого объекта человеческой деятельности.

Процесс эргонимообразования проходит под влиянием различных экстралингвальных факторов — экономических, политических, социальных. Их необходимо принимать во внимание и при рассмотрении названий с точки зрения лингвистики. Все ономастические исследования проводятся в тесной связи с социально-политическими явлениями. Е. Ю. Карпенко отмечает: “Головна прикмета власних назв — ідентифікація одиничних денотатів — нерозривно пов’язує їх із позамовною дійсністю, тим самим надаючи їм фреймових власти-

ностей” [12: 77]. Это закономерно и свойственно природе эргонима, как представителя одного из классов имени собственного. Восприятие созданного названия зависит от экстралингвистического контекста, в котором оно функционирует.

Выводы. Эргонимы, образованные путем получения названий прагматонимов, являются средствами официальной номинации, но нуждаются в дальнейших исследованиях. При трансномимизации слово приобретает новое значение. Однако не всегда учитывается фоновая информация исходных онимов, и образованные эргонимы могут быть лишены логики. Следует учитывать уже имеющийся в наличии опыт по номинации различных объектов, стремиться соответствовать пожеланиям клиентов, Процесс эргонимообразования проходит под влиянием различных экстралингвальных факторов — экономических, политических, социальных. **Перспективы дальнейших исследований** заключаются в исследовании процессов трансформации других периферийных классов онимов в эргонимы и степени их сходства.

ССЫЛКИ И ПРИМЕЧАНИЯ

1. Емельянова А. М. Эргонимы в лингвистическом ландшафте полиэтнического города (на примере названий деловых, коммерческих, культурных, спортивных объектов г. Уфы): Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. — Уфа, 2007. — 22 с.
2. Суперанская А. В. Товарные знаки и знаки обслуживания // В пространстве филологии: [Сб. ст.] / Отв. ред. В. М. Калинин. — Донецк: Юго-Восток, 2002. — С. 55–71.
3. Крюкова И. В. Рекламное имя: от изобретения до прецедентности. — Волгоград: Перемена, 2004. — 228 с.
4. Кутуза Н. В. Структурно-семантичні моделі ергонімів (на матеріалі ергонімікону м. Одеси): Автореф. дис.... канд. філол. наук: 10.02.01. — Одеса, 2003. — 20 с.
5. Новичихина М. Е. Коммерческое название, рекламный текст, бренд, товарный знак, номен: разграничение понятий [Электронный ресурс]. — [Режим доступа]: <http://www.bestreferat.ru/referat-95964.htm/>
6. Горяев С. О. Номинативные интенции субъекта ономастической номинации (на материале русских прагмонимов): Автореф. ... канд. филол. наук. — Екатеринбург, 2000. — 19 с.
7. Веркман К. Дж. Товарные знаки. — М.: Прогресс, 1986. — 520 с.
8. Леонович О. А. В мире английских имен. — М.: Астрель, 2002. — 160 с.
9. Энциклопедия знаков и символов. — М.: Вече, 1998. — 510 с.
10. Ермолович Д. И. Имена собственные на стыке языков и культур. — М.: Р. Валент, 2001. — 200 с.

11. Деремнда Ю. М. Інформативна і рекламна функції ергонімів, що містять спеціалізовані слова і терміни (на матеріалі ергонімікону Тернопільщини) // Актуальні проблеми філології: мовознавство, перекладознавство, методика викладання філологічних дисциплін: Міжнародна науково-практична конференція, 29–30 вересня 2011 р. — Маріуполь: ПДТУ, 2011. — С. 96–101.
12. Карпенко О. Ю. Когнітивна ономастика як новий напрямок вивчення власних назв // Восточноукраинский лингвистический сборник: Выпуск 10. [Сб. науч. тр.]. — Донецк: Юго-Восток, 2006. — С. 72–82.

Стаття надійшла до редакції 27.04.15

УДК: 81'253+811.581.161.1

刘洁 (*Liu Jie*) Цин Лулу, 卡拉廖娃·塔基亚娜 *T. M. Корольова*

俄汉互译 中的语法偏误分析
(对外经济贸易大学 国际商务汉语教学与资源开发基地)
**GRAMMATICAL ERROR ANALYSIS
WHEN TRANSLATING FROM RUSSIAN
INTO CHINESE AND VICE VERSA**

(University of International Business and Economics Institute
for international business Chinese education and resources development)

The article is devoted to the problem dealing with grammatical errors which are made when translating from Ukrainian into Chinese and vice versa. The specific use of the adverb “都”, the conjunction “和”, the preposition “往” as well as the word order of the adverbial “先..., 然后...” are analyzed; the cases of measure word omission are specified. The main reasons of inadequate translation are defined: differences in lexical and grammatical means of expressing negation in Russian and Chinese; the marked overgeneralization of grammatical phenomena in Chinese in comparison with Russian.

Key words: grammatical errors, Russian, Chinese, measure words, negation, overgeneralization.

自上个世纪60年代,英国语言学家科德发表了一系列关于偏误分析的文章之后,第二语言习得偏误分析便受到广泛的关注。我国有关偏误分析的研究始于80年代。鲁健骥先后发表了《中介语理论与外国人学习汉语语音的偏误分析》、《外国学生学汉语的词语偏误分析》以及《外国人学汉语的语法偏误分析》等文章。由此外国学生学习汉语的偏误分析逐渐受到国内众多学者的重视,之后在国内陆续出现了一些有关外国学生汉语习得偏误分析的文章。

本文通过在乌克兰南方师范大学孔子学院教授中文专业学生过程中获得的材料,总结出乌克兰初中级水平学生汉语习得过程中常见的语法

偏误，并对常见语法偏误出现的原因进行分析，最后提出相应的解决途径。希望此文章能够为其他教师对乌克兰初中级汉语学习者常见的语法偏误以及造成语法偏误的原因有所了解。从而使得教师在教授乌克兰初中级水平学生的过程中更具有针对性和有效性。同时也希望能够帮助乌克兰学生提高汉语学习的效率。

汉语的语法项目有词法和句法两大类。本文对乌克兰汉语初中级水平学生语法习得偏误的分析也主要从词法偏误和句法偏误两方面来分析。

一、乌克兰汉语初中级水平学生语法偏误

(一) 词法偏误分析

1. 副词“都”的误用

(1) 星期一谁来学校了？

——都。

(2) 这本书讲到哪儿了？

——都。

(3) 谁想去中国？

——都。

汉语“都”是副词，表示总括。汉语中副词常放在动词的前面，且不可以单独使用。例句中应为“都来学校了”、“都讲完了”、“都想去中国”。

乌克兰初中级水平的学生在使用“都”时出现的偏误，一方面是由于受到俄语负迁移的影响，因为在俄语中“都”是可以单独使用的。另一方面也可能是教师讲解失误造成的语法偏误。

2. 连词“和”的误加

(1) 星期六我在家休息，和星期日我去超市。

(2) 我叫娜思佳，和我17岁。

(3) 周末我在家复习，和我跟朋友聊天。

汉语“和”是连词，表示联合，连接类别或结构相近的并列成分，往往是连接两个词语或者两个短语，但不能连接两个句子。

乌克兰初中级水平的学生在使用“和”时出现的偏误，一方面是由于受到俄语负迁移的影响。因为俄语中“和”，可以连接两个句子。另一方面是“过度泛化”的作用。学生学习了“和”的用法之后，常常会说“我喜欢苹果和香蕉。”“我喜欢打篮球和乒乓球”等。有的学生就会以此类推“我叫娜思佳，和我17岁”。虽然这样的句子没有带来严重的交际障碍，但是在汉语交际中，我们不会使用这样的句子。

3. 介词“往”的语序误用

(1) 走往南到银行。

(2) 拐往西, 到十字路口。

(3) 走往前到超市。

汉语“往”是介词, 表示动作行为的方向, 一般带有方位词宾语。汉语的语序是“往+方位词+动词”。

乌克兰初中水平的学生在使用“往”时出现的语序偏误, 是受到俄语负迁移的影响, 因为在俄语中的语序是“动词+往+方位词”。

4. 量词的遗漏

(1) 每周末我都去海边。

(2) 每夏天我和我的爸爸去游泳。

(3) 我有三爱好。

汉语中量词十分丰富, 数词和名词结合时, 一般都需要在名词的前面加一个量词。不同的名词所需的量词也往往不同。但是俄语中没有量词, 因此乌克兰学生在表达时, 常会遗漏量词。

(二) 句法偏误分析

1. 状语的语序偏误

(1) 我吃饭八点

(2) 我睡觉12点。

(3) 我买这个东西在超市。

例(1)(2)是时间名词作状语, 例(3)是介词短语作状语。我们常将作状语的成分放在主语的后面, 动词的前面。如上述例句应为“我八点吃饭”。“我12点睡觉”。“我在超市买这个东西”。

俄语中表示时间或者地点的状语常常放在句子的末尾。因此, 乌克兰初中水平学生在出现此类的偏误, 是受到俄语负迁移的影响。

2. “先……, 然后……”的偏误

(1) 先我给你书, 和你帮我她还她书。

(2) 先我们坐地铁, 然后换公共汽车。

(3) 先我回家, 然后在厨房做饭。

“先……, 然后……”是表示承接关系的复句, 有时候可以不用“先”, 只用“然后”。但是如果用“先”就要用“然后”。而且“先”是副词, 要放在主语的后面, 动词的前面。

在俄语中是“先”放在主语的前面。因此乌克兰初中水平学生出现此偏误的原因, 一方面是受到俄语负迁移影响, 另一方面是教师在教授此语法时解释疏漏造成的。

二、乌克兰汉语初中水平学生语法偏误形成的原因

(一) 汉俄语言的差异及俄语负迁移的影响

汉语中语序是非常重要的, 语序不同, 所表达的意义也不同。比如“不很好”和“很不好”。但是俄语中语序并不是很严格。汉语中的

量词是十分丰富的，而且不同的名词搭配不同的量词，而俄语中没有量词。汉俄语言的差异，就会导致乌克兰学生在初学汉语时对语序没有严格的要求，而且常常会遗漏量词。

在汉语中虚词起着非常重要的作用，它是表达语法意义的主要手段。因此，在对外汉语教学中虚词往往是教师教授的重点，同时也是外国学生学习汉语的难点。学生在学习虚词时，其用法往往会受到俄语中同类词的影响。比如：副词“都”的误用，介词“往”语序误用等。

(二) 汉语学习过程中“过度泛化”的作用

学生在学习汉语时，往往把有限的目的语知识，用类推的方法不适当地应用在别的地方，这就是“过度泛化”。比如：连词“和”的误加。在汉语中，连词“和”可以连接两个词语或者两个短语，但是不能连接两个句子。学生学习了“我喜欢苹果和香蕉”。学生就会以此类推“星期六我在家休息，和星期日我去超市。”而且这种泛化的类推在初级阶段出现的较多。

(三) 教师疏于解释

教师在讲解过程中，较多注重词汇的意思，对于其用法讲解不够全面或者疏于解释。这样学生会更多依据母语中同类词的用法。如：教师在讲解“先……，然后……”时，如果没有把学生易错的情况列举出来，只是讲解该词的意思，那么学生就会更多地依据母语中同类词的用法，学生就更容易出现偏误。

三、解决途径

(一) 强调汉俄语言的差异性，及时纠正学生的偏误

学生出现偏误大多是受到母语的负迁移影响。因此，强调两种语言的差异尤为重要。针对由母语负迁移造成的语法偏误，分析该语法条目与俄语的区别，纠正学生的偏误。如：“我买东西在超市”。我们在课堂练习中，着重强调这一语法条目与俄语的不同，汉语中状语应放在主语后面，动词前面。严格要求学生一定要按照汉语中的语序来使用此类句子。这样类似的“状语语序偏误”就减少了。

(二) 教师应总结语法条目用法，减少疏漏

规律的总结在语法教学中是非常重要的。教师在教授语法时，不仅要列出大量的例句，还须总结语法条目的用法，甚至可以将一些语法条目规律化，减少疏漏。这样学生在学习语法时，可以依据教师给出的规律化的语法来练习和复习。如：教师应给学生总结出介词“往”的用法是：“往+方位词+走/拐”。副词“都”的用法是：“都+动词”，且副词“都”不可单独使用。“先……，然后……”的用法是：“主语+(先)+动词……，然后……。”。

但是我们又不能盲目地给学生总结一些非规律性的“规律”，避免学生以此类推造成的过度泛化。

(三) 针对不同的偏误，辅之以针对性的练习突破难点

为使学生尽量减少出现偏误，我们在讲解语法时，先对某一个语法点进行总结，然后辅之以适当的练习。但是选择的练习应具有针对性。比如针对语序偏误，比较有效的练习是“给所给词语排列成句”或者“给词语选择正确的位置”等。对于误用的偏误，我们可以选择题来强化练习等。

参考文献：

- [1] 鲁健骥. 中介语理论与外国人学习汉语的语音偏误分析[J]. 语言教学与研究. 1984年第3期.
- [2] 鲁健骥. 外国人学汉语的语法偏误分析[J]. 语言教学与研究. 1994年第1期.
- [3] 凌德祥. 中介语理论与对外汉语教学[J]. 南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学). 2003年第3期.
- [4] 柳丽惠. 偏误的类别、产生原因及教学策略[J]. 重庆三峡学院学报(语言研究版). 2005年第5期.
- [5] 朱其智, 周小兵. 语法偏误类别的考察[J]. 语言文字应用. 2007年第1期.

Стаття надійшла до редакції 30.03.15

УДК 811.581+81.11.5+81'367.5

Шан Вей 单威, С. Ю. Юхимець 佑赫梅茨 · 斯威特拉娜

哈尔滨工程大学国际合作教育学院, 教师, 副教授
乌克兰南方师范大学孔子学院, 教师
“一样/不一样”类比较句的不对称现象研究
**THE STUDY ON THE ASYMMETRY BETWEEN
THE COMPARISON SENTENCES “YIYANG”
AND “BU YIYANG”**

The articles deals with the problem of function asymmetry of the structures “yiyang” and “bu yiyang” in Chinese. The semantic and syntactic peculiarities of the compared structures are analyzed; the lexical combinability of the structures “yiyang” and “bu yiyang” as well as stylistic functions are specified. The differences between the above mentioned structures are defined: “yiyang” can be followed by most parts of speech, “bu yiyang” can be followed only by the positive monosyllabic measure adjectives; their adverbial pre-modifiers are also quite different due to their different semantics; the “yiyang”-structure can express both comparison and metaphor, whereas “bu yiyang” can not function as comparison or a metaphor simultaneously.

Key words: *asymmetry, structures “yiyang” / “bu yiyang”, semantic and syntactic peculiarities, combinability, comparison, metaphor.*

“一样”类比较句是典型的现代汉语平比句式,“一样”句是由介词“跟、和、同、与”引入比较客体Y,与比较主体X进行比较,主要表达两种事物或性质在某一方面的相同或近似。其基本格式是“X跟Y一样(W)”。其否定式是“X跟Y不一样(W)”,平比的否定形式即为差比,该格式表示两种事物或性质在某一方面不相同或不相似。“一样”、“不一样”是比较结果,W是比较点。

“一样/不一样”类比较句看似简单,但留学生在学习这类比较句时常常出错,其中几种典型的偏误如:

A. 哈尔滨跟北京不一样冷。

B. 他的衣服颜色跟我的很一样。

上述偏误，主要是由于学习者没有注意到肯定式与否定式的不对称性导致的。留学生学习汉语过程中，在语感尚未建立或建立得不太好的时候，常运用模拟套用的方法，在学习了肯定式的规则后，向否定式推导，或者由否定式的用法向肯定式推导。这是一种由过渡概括导致的类推性偏误。

肯定与否定是语法中非常重要的范畴，虽然从逻辑上讲二者是对称的，但自然语言中的肯定与否定是不完全对称的。沈家煊、石毓智等学者都对肯定与否定的对称与不对称性进行了深入、系统的研究。因此我们对“一样”类比较句肯否形式的不对称进行挖掘是尤为必要的，也可以为对外汉语教学提供借鉴与启发。

通过研究，我们发现“一样”类比较句的肯否形式在以下几方面是不完全对称的：

一、比较点构成及出现情况的不对称

“跟……一样”类比较句中，“一样”后面的比较点W可以由多种词语或结构充当，W可以出现，也可以不出现。而“不一样”类比较句中，“不一样”后的W一般不出现，即使出现，也只有极少数的有特定要求的词语才可以充当。

“一样”句中，比较点W可以由形容词性词语充当，如（本文例句大部分取自北京大学汉语语言学研究中心的CCL语料库，为节省篇幅不再标明具体出处，只标注CCL）：

(1) 亚力山大跟他的妹妹一样高，宽肩膀，粗脖子，秃脑袋，一嘴假牙。（CCL）

(2) 我记得，那时候我跟你现在一样聪明。（CCL）

(3) 手续办得跟上次一样顺利和快捷，然而我没来得及登上那架飞机。（CCL）

例（1）中的比较点“高”是表示积极义的度量形容词，例（2）中的比较点“聪明”是双音节的性质形容词，例（3）中的“顺利和快捷”是由形容词构成的并列短语。

“一样”句中的比较点W也可以由多种类型的动词性词语充当，如：

(4) 她跟我一样哭得眼睛都肿了。

(5) “该有多好？伙计，你可别以为我跟别人一样喜欢戴高帽子，故意奉承咱几句！”（CCL）

(6) 我跟你们佣兵一样是天涯沦落人，同伴之间的意识是很强的。（CCL）

例（4）中的“哭得眼睛都肿了”是由动作动词“哭”构成的动补短语。例（5）中的“喜欢戴高帽子”是由心理动词“喜欢”构成的动宾

短语。“一样”后也可以出现“是、有、叫、成为”等关系动词，如例（6）中的“是天涯沦落人”是由“是”构成的动宾短语。

“一样”句中的比较点W也可以由其他类型的词语充当，如：

（7）砖房跟你那山洞一样冬暖夏凉。（CCL）

（8）我跟他一样丈二和尚摸不着头脑。

例（7）中的“冬暖夏凉”是由主谓短语构成的并列短语，例（8）中的“丈二和尚摸不着头脑”是熟语性词语。

此外，“一样”后的比较点也可以不出现，这种类型的“一样”类比较句在语料中所占的比例非常大。如：

（9）跟上海一样，纽约的东西还特别贵。（CCL）

（10）思嘉小姐倒是平静了，跟平常一样。（CCL）

虽然“一样”后的比较点未出现，但是上下文语境常包含了比较点，并不影响语义理解。另外，如果“一样”前出现副词，如“完全”、“差不多”等，“一样”后一般不出现比较点。

我们再来考察一下“不一样”类比较句的情况。“不一样”后一般不出现比较点，例如：

（11）她跟你不一样，脾气坏。（CCL）

（12）因为我对您起过誓，我爱您跟别人爱您不一样。（CCL）

例（11）和（12）中，“不一样”后都没有出现表示比较点的词语，而且也很难加上任何词语。但在“不一样”句前面或后面常常会加上其他小句加以说明，使比较结果更加明晰化。

我们再来看两个例子：

（13）这双皮鞋跟那双不一样大。（杨继洲《汉语教程》第二册上）

（14）我跟他不一样高。

例（13）和（14）中“不一样”后出现了比较点，“大”、“高”都是表示积极义的单音节度量形容词。我们在CCL语料库中提取了513例“跟……不一样”的句子，“不一样”后出现比较点的仅有1例，原因在于能出现在“不一样”后的词语非常有限，动词性词语不能出现，形容词性词语也极为有限。

郭熙曾指出“不一样”后面只能出现表示积极义的单音节度量形容词，他列举了11个形容词，分别是“多、高、长、厚、宽、大、重、深、粗、远、稠”^[1]。郑巧裴在考察中还补充了一个形容词“硬”^[2]。积极义与消极义的度量形容词是不对称的，前者是无标记项，后者是有标记项。积极义的度量形容词，可以指称整个量级上的各个量，例如“长”可以指称整个长度量级上的所有量，也就是说积极义的度量形容词的语义能够覆盖相对的消极意义的度量形容词。“这条河跟那条河不一

样长”句中的“长”指的是“长度”，句子的意思为“两条河的长度不一样”。

度量形容词的数量非常少，大约有30多个，其中能够放“不一样”后的积极义度量形容词也就十几个。因此“不一样”后出现比较点的例句极少。而对外汉语教学中，如果教师或教材不能讲清“不一样”后能出现的词语特点，留学生就容易根据肯定式推导出“哈尔滨跟北京不一样冷”这类句子，这种偏误在留学生习得“不一样”句的偏误中所占比例最大。

二、“一样”、“不一样”前面能够出现的副词类修饰语的不对称

通过考察语料，我们发现能出现在“一样”、“不一样”前的副词类修饰性词语有很大不同，例如：

(15) 对他来说，麦酒就跟水是差不多一样的。(CCL)

(16) 她觉得奇怪的是，这副面孔跟她想象的完全一样。(CCL)

“一样”前面可以出现“差不多、几乎、完全、都”等表示估量、范围意义的副词。但是一般不出现程度副词。

我们再来考察一下“不一样”前可以出现的修饰性词语，例如：

(17) 这个女人实在跟别的女人有点不一样，也许还不止一点而已。(CCL)

(18) 他伯父的生活境况跟他们显然大不一样。(CCL)

(19) 我老觉得他们两人有点奇怪，跟别人很不一样。(CCL)

“不一样”前可以出现“有点儿、很、大、太”等程度副词，也可以出现“都、完全”等词语，但是不可以出现“差不多、几乎”等副词。

在这两类比较句中，“一样”与“不一样”的前面之所以能出现很多不同的修饰性词语，主要与“一样”、“不一样”语义上的差别有关。“一样”虽然是形容词，但它表示两者相同，既然相同就不体现程度差别，因此前面一般不能出现程度副词。而“不一样”正好相反，“不一样”可以分为各种程度的“不一样”，因此前面能出现部分程度副词。

留学生因为未能注意到“一样”与“不一样”的语义差别，因此常造出“他的衣服颜色跟我的很一样”这类句子，因此教师在讲解时要特别强调，还要加大练习力度。

三、语义类型的不对称性

“一样”句的语义类型大致可以概括为两类：表示比较，表示比喻。我们上文所举用例主要是表示比较的，下面来看几例表示比喻的用例：

(20) 别看我现在这个样子，小时候我可跟豆芽儿菜一样。(CCL)

(21) 打架对于我来说,就跟过年吃饺子一样美。(CCL)

表示比喻的“一样”句中X跟Y不属于同一语义范畴,但二者具有某种相似点,这是比喻的基础。如例(20)中的“我”跟“豆芽儿菜”在“瘦小”这一点上相似,例(21)中的“打架”跟“过年吃饺子”两种行为在“心里美”这一点上相似。这类句子都不是真正的比较,刘焱称为“虚比”^[3]。

但“不一样”句一般只表示比较,在我们搜集的语料中几乎没发现“不一样”句表示比喻的情况。如果我们在例(20)、(21)中的“一样”前加上“不”,我们发现不管“不一样”后面出没出现比较点,该句都不成立。朱德熙先生曾对这个问题作出明确的解释,“比喻的立脚点只能是同,不能是异。换言之,打比喻的时候,只能说某事物跟什么‘一样’,不能说它跟什么‘不一样’”^[4]。因此“不一样”句一般不表示比喻。

四、小结

沈家煊先生曾指出“在通常情况下,在肯定/否定这对范畴中,肯定是无标记项,否定是有标记项”^[5]。因此否定句总要受到这样或那样的限制,在数量上也少于肯定句。通过以上的分析,我们发现“一样”类与“不一样”类比较句在比较点的构成及出现情况、前面能出现的修饰性词语与语义类型上都存在着不对称现象。因此我们在对外汉语教学中,教师、教材必须讲清二者的不对称性,使学生了解二者的区别,这样才能避免学生出现由肯定推导否定、由否定推导肯定而导致的偏误。

参考文献:

- [1] 郭熙.论“一样”十形容词[A].邵敬敏.语法研究与语法应用[C].北京:北京语言学院出版社,1994.
- [2] 郑巧斐.“一样”与“不一样”比较句的不对称[J].云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版),2006(11).
- [3] 刘焱.现代汉语比较范畴的语义认知基础[M],上海:学林出版社,2004.
- [4] 朱德熙.说“跟……一样”[J].汉语学习,1982(1):3.
- [5] 沈家煊.不对称和标记论[M],南昌:江西教育出版社,1999:46.

Стаття надійшла до редакції 30.03.15

Відомості про авторів

1. *Александрова Ольга Володимирівна* — кандидат філологічних наук, викладач кафедри німецької філології Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова, м. Одеса.
2. *Бронікова Світлана Анатоліївна* — професор кафедри україністики та іноземних мов НАДУ при Президентові України, доктор наук з державного управління, доцент, м. Київ.
3. *Дерік Ілона Морисівна* — кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики Державного закладу “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”, м. Одеса.
4. *Дем’янова Надія Олександрівна* — кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри французької філології ОНУ імені І. І. Мечникова, м. Одеса.
5. *Жмаєва Наталя Сергіївна* — кандидат філологічних наук, доцент кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики Державного закладу “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”, м. Одеса
6. *Корольова Тетяна Михайлівна* — доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики Інституту мов світу Державного закладу “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”, м. Одеса.
7. *Неклесова Валерія Юріївна* — кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов гуманітарних факультетів ОНУ імені І. І. Мечникова, м. Одеса.
8. *Оськіна Наталія Олександрівна* — кандидат педагогічних наук, доцент кафедри західних і східних мов та методики їх навчання Інституту мов світу Державного закладу “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”, м. Одеса.
9. *Павловська Наталія Юріївна* — спеціаліст Інституту мов світу Державного закладу “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”, м. Одеса.
10. *Поздняков Денис Олександрович* — кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри лексикології та стилістики англійської мови ОНУ імені І. І. Мечникова, м. Одеса.

11. *Попова Олександра Володимирівна* — кандидат педагогічних наук, доцент кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики Державного закладу “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”, м. Одеса.
12. *Прима Вікторія Валентинівна* — кандидат філологічних наук, доцент кафедри сучасних європейських мов, Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ.
13. *Савченко Євгенія Юріївна* — кандидат філологічних наук, викладач кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики Інституту мов світу Державного закладу “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”, м. Одеса.
14. *Шан Вей* — викладач кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики Інституту мов світу Державного закладу “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”, м. Одеса.
15. *Шаповал Анна Сергіївна* — кандидат філологічних наук, викладач кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики Інституту мов світу Державного закладу “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”, м. Одеса.
16. *Чжоу Цун* — викладач кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики Інституту мов світу Державного закладу “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”, м. Одеса.
17. *Цин Лулу* — викладач кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики Інституту мов світу Державного закладу “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”, м. Одеса.
18. *Юхимець Світлана Юріївна* — кандидат педагогічних наук, доцент кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики Інституту мов світу Державного закладу “Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського”, м. Одеса.

**Вимоги до оформлення наукових праць,
що друкуються в “Науковому віснику
Південноукраїнського національного педагогічного університету
імені К. Д. Ушинського: Лінгвістичні науки”**

Згідно з постановою президії Вищої атестаційної комісії України від 15.01.2003 р. за № 7–05/1, зміст наукових статей передбачає:

- 1) постановку проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями;
- 2) аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття;
- 3) формулювання цілей статті (постановка завдання);
- 4) виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;
- 5) висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.

Правила оформлення статті:

На початку статті у лівій частині вказується УДК; в правій частині подаються ініціали і прізвище автора напівжирним курсивом. Назва статті подається з вирівнюванням по центру сторінки великими літерами та виділяється напівжирним шрифтом. Далі трьома мовами — українською, російською та англійською надається резюме, в якому чітко формулюється основний науковий результат, що є новим та обґрунтовується в статті. Так само наводяться ключові слова.

* **обсяг статті** — до 12 сторінок (0,5 др.ар. — 20 000 знаків).

* **Стандарти** — кегль 14пт, міжрядковий інтервал — 1,5, абзацний відступ — 1,25 см, поля — 2 см, шрифт — Times New Roman.

* **Текстовий редактор** — Microsoft Word.

* **Типи виділення** — напівжирний, курсив, напівжирний курсив.

* **Мова статті** — українська, російська, англійська, німецька.

* **Оформлення довідкового матеріалу** — бібліографічні посилання та примітки у тексті беруться у квадратні дужки. Перша цифра — номер джерела у списку літератури, друга — номер сторінки. Номер джерела та номер сторінки розділяються дво-

крапкою, номери джерел — крапкою з комою. У кінці статті — список літератури з підзаголовком “ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ” (“ССЫЛКИ И ПРИМЕЧАНИЯ”, “REFERENCES AND NOTES”, “ANMERKUNGEN”). Бібліографічні джерела подаються наприкінці статті в порядку цитування згідно з бібліографічним Держстандартом та нумеруються. Список літератури має містити лише джерела, на які є посилання в тексті.

Наукові праці і відомості про автора (**українською мовою** прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступень, вчене звання, посада, місце роботи, адреса, телефон, e-mail) подаються окремо на дискі та один роздрукований примірник надсилаються на адресу редколегії (65020, Одеса, вул. Старопортофранківська, 34, каб. 35, відповідальному секретареві Юхимець Світлані Юрївні, к. пед. н., доцент кафедри перекладу і теоретичної та прикладної лінгвістики, тел. 0636003399 E-mail: yukhymets@inbox.ru).

Матеріали мають подаватися з рецензіями докторів філологічних наук; підпис рецензента має бути завіреним у встановленому порядку.

Текст статті також додається англійською мовою згідно з п. 2.9 Наказу Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України від 17 жовтня 2012 року № 1111.

Редколегія залишає за собою право направляти матеріали на додаткове рецензування відповідним фахівцям, відхиляти статті, що не відповідають вимогам або науковим напрямкам збірника, переносити статті до наступного видання збірника. Відхилені матеріали редакційно-видавничий відділ не відправляє авторам.

ЗМІСТ

Александрова О. В., Корольова Т. М. Зіставлення особливостей соціолекту молоді України та Америки	3
Бронікова С. А. Метафора в терміносистемі державного управління	11
Дем'янова Н. О. Способи словотворення у давньофранцузькому (IX–XIII ст.) та сучасно-французькому (XX–XXI ст.) періодах: їх подібності та відмінності	21
Derik I. M. Speech interaction in multicultural communication	29
Жмаєва Н. С. Інтерпретація поняття “инвариант перевода” в современном переводоведении	39
Корольова Т. М., Шаповал А. С. Мовна особистість в художньому творі	46
Мікава Н. М. Вербалізація концепту NAIR в англomовних глянцеvih журналах	53
Неклесова В. Ю. Лінгвістичний ландшафт іспаномовного інтернету: початок формування	61
Оськіна Н. О. Англійські запозичення в сучасній китайській та українській мовах	66
Павловська Н. Ю., Юхимець С. Ю. Проблема досягнення адекватності перекладу контрактів з української на англійську мову	75

Поздняков Д. А.

Зоосемия как средство вербализации концепта INSANITY 84

Popova Aleksandra, Zhou Cong

On culture connotations of the Russian and Chinese colour words 91

Прима В. В.

Семантичний аспект англомовної туристичної термінології 95

Савченко Є. Ю.

Вплив комунікативного типу висловлювання
на трансформацію моделі просодичної структури тема-
рема-тичного членування 103

Сидоренко Е. Н.

Эргонимизация прагматонимов на примерах названий
объектов торговли 110

Цин Лулу, Корольова Т. М.

Grammatical Error Analysis when Translating from Russian into
Chinese and Vice Versa 118

Шан Вей, Юхимець С. Ю.

The Study on the Asymmetry between the Comparison Sentences
“Yiyang” and “Bu Yiyang” 123

Відомості про авторів 128

Вимоги до оформлення наукових праць, що друкуються
в “Науковому віснику ПНПУ імені К. Д. Ушинського:
Лінгвістичні науки” 130

CONTENT

Alexandrova O. V., Koroleva T. M.

The peculiarities of Ukrainian youth's sociolect in comparison
with American one 3

Bronikova S. A.

Metaphore in the State management term system 11

Dem'janova N. O.

Word formation in Old and Modern French: common and different
features 21

Derik I. M.

Speech interaction in multicultural communication 29

Zhmayeva N. S.

Interpretation of the definition 'translation invariant' in modern
translation studies 39

Koroleva T. M., Shapoval A. S.

Linguistic personality in the novel 46

Mikawa N. M.

Verbalization of the concept HAIR in the English glossy magazines 53

Neklesova V. Yu.

Linguistic Landscape of the Spanish Internet: A Beginning
of Developing 61

Oskina N. O.

English borrowings in modern Chinese and Ukrainian languages 66

Pavlovska N. Yu., Yukhymets S. Yu.

On the issue of adequate translation of Ukrainian contracts
into English 75

Pozdniakov D. A.

Zoosemy as a Means of Lexicalization of Concept INSANITY 84

Popova Aleksandra, Zhou Cong

On culture connotations of the Russian and Chinese colour words 91

Prima V. V.

Semantic Aspect of English Tourism Terminology 95

Savchenko J. Y.

The influence of the communicative type of an utterance
on the transformation of theme-rheme structure 103

Sydorenko E. N.

Ergonymization of pragmatonyms on the example of trade objects
names 110

Liu Jie, Koroleva T. M.

Grammatical Error Analysis when Translating from Russian into
Chinese and Vice Versa 118

Shan Wei, Yukhymets S. Yu.

The Study on the Asymmetry between the Comparison Sentences
“Yiyang” and “Bu Yiyang” 123

Authors 128

Requirements to the content and structure of the articles published
in Naukovi visnyk of South-Ukrainian national pedagogical
university named after K. D. Ushinsky 130

Українською, російською, англійською та китайською мовами

Рекомендовано до друку та до поширення через мережу Інтернет
вченою радою Державного закладу
“Південноукраїнський національний педагогічний університет
імені К. Д. Ушинського”.
Протокол № 12 від 28.05.2015 р.

Затверджено як фахове наукове видання
(збірник наукових праць)
ВАК України 14.04.2010 р. за № 1-05/3

Збірник зареєстровано
у Державному комітеті телебачення і радіомовлення України
як друкований засіб масової інформації
Свідоцтво серія КВ № 9983 від 22.06.2005 р.

Відповідальний за випуск
С. Ю. Юхимець

Тираж 100 прим. Зам. № 381 (82).

Адреса редакції:
65020, Одеса, вул. Старопортофранківська, 34, каб. 35
Тел. 0501354814
E-mail: yukhymets@inbox.ru

Видавництво і друкарня “Астропринт”
65091, м. Одеса, вул. Разумовська, 21
Тел.: (0482) 37-07-95, 37-24-26, 33-07-17, 37-14-25
www.astroprint.odessa.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1373 від 28.05.2003 р.