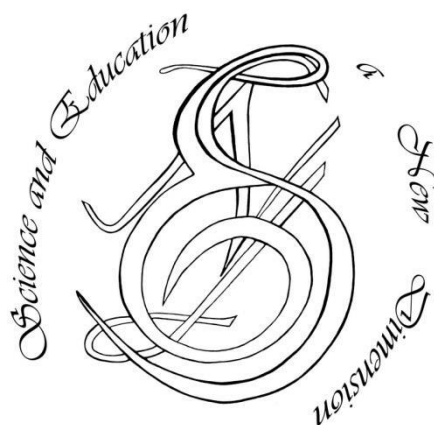

SCIENCE AND EDUCATION A NEW DIMENSION

PHILOLOGY

Филология



p-ISSN 2308-5258

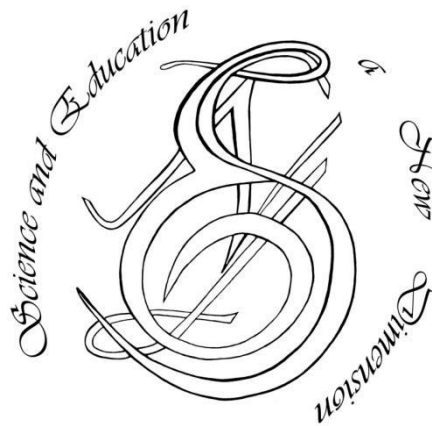
e-ISSN 2308-1996

V(41), Issue 145, 2017

SCIENCE AND EDUCATION A NEW DIMENSION

[HTTPS://DOI.ORG/10.31174/SEND-PH2017-145V41](https://doi.org/10.31174/SEND-PH2017-145V41)

Philology



Editorial board

Editor-in-chief: Dr. Xénia Vámos

Honorary Senior Editor:

Jenő Barkáts, Dr. habil. Nina Tarasenkova, Dr. habil.

Andriy Myachykov, PhD in Psychology, Senior Lecturer, Department of Psychology, Faculty of Health and Life Sciences, Northumbria University, Northumberland Building, Newcastle upon Tyne, United Kingdom

Edvard Ayvazyan, Doctor of Science in Pedagogy, National Institute of Education, Yerevan, Armenia

Ferenc Ihász, PhD in Sport Science, Apáczai Csere János Faculty of the University of West Hungary

Ireneusz Pyrzyk, Doctor of Science in Pedagogy, Dean of Faculty of Pedagogical Sciences, University of Humanities and Economics in Wrocław, Poland

Irina Malova, Doctor of Science in Pedagogy, Head of Department of methodology of teaching mathematics and information technology, Bryansk State University named after Academician IG Petrovskii, Russia

Irina S. Shevchenko, Doctor of Science in Philology, Department of ESP and Translation, V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine
Department of Psychology, Faculty of Health and Life Sciences, Northumbria University, Northumberland Building, Newcastle upon Tyne, United Kingdom

Kosta Garow, PhD in Pedagogy, associated professor, Plovdiv University „Paisii Hilendarski”, Bulgaria

László Kóti, PhD in Physics, Research Centre for Natural Sciences, Hungary, Budapest

Larysa Klymanska, Doctor of Political Sciences, associated professor, Head of the Department of Sociology and Social Work, Lviv Polytechnic National University, Ukraine

Liudmyla Sokurianska, Doctor of Science in Sociology, Prof. habil., Head of Department of Sociology, V.N. Karazin Kharkiv National University

Marian Wloshinski, Doctor of Science in Pedagogy, Faculty of Pedagogical Sciences, University of Humanities and Economics in Wrocław, Poland

Melinda Nagy, PhD in Biology, associated professor, Department of Biology, J. Selye University in Komarno, Slovakia

Alexander Perekhrest, Doctor of Science in History, Prof. habil., Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, Ukraine

Nikolai N. Boldyrev, Doctor of Science in Philology, Professor and Vice-Rector in Science, G.R. Derzhavin State University in Tambov, Russia

Oleksii Marchenko, Doctor of Science in Philosophy, Head of the Department of Philosophy and Religious Studies, Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, Ukraine

Olga Sannikova, Doctor of Science in Psychology, professor, Head of the department of general and differential psychology, South Ukrainian National Pedagogical University named after K.D. Ushynsky, Odesa, Ukraine

Oleg Melnikov, Doctor of Science in Pedagogy, Belarusian State University, Belarus

Perekhrest Alexander, Doctor of Science in History, Prof. habil., Bohdan Khmelnytsky National University in Cherkasy, Ukraine

Riskeldy Turgunbayev, CSc in Physics and Mathematics, associated professor, head of the Department of Mathematical Analysis, Dean of the Faculty of Physics and Mathematics of the Tashkent State Pedagogical University, Uzbekistan

Roza Uteeva, Doctor of Science in Pedagogy, Head of the Department of Algebra and Geometry, Togliatti State University, Russia

Seda K. Gasparyan, Doctor of Science in Philology, Department of English Philology, Professor and Chair, Yerevan State University, Armenia

Sokuriaynska Liudmyla, Doctor of sociological science. Prof. Head of Department of Sociology. V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine

Svitlana A. Zhabotynska, Doctor of Science in Philology, Department of English Philology of Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, Ukraine

Tatyana Prokhorova, Doctor of Science in Pedagogy, Professor of Psychology, Department chair of pedagogics and subject technologies, Astrakhan state university, Russia

Tetiana Hranchak, Doctor of Science Social Communication, Head of department of political analysis of the Vernadsky National Library of Ukraine

Valentina Orlova, Doctor of Science in Economics, Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas, Ukraine

Vasil Milloushev, Doctor of Science in Pedagogy, professor of Department of Mathematics and Informatics, Plovdiv University „Paisii Hilendarski”, Plovdiv, Bulgaria

Veselin Kostov Vasilev, Doctor of Psychology, Professor and Head of the department of Psychology Plovdiv University „Paisii Hilendarski”, Bulgaria

Vladimir I. Karasik, Doctor of Science in Philology, Department of English Philology, Professor and Chair, Volgograd State Pedagogical University, Russia

Volodimir Lizogub, Doctor of Science in Biology, Head of the department of anatomy and physiology of humans and animals, Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, Ukraine

Zinaida A. Kharitonchik, Doctor of Science in Philology, Department of General Linguistics, Minsk State Linguistic University, Belarus

Zoltán Poór, CSc in Language Pedagogy, Head of Institute of Pedagogy, Apáczai Csere János Faculty of the University of West Hungary

Managing editor:

Barkáts N.

© EDITOR AND AUTHORS OF INDIVIDUAL ARTICLES

The journal is published by the support of Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe

BUDAPEST, 2015

Statement:

By submitting a manuscript to this journal, each author explicitly confirms that the manuscript meets the highest ethical standards for authors and co-authors. Each author acknowledges that fabrication of data is an egregious departure from the expected norms of scientific conduct, as is the selective reporting of data with the intent to mislead or deceive, as well as the theft of data or research results from others. By acknowledging these facts, each author takes personal responsibility for the accuracy, credibility and authenticity of research results described in their manuscripts. All the articles are published in author's edition.

THE JOURNAL IS LISTED AND INDEXED IN:

INDEX COPERNICUS: ICV 2014: 70.95; ICV 2015: 80.87

GOOGLE SCHOLAR

CROSSREF (DOI prefix:10.31174)

ULRICHS WEB GLOBAL SERIALS DIRECTORY

UNION OF INTERNATIONAL ASSOCIATIONS YEARBOOK

SCRIBD

ACADEMIA.EDU

Content

Тактика незгоди як засіб модифікації асиметричних статусів комунікантів (на матеріалі англомовного серіалу ‘Suits’) <i>Н. Горбачова</i>	7
Stylistic aspects of musicality in literary text: a study of V. Woolf’s “To the Lighthouse” <i>О. Kalinichenko</i>	11
Апеляції до християнських цінностей у сучасній англомовній кіноіндустрії та рекламі крізь призму аксіологічних зсувів <i>Ю. В. Крисальна</i>	15
The role of the creolized text in Dave Barry’s comic idiodiscourse <i>О. V. Kuznietsova</i>	21
Особливості словникових статей перекладних російсько-українських словників 20-х рр. XX ст. <i>О. М. Лось</i>	24
Stereotyping of Muslims in the mass-media of Australia and New Zealand <i>Д. Lytovchenko</i>	28
Формування перекладацької компетенції у сучасному глобалізованому суспільстві <i>В. Ф. Муратова</i>	33
Deviations of phraseological units in individually-author’s picture of the world <i>Н. D. Nehrych</i>	36
Структурно-семантичні та лінгвопрагматичні особливості екстрених телефонних розмов (на матеріалі дзвінків в службу 911) <i>О. О. Попівняк</i>	39
Actualizing the glamour concept in English advertising discourse <i>У. V. Saraniuk</i>	44
Варіативність мовленнєвої поведінки дискурсивної особистості при зміні соціальних ролей <i>Ю. С. Скриннік</i>	47
Концептуальна та мовна картини світу в аспекті зіставного мовознавства <i>Л. Л. Славова</i>	52
Smell and Taste Metaphors in J. Harris’ and E. Bauermeister’s Novels: a Functional Aspect <i>Т. Sydorenko</i>	55
Елементи подільського говору у прозі Михайла Стельмаха <i>Т. В. Врублевська</i>	57

Тактика незгоди як засіб модифікації асиметричних статусів комунікантів (на матеріалі англомовного серіалу 'Suits')

Н. Горбачова

Житомирський державний університет імені Івана Франка

Paper received 15.10.17; Revised 20.10.17; Accepted for publication 23.10.17.

<https://doi.org/10.31174/SEND-PH2017-145V41-01>

Анотація. Стаття присвячена аналізу діалогічного спілкування між мовцями з асиметричними статусами у контексті порушення рольових очікувань. Досліджується специфіка реалізації тактики незгоди комунікантом з нижчим статусом, її актомовленнєві та мовні особливості. Обґрунтовано можливість підлеглого підвищувати власний статус і понижати статус керівника використанням тактики незгоди.

Ключові слова: діалогічне спілкування, тактика незгоди, асиметричні статуси, керівник, підлеглий, мовленнєвий акт.

Вступ. Діяльнісна спрямованість сучасних мовознавчих студій висуває у фокус уваги дослідження комунікативно-прагматичних особливостей перебігу комунікації [10, с. 144-158]. Будь-який робочий процес передбачає спілкування між керівником та підлеглим, кожен з яких реалізує певні стратегії і тактики, які допомагають досягти мети спілкування [14]. Процес комунікації може перебігати за двома сценаріями – кооперативним, який дозволяє мовцю зберегти обличчя і досягти цілі спілкування, або конфронтативним, коли мовці не можуть зберегти обличчя через неспівпадаючі інтереси [3, с. 77]. Для гармонійного спілкування прийнято дотримуватися певних норм та правил комунікації [4, с. 54]. У випадку якщо один із учасників інтеракції порушує рольові очікування, хід діалогу може змінювати свій вектор, модифікуючи статус комунікантів – знижувати або підвищувати його. Аналіз діалогічного спілкування між комунікантами з асиметричними статусами виявив використання підлеглим тактики незгоди з керівником. Висловлення незгоди відносяться до числа фундаментальних комунікативних категорій, оскільки відіграють значну роль в організації мовленнєвої взаємодії [6, с. 180] та дозволяють адресанту-підлеглому понизити статус адресата з вищим статусом за умови їх успішної реалізації.

Незгода попередньо була досліджена на матеріалі різних мов: англійської [9], німецької [7], французької [2] та ін. Лінгвістичні дослідження попередніх років звертали увагу на структурно-граматичні особливості речень, які виражають незгоду [5], спеціальні лексичні засоби її вербалізації [12], її інтонаційне вираження [1]. **Метою** даного дослідження є аналіз тактико-стратегічних особливостей реалізації тактики незгоди та її вплив на статус мовців з асиметричними статусами.

Матеріалом нашого дослідження є скрипти англомовних кінотворів, оскільки їх персонажі є представниками певних професій, а отже представляють соціально-групові цінності, погляди та переконання [8, с. 28].

Виклад основного матеріалу. Глумачний словник української мови дає наступні визначення незгоди: 1) відсутність взаєморозуміння, мирних стосунків, згоди між ким-небудь; чвари, розлад; 2) розбіжність у поглядах, думках, світогляді і т. ін.; 3) негативна відповідь на що-небудь, заперечення чого-небудь, непогодженість з чимось; відмова; 4) нещастя, біда, труднощі в чому-небудь [11]. У контексті порушення

рольових очікувань, розглядаємо незгоду як розбіжність поглядів, думок, світоглядів підлеглого та керівника і, як результат, заперечення мовцем з нижчим статусом чого-небудь, сказаного мовцем з вищим статусом або непогодженість з ним.

Існує два сценарії реалізації тактики незгоди: у реактивній або ініціалній репліці. Наступна ситуація демонструє використання даної тактики у реактивній репліці:

(1) Donna: *That's because I fired her.*

Luis: *You what?! She was the smartest fourth-year we had! She was also insubordinate, and I made a decision. I don't give a shit what you made. She was working for me on Delta Securities, and I need her back.*

Donna: *Okay, Luis, I'm not getting her back (Suits / Season 7 / Episode 4).*

Директор по персоналу Донна правомірно звільнила працівницю без відома керівника і тому він вимагає її повернення, виражаючи це наступальними тактиками – тактикою наведення аргументу (*She was the smartest fourth-year we had! She was also insubordinate*), тактикою непрямої апеляції до власного статусу (*I made a decision*) і тактикою вимоги (*I need her back*), що характерно для особи з вищим статусом. Донна, проте, виражає незгоду з думкою керівника, представлену мовленнєвим актом (МА) незгоди (*I'm not getting her back*), що знижує статус адресата і ставить його у залежне становище.

Використання тактики незгоди в ініціалній репліці ілюструє наступний діалог:

(2) Mike: *It's a bad idea. You're never going to get an injunction to stop the strike outright.*

Harvey: *You read that in a book, or is that what your five minutes practicing law have to say? (Suits / Season 2 / Episode 3)*

Супроводжуючи свого боса до суду, Майк виражає сумнів щодо правильності прийнятого Харві рішення. Тактика незгоди відтермінована у часі і виражена прямим МА незгоди (*It's a bad idea*), що понижує статус персонажа-керівника, вказуючи на невдалість його ідеї. Друга репліка персонажа-підлеглого підкреслює негативну оцінку прийнятого рішення і виражена МА констативу (*You're never going to get an injunction to stop the strike outright*), а використання конструкції *to be going to* та темпорального прислівника *never* наголошує на переконаності підлеглого у правильності своєї думки і безумовно підвищує його статус.

Тактика незгоди може бути реалізована успішно,

коли керівник приймає та погоджується з позицією підлеглого, що підвищує статус останнього і завдає значних іміджевих втрат керівнику:

(3) Malone: *I'll call Felton and make the recommendation.*

Louis: *Well, hold up. You're gonna do what now? Call my client?*

Malone: *It may be your client, but it's still my case.*

Louis: *Like hell it is, Jeff.*

Malone: *Okay. Okay, you call* (Suits / Season 4 / Episode 2).

Персонаж-керівник повідомляє підлеглого про намір зателефонувати його клієнту, на що той реагує тактикою уточнення (*You're gonna do what now? Call my client?*), вираженої квесетивами. Керівник робить спробу відстояти власне рішення, однак Луїс реалізує тактику незгоди з використанням вульгаризму (*Like hell it is, Jeff*), чим понижує статус керівника. Бажаючи зберегти мирні стосунки з підлеглим, Мелон вдається до реалізації тактики поступки і погоджується з позицією підлеглого (*Okay. Okay, you call*), а отже тактика незгоди була реалізована успішно.

За умови домінування керівника і небажання знижувати власний статус, підлеглий може зазнати невдачі у реалізації тактики незгоди, що ілюструє наступний приклад:

(4) Harvey: *Jessica, I'm telling you, she's in.*

Jessica: *Then, she shouldn't have any problem putting her money where her mouth is.*

Harvey: *It's not right.*

Jessica: *Harvey, it's time you and I had the talk* (Suits / Season 3 / Episode 11).

Джесіка вимагає у нового партнера фірми зробити гарантійний внесок, з чим не погоджується її бойфренд, Харві. Він намагається відстояти власну позицію, спершу використовуючи кооперативну тактику переконання (*Jessica, I'm telling you, she's in*), однак вона не досягає мети, оскільки Джесіка не змінює власної думки (*Then, she shouldn't have any problem putting her money where her mouth is*). Тоді Харві реалізує тактику прямої незгоди (*It's not right*), реалізовану МА незгоди, однак і ця тактика зазнає невдачі і персонаж-чоловік вимушений прийняти позицію керівника.

В залежності від того, близькі чи формальні стосунки між учасниками діалогу, підлеглий виражають незгоду прямо або імпліцитно. Приклад експліцитної відмови демонструє наступна розмова між Харві та власницею фірми, Джесікою:

(5) Jessica: *What matters is I don't ever want to see Mike Ross in this office again.*

Harvey: *Well, that's not gonna happen.*

Jessica: *Excuse me?*

Harvey: *I'm not firing him* (Suits / Season 2 / Episode 1).

Джесіка наказала Харві звільнити його підлеглого через відсутність диплому, однак він ослушався її, а тому вона знову прийшла до нього і виразила власну невдоволеність МА констативу (*What matters is I don't ever want to see Mike Ross in this office again*). Персонаж-чоловік попри нижчий статус використовує у відповідь тактику прямої незгоди (*Well, that's not gonna happen*), вербалізовану МА незгоди. Джесіка

здивована і невдоволена протестом співбесідника, і реалізує тактику протесту (*Excuse me?*), імпліцитно апелюючи до власного вищого статусу, однак дана тактика не зазнає успіху, оскільки підлеглий повторно реалізує тактику незгоди, виражену МА констативу (*I'm not firing him*), чим ставить власну позицію вище наказу керівника.

Однак, якщо у відносинах між комунікантами утримується дистанція через асиметрію статусів і підлеглий відчуває страх перед керівником, має місце імпліцитна незгода, як у ситуації спілкування між Харві та його помічником у перші дні їх знайомства:

(6) Harvey: *Wait, wait. Where do you think you're going?*

Mike: *Into the room... with the people.*

Harvey: *Wrong, that's the adult table in there. And you haven't earned the privilege yet.*

Mike: *But I, I played air hockey with him—*

Harvey: *You need to go back to the office and file a patent for the phone* (Suits / Season 1 / Episode 2).

Харві іде на ділову зустріч і Майк має намір увійти з ним до кімнати, проте перед кабінетом Харві реалізує тактику уточнення (*Where do you think you're going?*), виражену квесетивом, на що отримує відповідь у формі констативу (*Into the room... with the people*). Харві висловлює незгоду та реалізує тактику апеляції до авторитету з іронією (*Wrong, that's the adult table in there*), підкреслюючи нижчий статус підлеглого. Повторне використання тактики апеляції до авторитету (*And you haven't earned the privilege yet*) додає іміджевих втрат підлеглому. Майк, проте, робить ще одну спробу потрапити на зустріч, реалізуючи тактику непрямої незгоди (*But I, I played air hockey with him —*), яку виражає МА констативу, намагаючись підкреслити власний внесок у дану справу, проте звучить вона невпевнено і не зазнає успіху, оскільки підлеглий отримує нове завдання від керівника (*You need to go back to the office and file a patent for the phone*).

Підлеглий може реалізувати тактику незгоди в один крок у ситуації, коли використана тактика відразу досягає прагматичної мети:

(7) Harvey: *We need to talk.*

Jessica: *We do.*

Harvey: *You know?*

Jessica: *No, but whatever it is, it can wait.*

Harvey: *This isn't something that can wait* (Suits / Season 3 / Episode 12).

Аналізована тактика може також бути реалізована у декілька кроків у випадку, якщо підлеглому не вдається досягти цілі відразу, що демонструє інтеракція між секретаркою Донною та юристом Луїсом:

(8) Donna: *Okay, what's it going to take?*

Louis: *Five details of the Pearson Hardman divide.*

Donna: *No.*

Louis: *Three.*

Donna: *One.*

Louis: *One* (Suits / Season 2 / Episode 2).

Луїс зробив Донні послугу і вона бажає віддячити керівнику, а тому реалізує тактику запиту інформації (*Okay, what's it going to take?*), на що отримує відповідь-запит (*Five details of the Pearson Hardman divide*) і виражає свою незгоду з нею (*No*), хоча саме вона

ініціювала пропозицію віддячити. Дана тактика реалізується прямим МА незгоди і є частково успішною, оскільки Луїс понижає власний запит (*Three*), однак Донна повторно використовує тактику незгоди (*One*) і персонаж-чоловік вирішує погодитися (*One*), хоч і бажав більшого, що призвело до укріплення статусу підлеглої.

Аналіз емпіричного матеріалу виявив два основних види незгоди: з точкою зору керівника або з його рішенням. Розглянемо вираження незгоди з думкою керівника на прикладі наступного діалогу:

(9) Jessica: *And Louis has a point.*

Harvey: *You seriously want to consider this? This is a joke?* (Suits / Season 3 / Episode 9).

Харві виражає непряму незгоду з думкою Джесіки, виражаючи її тактикою уточнення з очевидною іронією (*You seriously want to consider this?*) з метою підкреслити абсурдність ситуації, оскільки раніше Джесіка не приймала до уваги точку зору підлеглого Луїса. Для посилення психологічного ефекту, персонаж-чоловік реалізує тактику незгоди у формі риторичного запитання (*This is a joke?*), що очевидно вказує на неповагу до позиції керівника і сумнів у його адекватності, що завдає Джесіці іміджевих втрат.

Підлеглий також може виражати незгоду з рішенням керівника, що є найбільш очевидним порушенням рольових очікувань в асиметричному спілкуванні, як видно з протікання наступного діалогу:

(10) Harvey: *But you're never going to convince a jury the number one didn't know what the number two was up to.*

Jessica: *You have the balls to say that to me?*

Harvey: *I'm not saying...*

Jessica: *I don't care what you're saying. I'm the one in charge of this case. And believe me, I can convince anyone of the fact that a number two can betray a number one behind her back. Out* (Suits / Season 3 / Episode 7).

Джесіка прийняла рішення, як вести власну справу у суді, проте Харві сумнівається у правильності такої стратегії, про що її повідомляє прямо виражаючи власну незгоду (*But you're never going to convince a jury the number one didn't know what the number two was up to*) у формі МА незгоди. Прислівник *never* робить незгоду більш категоричною. Джесіка, однак,

не розділяє його позицію і звинувачує Харві у порушенні рольових обов'язків комбінацією тактик звинувачення та апеляції до власного авторитету (*You have the balls to say that to me?*). Харві робить спробу виправдатися (*I'm not saying...*), але персонаж-керівник перериває його, чітко підкреслюючи власний вищий статус (*I don't care what you're saying. I'm the one in charge of this case. And believe me, I can convince anyone of the fact that a number two can betray a number one behind her back*). Використання імперативу (*Out*) вказує на емоційність та напруженість ситуації, а також укріплює статус керівника попри спробу підлеглого похитнути його.

Висновки та перспектива. Отже, аналіз діалогічного спілкування між мовцями з асиметричними статусами на матеріалі скриптів англійського серіалу "Suits" виявив використання підлеглими тактики незгоди, яка порушує рольові очікування. Було виявлено два види незгоди: незгода з думкою або рішенням керівника. Останню вважаємо проявом найбільш грубого порушення рольової асиметрії. За умови явної переконаності підлеглого у своїй позиції, або у випадку бажання керівника уникнути конфлікту з підлеглим, тактика незгоди досягає своєї прагматичної мети і підвищує статус підлеглого, одночасно знижуючи статус керівника. Проте, у ситуації небажання керівника визнавати домінування підлеглого, персонаж-керівник вдається до тактик, які припиняють порушення підлеглим рольових приписів, ігноруючи його вимоги. У такому випадку тактику незгоди вважаємо неуспішно реалізованою. У ситуації, коли підлеглий відразу досягає мети незгоди, аналізована тактика реалізується в один крок. Однак, були виявлені ситуації, коли адресанту не вдалося досягти комунікативної мети з першого кроку, тоді тактика незгоди може бути реалізована у декілька кроків, проте це не гарантує її успішності. Отже, реалізація даної тактики безумовно завдає іміджевих втрат адресату з вищим статусом і укріплює або підвищує статус підлеглого. **Перспективу** даного дослідження становить аналіз та класифікація лексико-синтаксичних засобів реалізації тактики незгоди у контексті порушення рольових очікувань комунікантами з асиметричними статусами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрієвська Е.М. Інтонаційне вираження незгоди в діалогічному спілкуванні (на матеріалі французької мови) / Е.М. Андрієвська // Вісник Київського університету імені Тараса Шевченка. Серія "Іноземна філологія". – 1998. – Випуск 27. – С. 28-30.
2. Андрієвська Е.М. Модальність як чинник відтворення згоди/незгоди у французькому діалозі / Е.М. Андрієвська // Вісник Київського університету імені Тараса Шевченка. Серія "Іноземна філологія". – 2000. – Випуск 30. – С. 41-44.
3. Борисенко Н.Д. Відмова кризь призму принципу ввічливості: комунікативно-прагматичний аспект (на матеріалі сучасної британської драми) / Борисенко Н.Д. // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету: Серія філологія: Збірник наукових праць. – 2016. – Вип. 22. – С. 77-79.
4. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділової комунікації: Навчальний посібник. – Видання 2-ге, доп. та переробл. – К.: АртЕК, 2002. – 208 с.
5. Зербіно А.Д. Синтаксичні моделі засобів вираження згоди/незгоди у сучасній англійській мові / А.Д. Зербіно // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер. : Філологічна. – 2012. – Вип. 26. – С. 118-120.
6. Єременко Т. Є. Реалізація категорії згоди/незгоди в англійському дискурсі ділових переговорів / Т. Є. Єременко, А. А. Юмрукуз // Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер. : Філологічна. – 2013. – Вип. 38. – С. 180-182.
7. Любимова М.К. Языковые парадигмы ответных реплик, выражающих неполное несогласие / М.К. Любимова // IX научная конференция ГТТУ: Пленарные доклады и краткие тезисы. – Тамбов, 2004. – С. 260-261.
8. Нелюбина Ю.А. Кинотекст в кругу смежных понятий / Ю.А. Нелюбина // Гуманитарный вектор. – 2014. – №4 (40). – С. 26-29.
9. Рудик И.Н. Коммуникативы согласия/несогласия в современном английском языке / И.Н. Рудик // Питання герма-

- нської філології та методики викладання германських мов: Зб. статей. – Житомир: ЖДПІ, 1996. – С.126-131.
10. Селіванова О.О. Методологічні проблеми дослідження діалогу / О.О. Селіванова // Одеський лінгвістичний вісник. – 2013. – Вип. 1. – С. 144-158.
11. Український тлумачний словник [Е. ресурс] // Тлумачний словник онлайн. – Режим доступу : <http://language.br.com.ua/>
12. Храмова Н.А. Глаголы одобрения и согласия в английском языке (Семантический, синтагматический, морфологический аспекты): Дис. канд. филол. наук: спец. 10.02.04 “Германские языки” / Н. А. Храмова. – Санкт-Петербург, 2003. – 188 с.
13. Suits [E. resource]. – Mode of access: <http://watchseries.do/series/suits/season/1/episode/1>
14. Virginia P. Richmond The relationship of supervisor use of power and affinity – seeking strategies with subordinate satisfaction [E. ресурс] / Virginia P. Richmond, James C. McCroskey, Leonard M. Davis // Режим доступу : <http://http://www.jamescmcroskey.com/publications/134.pdf>

REFERENCES

1. Andriyevs`ka E.M. Intonational expression of disagreement in dialogical communication (on the material of the French language) / E.M. Andriyevs`ka // Visnyk Kyuyivs`kogo universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Seriya “Inozemna filologiya”. – 1998. – Vypusk 27. – S. 28-30.
2. Andriyevs`ka E.M. Modality as a factor in reproducing agreement/disagreement in the French dialogue / E.M. Andriyevs`ka // Visnyk Kyuyivs`kogo universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Seriya “Inozemna filologiya”. – 2000. – Vypusk 30. – S. 41- 44.
3. Borysenko N.D. Refusal in the Light of Politeness Principle: Communicative and Pragmatic Aspects (Based on Modern British Drama) / N.D. Borysenko // Naukovyj visnyk Mizhnarodnogo humanitarnogo universytetu: Seriya filologiya: Zbirnyk naukovykh prac`. – 2016. – Vyp. 22. – S. 77-79.
4. Botvina N.V. International cultural traditions: language and ethics of business communication: Navchalnyi posibnyk. – Vydannya 2-ge, dop. ta pererobl. – K.: ArtEK, 2002. – 208 s.
5. Zerbino A.D. Syntactic models of expressing agreement/disagreement in modern English / A.D. Zerbino // Naukovi zapysky [Nacional`nogo universytetu "Ostroz`ka akademiya"]. Ser. : Filologichna. – 2012. – Vyp. 26. – S. 118-120.
6. Yeremenko T.E. Implementation of the category of agreement/disagreement in the English-language discourse of business negotiations / T.E. Yeremenko, A.A. Yumrukuz // Naukovi zapysky [Nacional`nogo universytetu "Ostroz`ka akademiya"]. Ser. : Filologichna. – 2013. – Vyp. 38. – S. 180-182.
7. Lyubimova M.K. Language paradigms of replies expressing incomplete disagreement / Lyubimova M.K. // IX nauchnaya konferencya TGTU: Plenarnye doklady i kratkie tezisyy. – Tambov, 2004. – S. 260-261.
8. Nelyubina Yu.A. Film text in the field of related concepts / Yu.A. Nelyubina // Gumanitarnyj vektor. – 2014. – #4 (40). – S. 26-29.
9. Rudik I.N. Communicatives of agreement/disagreement in modern English / I.N. Rudyk // Pytannya germans`koyi filologiyi ta metodyky vykladannya germans`kyh mov: Zb. statej. – Zhytomyr.: ZhDPI, 1996. – S.126-131.
10. Selivanova O.O. Methodological problems of research of dialog / O.O. Selivanova // Odeskyi lingvistychnyi visnyk. – 2013. – Vyp. 1. – S. 144-158.
11. Ukrayins`kyj tлумachnyj slovnyk [E. resurs] // Tлумachnyj slovnyk onlajn. – Rezhyim dostupu : <http://language.br.com.ua/>
12. Hramova N.A. Verbs of approval and agreement in English (Semantic, syntagmatic, morphological aspects): Dis. kand. filol. nauk: spec. 10.02.04 “Германские языки” / N.A. Hramova. – Sankt- Peterburg, 2003. – 188 s.

Tactics of disagreement as a means of status modification (on the material of an English-language series ‘Suits’)

N. Gorbachova

Abstract. The article is devoted to analysis of dialogical speech between speakers with asymmetrical statuses in situation of role expectations violation. Specificity of tactics of disagreement used by a subordinate and its peculiarities are investigated. The subordinate’s ability to raise his own status and lower the chief’s status by using tactics of disagreement is grounded.

Keywords: dialogical speech, tactics of disagreement, asymmetrical statuses, chief, subordinate, speech act.

Тактика несогласия как способ модификации статусов коммуникантов (на материале англоязычного сериала ‘Suits’)

Н. Горбачёва

Аннотация. Статья посвящена анализу диалогического общения коммуникантов с ассиметричными статусами в контексте нарушения ролевых ожиданий. Исследуется специфика реализации тактики несогласия адресантом со статусом ниже, ее акторечевы и языковые особенности. Обоснована возможность подчиненного повышать собственный статус и понижать статус руководителя путем использования тактики несогласия.

Ключевые слова: диалогическое общение, тактика несогласия, ассиметричные статусы, руководитель, подчиненный, речевой акт.

Stylistic aspects of musicality in literary text: a study of V. Woolf's "To the Lighthouse"

O. Kalinichenko

Kyiv National Linguistic University
Corresponding author. E-mail: kalinichenko.elena90@gmail.com

Paper received 29.10.17; Revised 03.11.17; Accepted for publication 05.11.17.

<https://doi.org/10.31174/SEND-PH2017-145V41-02>

Abstract. This article focuses upon the analysis of key features of literary text musicality from a multimodal perspective. It examines the significance and further prospects of such research for contemporary stylistic studies with a special emphasis on the musical markers in V. Woolf's "To the Lighthouse".

Keywords: musicality, multimodality, multimodal stylistics, stylistic means.

Introduction. Modern stylistics is characterized by the increase of scholarly interest in the multimodal research of literary text. Being rooted in social semiotics, multimodal stylistics examines the ways of meaning-making not only with regard to verbal, but also to implicit aural, spatial, visual and other modes of literary text [10].

Melopoetics as a branch of multimodal cognitive studies is of particular interest to stylisticians. Recently much research has been done to study and systematize stylistic means which contribute to the musicality of literary prose, however this problem needs more consideration.

Musicality is a distinctive feature of British modernist fiction, which is characterized by innovative writing, including the stream-of-consciousness technique and the integration of "art, music and jazz" [7, p. 4–5]. Thus, in the article, musicality of prose will be analyzed on the material of Virginia Woolf's "To the Lighthouse", where musicality of prose stands out very prominently. The novel does not only contain artistic markers of visual impressionism in fictional descriptions, but also explicit stylistic musicality at different text levels.

Brief review of publications on the issue. Due to close affinity of music and literature, many scholars studied the interaction of musical and verbal codes in literary text. C. S. Brown [6], C. F. Jacob [9], S. P. Scher [11], Th. Sebeok [13], Ch. Hauer [8] developed various theories of comparability of the two arts. A number of Ukrainian scholars [3; 4; 5] focused on musical rhythm in literary prose.

Raw material for both arts is organized sound. However, a literary sound unit differs considerably from a musical sound unit: the individual word usually possesses semantic connotations, whereas the individual tone does not [4, p. 61].

S. P. Scher distinguishes three basic kinds of "literary music":

- "word music";
- musical structures and techniques in literary works;
- "verbal music" [12, p. 42]

Word music is a common type of poetic practice that aims primarily at imitation in words of the acoustic quality of music (including non-musical sounds) and that is realizable because of affinity in the basic material.

Certain constituents organize sound structures and patterns in both music and language: rhythm, stress, pitch (intonation) and timbre (tone colour) are applicable in literature for creating music-like textures [2, p. 36]. Such strategies of versification as alliteration, assonance, consonance, and rhyme are successfully employed for this purpose as well.

Verbal music is any literary presentation of existing or fictional score; it often suggests characterization of a musical performance or of subjective response to music. Verbal music possesses greater aesthetical potential. As a combination of rhetorical, syntactical, and stylistic strategies, it can create plausible literary resemblance of actual or fictional

music as well as integrate music-like verbal textures into a larger epic context [11, p. 173–202].

According to O. P. Vorobyova, musicality of prose finds its manifestation in: 1) explicit verbal, phonosemantic and/or syntactical imitation of the sound scale, certain musical genres and styles; 2) imitation of musical forms; 3) the dominant or counterpoint motif which serves as the plot pivot; 4) hidden musical rhythm and melodies [1; p. 34], and 5) artistic representation of music perceived by the narrator or a fictional character. This article applies Vorobyova's classification of musicality in prose for analysis of musical elements in V. Woolf's "To the Lighthouse".

The **aim** of the article is to reveal verbal mechanisms of musicality in Virginia Woolf's "To the Lighthouse", its functions and role in literary text from a multimodal stylistic perspective.

Materials and methods. The material under examination includes the novel by Virginia Woolf, musical elements are identified and interpreted in the course of stylistic analysis. Musicality of prose is viewed as a linguistic phenomenon created by certain stylistic means. The stream-of-consciousness writing technique applied by V. Woolf involves a wide range of such devices at different text levels. They do not only create a special rhythm and melody, but also characterize V. Woolf as a typical "literary musician" in British literary modernism.

Results and their discussion. According to Vorobyova's classification of musicality in prose, the paper addresses such formats of literary musicality as *explicit verbal, phonosemantic and syntactical imitation of the sound scale*, as well as miming *certain genres and styles*. They are realized in the novel through various expressive means and stylistic devices.

Phonologically the novel resorts to the use of **alliteration** and **assonance** to create a musical sound, e.g.: "she was stern, she was searching, she was beautiful like that light" [14, p. 30], "this dining-room table... lay, like a lake" [14, p. 44]; "The fatal sterility of the male plunged itself, like a beak of brass, barren and bare" [14, p. 17].

Sound repetition in the novel is often onomatopoeic. For instance, the description of a rock falling down from the mountain is perceived as credible and vivid because of the use of the "roaring" sound "r":

Once in the middle of the night with a roar, with a rupture, as after centuries of quiescence, a rock rends itself from the mountain and hurtles crashing into the valley [14, p. 62].

The anaphoric repetition of *sh-* [ʃ] tends to create the "music" of waves, e.g.:

And Andrew shouted that the sea was coming in, so she leapt splashing through the shallow waves on to the shore [14, p. 36].

The author frequently uses graphons – mainly for making

logical stresses: “*She knew all about THAT*” [14, p. 31]; “*SHE was a favourite*” [14, p. 10]; “*James will have to write HIS dissertation one of these days*” [14, p. 14]. They also produce musical effects as musical compositions rely upon certain stresses, which can be provided not only by the structure itself, but used by a composer deliberately to accentuate particular, sometimes unexpectedly illogical fragments or sounds.

Syntactically, the main emphasis is laid upon *repetition* as the key element generating the “music” of the text. Reiterated adverbs and adjectives add expressiveness and brightness to the narrative, e.g.: “*He had thought of it, often and often*” [14, p. 10]; “*Her thought which had spun quicker and quicker exploded of its own intensity*” [14, p. 11].

In addition to ordinary lexical repetitions, there are numerous cases of phrases and themes recurrence. Analogically to musical compositions, the repetition of phrases makes the reader remember and differentiate them among the other themes as those containing the main idea, e.g.: “*He did not know. He did not know*” [14, p. 14]; “*It was bad, it was bad, it was infinitely bad!*” [14, p. 23]; “*It will end, it will end, she said*” [14, p. 30]; “*It is enough! It is enough!*” [14, p. 30]; “*For the first time in his life Charles Tansley felt an extraordinary pride; a man digging in a drain stopped digging and looked at her, let his arm fall down and looked at her; for the first time in his life Charles Tansley felt an extraordinary pride*” [14, p. 6].

Repetition combined with *periphrasis* shapes bright and memorable images and reminds of a musical theme played in a varied, indirect way:

Odious little man, thought Mrs. Ramsay, why go on saying that?... This going to the Lighthouse was a passion of his, she saw, and then, as if her husband had not said enough, with his caustic saying that it would not be fine tomorrow, this *odious little man* went and rubbed it in all over again [14, p. 6].

Anadiplosis or catch repetition is able to connect not only the sentences but also the whole paragraphs. Correspondingly, musical themes can join different parts of a piece of music:

The sight of them fortified him and satisfied him and consecrated his effort to arrive at a perfectly clear understanding of the problem which now engaged the energies of his splendid mind.

It was a splendid mind [14, p. 14-15].

Chain repetition, together with *framing repetition* (“full of life... filled with life”), adds vividness to the narrative. Basically, all kinds of repetitions resemble various ways of musical themes recurrence:

All the rooms of the house made full of life – the drawing-room; behind the drawing-room the kitchen; above the kitchen the bedrooms; and beyond them the nurseries; they must be furnished, they must be filled with life [14, p. 16-17].

Dashes are often used for denoting pauses and fluent shifts from theme to theme. Analogically, musical ascending/descending passages and pauses serve as a “bridge” between different themes:

She looked up – what demon possessed him, her youngest, her cherished? – and saw the room, saw the chairs, thought them fearfully shabby [14, p. 12];

She could see her, as she came up the drive with the washing, stooping over her flowers (the garden was a pitiful sight now, all run to riot, and rabbits scuttling at you out of the beds) – she could see her with one of the children by her in that grey cloak [14, p. 66].

Parenthetical clauses within a larger syntactical structure, especially those separated by dashes, perform the following

functions:

- Exemplifying: “*They knew what he liked best – to be for ever walking up and down*” [14, p. 2];

- Emphasizing:

He worked hard – seven hours a day; his subject was now the influence of something upon somebody – they were walking on [14, p. 5];

- Creating two layers of the narrative: “*They gave him something – William Bankes acknowledged that*” [14, p. 10]. They correspond to various musical themes, analogically, exemplifying, emphasizing and making the musical “narrative” multi-layered.

The use of *brackets* is also worth mentioning. If compared to a piece of music, in which the minor parts are performed quieter, reading the fragments in brackets aloud also requires some quietness as marking while marking them as additional or unimportant. So, considering the phonetic aspect, brackets make the general “melody” of the novel softer.

Here, on his terrace, he was merely foraging and picnicking (he threw away the leaf that he had picked so peevishly) like a man who reaches from his horse to pick a bunch of roses [14, p. 20];

So James could tell, so Cam could tell (they looked at him, they looked at each other), from his toss and his vigilance and the ring in his voice [14, p. 79].

Syntactically, brackets that enclose parenthetical clauses make the narrative structure polyphonic (as the fugue structure in music):

I respect you (she addressed silently him in person) in every atom; you are not vain; you are entirely impersonal; you are finer than Mr. Ramsay; you are the finest human being that I know; you have neither wife nor child (without any sexual feeling, she longed to cherish that loneliness), you live for science (involuntarily, sections of potatoes rose before her eyes); praise would be an insult to you; generous, pure-hearted, heroic man! But simultaneously, she remembered how he had brought a valet all the way up here; objected to dogs on chairs; would prose for hours (until Mr. Ramsay slammed out of the room) about salt in vegetables and the iniquity of English cooks [14, p. 10].

Partial and complete inversion, which is employed in the novel, renders the “stream-of-consciousness” manner of narration. Leaps from thought to thought and absence of precise sentence structure while thinking are successfully embodied in the sentences with inverted word order. Musical fragments can also be inverted in different ways. The brightest example can be found in piano studies, e.g. in ascending and descending scales.

Partial inversion used in the novel, regarding the analytical structure of the English language, adds poetry to the narrative, though it does not change the slant of the text radically: “*To her son these words conveyed an extraordinary joy*” [14, p. 1]; “*Insoluble questions they were, it seemed to her, standing there, holding James by the hand*” [14, p. 4]; “*Suddenly, in she came, stood for a moment silent*” [14, p. 6]; “*But slumber and sleep though it might there came later in the summer ominous sounds like the measured blows of hammers dulled on felt*” [14, p. 64].

The use of complete inversion is more drastic and hence contributes more to creating the text “musicality”:

Never did anybody look so sad. Bitter and black, half-way down, in the darkness, in the shaft which ran from the sunlight to the depths, perhaps a tear formed; a tear fell; the waters swayed this way and that, received it, and were at rest. Never did anybody look so sad [14, p. 13].

Syntactical split and detachment are used to emphasize the phrase which was separated. They make the text fragmentary and, consequently, modernistic:

One moment more, with her head raised, she listened, as if she waited for some habitual sound [14, p. 7];

Dazed and blinded, she bent her head as if to let the pelt of jagged hail [14, p. 15];

Filled with her words, like a child who drops off satisfied, he said, at last, looking at her with humble gratitude, restored, renewed, that he would take a turn [14, p. 18];

Numerous **parallel constructions** make the narrative fluent and musical. It can be viewed as the most “musical” stylistic device because musical phrases are commonly not fully repeated but reiterated with certain changes; parallel constructions, too, form a similar syntactical pattern which does not mean exact word-for-word repetition:

She did not know. She did not mind [14, p. 39];

She was telling lies he could see. She was saying what she did not mean to annoy him, for some reason. She was laughing at him. He was in his old flannel trousers. He had no others. He felt very rough and isolated and lonely. He knew that she was trying to tease him for some reason; she didn't want to go to the Lighthouse with him; she despised him: so did Prue Ramsay; so did they all [14, p. 41].

Anaphoric constructions contribute greatly to creating the rhythm of the narrative:

She had a dull errand in the town; she had a letter or two to write; she would be ten minutes perhaps; she would put on her hat [14, p. 4];

She never spoke. She was silent always. She knew then – she knew without having learnt [14, p. 13].

The last example comprises both parallelism and catch repetition. The repetition of a personal pronoun emphasizes the character's traits. At the same time, the rhythmical pattern is modelled.

Anaphora at the beginning of the paragraphs creates the effect of echo widely used in music:

“Let us all go!” she cried, moving on, as if all those riders and horses had filled her with childlike exultation and made her forget her pity.

“Let's go,” he said, repeating her words, clicking them out, however, with a self-consciousness that made her wince. “Let us all go to the circus” [14, p. 4].

Epiphora is concerned with placing the reiterated and thus dominating theme at the end. Similarly to anaphora, it gives “musicality” and completeness to the text. Epiphora seems to be especially noteworthy when it frames the whole paragraphs:

*Nothing would make Mr. Ramsay move on. There he stood, **demanding sympathy.***

*Mrs. Ramsay, who had been sitting loosely, folding her son in her arm, braced herself, and, half turning, seemed to raise herself with an effort, and at once to pour erect into the air a rain of energy, a column of spray, looking at the same time animated and alive as if all her energies were being fused into force, burning and illuminating ... Standing between her knees, very stiff, James felt all her strength flaring up to be drunk and quenched by the beak of brass, the arid scimitar of the male, which smote mercilessly, again and again, **demanding sympathy.***

He was a failure, he repeated... So boasting of her capacity to surround and protect, there was scarcely a shell of herself left for her to know herself by; all was so lavished and spent; and James, as he stood stiff between her knees, felt her rise in a rosy-flowered fruit tree laid with leaves and

*dancing boughs into which the beak of brass, the arid scimitar of his father, the egotistical man, plunged and smote, **demanding sympathy.*** [14, p. 16-17].

Even a letter can be of great importance in shaping the epiphoric endings of the paragraphs. It resembles ending several musical fragments with one and the same note:

*A shutter, like the leathern eyelid of a lizard, flickered over the intensity of his gaze and obscured the letter R. In that flash of darkness he heard people saying – he was a failure – that R was beyond him. He would never reach R. On to R, once more. **R –***

*Qualities that in a desolate expedition across the icy solitudes of the Polar region would have made him the leader, the guide, the counsellor, whose temper, neither sanguine nor despondent, surveys with equanimity what is to be and faces it, came to his help again. **R –***

The lizard's eye flickered once more. The veins on his forehead bulged... He had not genius; he laid no claim to that: but he had, or might have had, the power to repeat every letter of the alphabet from A to Z accurately in order. Meanwhile, he stuck at Q. On, then, on to R.

Feelings that would not have disgraced a leader who, now that the snow has

*begun to fall and the mountain top is covered in mist, knows that he must lay himself down and die before morning comes, stole upon him, paling the colour of his eyes, giving him, even in the two minutes of his turn on the terrace, the bleached look of withered old age. Yet he would not die lying down; he would find some crag of rock, and there, his eyes fixed on the storm, trying to the end to pierce the darkness, he would die standing. He would never reach **R*** [14, p. 16-17].

Rhetorical questions are utilized to describe the characters' inner state, their meditations and reflections. It is especially characteristic for V. Woolf's prose and for the works of modernist writers in general:

But why not? she wondered. What was wrong with him then? She liked him warmly, at the moment. Had they not been taken, she asked, to circuses when they were children? [14, p. 4];

Had he money enough to buy tobacco? Did he have to ask her for it? half a crown? eighteenpence? [14, p. 19];

Was it wisdom? Was it knowledge? Was it, once more, the deceptiveness of beauty, so that all one's perceptions, halfway to truth, were tangled in a golden mesh? or did she lock up within her some secret which certainly Lily Briscoe believed people must have for the world to go on at all? [14, p. 23];

But did he notice the flowers? No. Did he notice the view? No. Did he even notice his own daughter's beauty or whether there was pudding on his plate or roast beef? [14, p. 33].

Rhetorical questions can be found in music, too. They are not evident; however, the use of the ascending scale often corresponds to uncertainty and questioning intonation (e.g. short movements in Mozart's d-moll Fantasia).

Exclamatory sentences are numerous; they express a wide range of characters' emotions. It has been mentioned that parenthetical clauses can be compared to soft musical sounding (*piano*). Exclamations, on the contrary, correspond to *forte* (loud) sounding:

Alas! even the books that had been given her and inscribed by the hand of the poet himself... disgraceful to say, she had never read them [14, p. 12];

But how extraordinarily his note had changed! [14, p. 15];

No! No! That was out of the question! Building a new billiard room! [14, p. 42];

How extraordinarily lucky Minta is! She is marrying a man who has a gold watch in a wash-leather bag! [14, p. 56].

Virginia Woolf uses **composite sentences** (both complex and compound ones) with a great number of subordinate clauses and homogeneous parts of sentence. Often connected by **repeated conjunctions**, they create rhythm and musicality of the text. Such sentences avoid abrupt transitions from one thought of the narrator to the other:

Of course they must go; of course they must go, she cried, laughing; and running down the last three or four steps quickly, she began turning from one to the other and laughing and drawing Minta's wrap round her and saying she only wished she could come too, and would they be very late, and had any of them got a watch? [14, p. 56].

The same can be observed in the subordinate clauses:

It was Augustus Carmichael shuffling past, precisely now, at the very moment when it was painful to be reminded of the inadequacy of human relationships, that the most perfect was flawed, and could not bear the examination which, loving her husband, with her instinct for truth, she turned upon it; when it was painful to feel herself convicted of unworthiness, and impeded in her proper function by these lies, these exaggerations, – it was at this moment when she was fretted thus ignobly in the wake of her exaltation, that Mr. Carmichael shuffled past, in his yellow slippers, and some demon in her made it necessary for her to call out, as he passed,

"Going indoors Mr. Carmichael?" [14, p. 19].

Nominal and elliptical sentences create the fragmentary modernistic structure of V. Woolf's novel. They are able to "slow down" its musical pace: *"Perhaps"* [14, p. 19]; *"Or, not in his sense"* [14, p. 25]; *"And why not?"* [14, p. 45]; *"A square root?"* [14, p. 51]; *"I – I – I"* [14, p. 51].

These sentences occur not only as separate units. They can often be present in complex sentences and be set off with the help of commas:

Foolish questions, vain questions, questions one never asked if one was occupied [14, p. 42].

Apopsiopsis is also one of the characteristic features of the stream-of-consciousness technique. It corresponds to interrupted musical phrases widely present in the 20th century

experimental styles: *"Then R ..."* [14, p. 16]; *"Charles Tansley..."* [14, p. 17]; *"Tell me now..."* [14, p. 45];

It was like a beautiful mountain such as she had seen abroad, with valleys and flowers and bells ringing and birds singing and little goats and antelopes and... [14, p. 55].

Imitation of musical forms is expressed in following fugue – a piece of music characterized by polyphony and themes recurrence in different parties, e.g.: *"...the Swiss girl, who would rather go without a bath than without fresh air, but then at home, she had said, "the mountains are so beautiful." She had said that last night looking out of the window with tears in her eyes. "The mountains are so beautiful." Her father was dying there, Mrs. Ramsay knew. He was leaving them fatherless... He had cancer of the throat. At the recollection – how she had stood there, how the girl had said, "At home the mountains are so beautiful"* [14, p. 16]. The phrase *"the mountains are so beautiful"* is repeated on different pitches with varied intonation which contributes to "polyphony" of the text.

Conclusion of prose is a phenomenon of great interest in contemporary multimodal studies. It is one of the modernistic prose's peculiarities due to the stream-of-consciousness technique. V. Woolf's novel "To the Lighthouse" contains a considerable number of stylistic means on different language levels that contribute to creating "music" of the text. Alliteration, assonance and repetition are the main author's devices. Various modifications of repetition (parallelism, anaphora, epiphora etc.) throughout the novel add rhythm to the text. Because of the phrases recurrence the novel resembles the musical form of fugue characterized by the themes repetition on different pitches.

As art and language currently get more and more integrated, multimodal research of prose musicality becomes one of the most critical issues for modern linguists. Studies of musical elements in fiction require elaboration of existing theories and creation of new classifications which makes musicality of prose a considerably perspective area of multimodal stylistics.

REFERENCES

1. Vorobyova O. P. Temptation by music: emotional aura of musical motives in fiction (a cognitive study) / Olga P. Vorobyova // World of emotions in mirror of cognition: language, text, discourse: Theses of the Roundtable reports dedicated to the anniversary of prof. Olga P. Vorobyova (September 27, 2012, KNLU). – Kyiv: KNLU publishing house, 2012. – P. 34.
2. Gere A. Music in literature: influence and analogues // Young Scholars' Bulletin. Human sciences. – St. Petersburg 1999. – No.1. – P. 86–99.
3. Dniprovskaya Y. Musical rhythm as means of world perception organization // Actual philosophic and cultural issues of today. A collection of scientific essays. – Kyiv: KSLU publishing house, 2012. – P. 156–168.
4. Ivanenko S. M. Musicality of prose in its rhythmical and tonal expression // Scientific Bulletin of a Chair of UNESCO of Kyiv State Linguistic University. – Kyiv: KSLU publishing house, 2000. – No. 6. – P. 58–62.
5. Shvachko S. O., Bukata M. V. Status of *silence* and *pause* nominations in literary and musical discourses // Scientific Bulletin of Lesya Ukrainka Volynsky National University. Discourse studies. – Lutsk: Vezha, 2010. – No.7. – P. 167–171.
6. Brown C. S. Music and Literature – A Comparison of the Arts / Calvin S. Brown. – New York: READ BOOKS, 2007. – 300 p.
7. Childs P. Modernism / Peter Childs. – 2nd edition. – N. Y. : Routledge, 2008. – 236 p.
8. Hauer Ch. Narrativity in music: A reference work // Semiotica. – Berlin, 2000. – Vol. 128, No. 3-4. – P. 385 – 393.
9. Jacob C. F. The Foundations and Nature of Verse / Cary Franklin Jacob. – New York: BiblioBazaar, LLC, 2009. – 244 p.
10. Murray J. Composing multimodality // Multimodal Composition: A Critical Sourcebook / Ed. by Claire Lutkewitte. – Boston: Bedford/St. Martin's, 2013. – P. 41–48.
11. Scher S. P. Essays on Literature and Music (1967-2004) / Steven Paul Scher, Walter Bernhart. – New York: Werner Woolf, 2004. – 524 p.
12. Scher S. P. Notes toward a theory of verbal music // Comparative Literature. – 1970. – Vol. 22, No. 2. – P. 147–156.
13. Sebeok Th. A. The music of the spheres // Semiotica. – Berlin, 2000. – Vol. 128, No. 3-4. – P. 527–536.

LIST OF ILLUSTRATION MATERIALS

14. Woolf V. To the Lighthouse [e. resource] / Virginia Woolf. – The University of Adelaide Library. Access mode: [http://www.books.adelaide.edu.au/w/woolf/virginia/to the lighthouse](http://www.books.adelaide.edu.au/w/woolf/virginia/to%20the%20lighthouse).

Стилистические аспекты музыкальности художественного текста (на материале романа В. Вулф «На маяк»)

Е. Н. Калинин

Аннотация. Статья посвящена анализу основных особенностей музыкальности художественного текста в мультимодальном аспекте. Рассмотрена роль и дальнейшие перспективы подобных научных разработок для современных стилистических студий. Продемонстрировано присутствие музыкальных элементов на примере романа В. Вулф "To the Lighthouse" (На маяк).

Ключевые слова: музыкальность, мультимодальность, мультимодальная стилистика, стилистические средства.

Апеляції до християнських цінностей у сучасній англомовній кіноіндустрії та рекламі крізь призму аксіологічних зсувів

Ю. В. Крисальна

Кафедра англійської філології та міжкультурної комунікації Інститут філології
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Paper received 27.10.17; Revised 02.11.17; Accepted for publication 25.11.17.

<https://doi.org/10.31174/SEND-PH2017-145V41-03>

Анотація: У статті розглядається концепт “CHRISTIAN VALUES” та дотичні концепти у медійному дискурсі, зокрема в кіно та рекламі. Запропоновано робочу трирівневу модель ключових складових концепту. Визначено тенденції можливих когнітивних модифікацій релігійних концептів у апеляціях до християнських цінностей.

Ключові слова: релігійний концепт, аксіологія, аксіологічний зсув, когнітивна модифікація, християнські цінності, медіа дискурс.

Апеляції до концепту CHRISTIAN VALUES (“християнські цінності”) та концептів, що сформувались у його межах і як дотичні до нього (VIRTUE, CHASTITY, LUST, TEMPERANCE, GLUTTONY, CHERITY, ABSTINANCE, GREED, DILIGENCE-SLOTH, KINDNESS – ENVY, HUMILITY & LOVE, PRIDE, AMBITION, ASSERTION, LEADERSHIP, MEEKNESS, SHYNESS, MODESTY, SIMPLICITY, та ін.), в англомовному медіа просторі є досить широко представленими, оскільки європейська та американська культурні традиції історично закорінені у християнських цінностях. Втім секуляризаційні процеси, виклики постмодерну призвели до змін цих концептів, що потребує їх подальшого вивчення.

Як стверджує Р.Порті “людина завжди мала необхідність аксіологізувати/обоженувати щось надприродне, абстрактне. До XVII ст. найвищою цінністю/ідеалом був Бог; далі почали встановлюватися квазі-божественні цінності, такі, що заміняли його у світоглядній аксіологічній ієрархії, наприклад, наукова істина/пізнання у XVII ст. У XVIII ст. потвердився культ духовності людини, як найглибшої і найвищої квазі-божественної цінності. Тож, постмодерн – це спроба позбутися ідеологізації/обоження будь-чого, натомість він сприймає мову, свідомість, спільноту тощо як випадковий продукт, зумовлений часом і обставинами.” [10]. Протягом дослідження було виявлено нову тенденцію, що є результатом розвитку постмодерну: вищезазначені десакралізація та деідеологізація самі набувають ознак ідеології та квазі-релігії, що відображається у мові.

Зокрема такі перетворення спостерігаються у гуманітарних сферах, що уособлюють і формують культуру як квазі-релігію: кіно, медіа, театр та ін.

У книзі “*Esoteric Hollywood Sex Cults and Symbols in Film*” Джей Даер стверджує, кіно та масове відвідування театрів мають глибоко релігійний характер. Це певний ритуал, і автор переконаний, що саме так сприймають кіно багато продюсерів та режисерів.

Розглядаючи просування в індустрії Голівуду фільмів із містичним компонентом, зокрема, “*Black Dalia*”, “*Eyes wide shut*”, “*Rosemary’s baby*” автор відзначає їх особливі структурні елементи, які використовуються для певного маніпулятивного когнітивного впливу, серед інших згадує типову для подібного кіно сцену діаболічної містерії, конотативно пов’язанної із християнським богослужінням, зокрема із месою: *Within the estate, we witness a solemn form of an initiation ritual where a magic circle of gorgeous, almost nude women are inducted into the elite cult in a kind of mock Catholic mass, presided over by a figure resembling a Cardinal. The closest analogue in the real world would be something akin to a Crowleyan “Gnostic Mass,” or the OTO.* [8]

Так, у межах розглянутого матеріалу зазначені еле-

менти відстежені не тільки у серіалах із заявленим містичним компонентом “*Charmed*”, “*Buffy the vampire Slayer*”, “*Relic Hunter*” та ін. а і у “*House of cards*”, – сучасній політичній драмі (сезон 5, серія 8) де головний герой бере участь у містичній практиці таємного клубу “*Elysian Fields*”, що включає поклоніння Орлу, жертвоприношення, наявність таких елементів як спільні “молитви”, а саме місерійна “меса”, довгі плащі із каптурами, як у монахів католицьких орденів та ін. (із аллюзією до *Bohemian Grove*). Досліджений матеріал вказує на просякнутість сучасної медійної культури містичними елементами, зокрема християнського походження. Втім на фоні запозичення обрядових елементів слід відзначити їх наповнення змістом протилежним початковому. Так на Єлісейських полях у “*House of cards*” панують жага до наживи, ненависть, заздрість та ін. що суперечить християнським цінностям. Значна кількість подібних апеляцій у межах популярних медіапродуктів потверджують аксіологічні зсуви, що закріплюються на когнітивному рівні, що знаходить відображення у мові.

У лінгвістиці аксіологічні дослідження наявні в межах етнолінгвістики, лінгвокультурології, еколінгвістики, теолінгвістики та ін. Серед використаних нами джерел зокрема дослідження таких авторів як Дж.Лакоф (Metaphors we live by) [9], Л.Талмі [11], Н.Д. Арутюнова [1], В.І. Карасик [3], О.С. Кубрякова (язык и знание) [4], Н.Б. Мечковська [6], Є.Ф. Серебреннікова [7], О.В. Малікова [5], І.Бугаєва [2] та ін. Втім було виявлено, що саме християнські цінності у мові розглядалися здебільшого опосередковано у межах вивчення інших предметів досліджень.

Так, В.І. Карасик відзначає наявність різних груп цінностей: індивідуальні (персональні, авторські), мікрогрупові (в родині між близькими друзями), макрогрупові (соціальні, рольові, статусні та ін.), етнічні, загальнолюдські; цінності типу цивілізації (наприклад, цінності сучасного індустріального суспільства, цінності середньовічного християнства) та ін. Але в цілому, найбільш цікавими, з лінгвістичної точки зору, він називає явища, зафіксовані у мові, в її лексиці та фразеології [3].

Автор відзначає, що лінгвістична класифікація цінностей може мати різне підґрунтя, але застерігає, що підхід до вивчення цінностей за одним домінуючим напрямком, може призвести до дослідницьких неточностей (Табл 1).

Тож у якості комплексного осмислення цінностей у мові дослідник пропонує формування моделі ціннісної картини світу як аспекту мовної картини світу.

В основу нашого дослідження, було покладено трьохскладний підхід до семантичної типологізації християнських цінностей. Окремо понад іншими християнськими цінностями – надцінність – Бог, як найвище Благо. Першу із виділених груп складають шляхи до спасіння, як первинної мети життя кожного християнина: заповіді

декалогу та Нового заповіту (заповіді блаженств, заповідь любити Бога понад усе, а ближнього як самого себе), сім основних чеснот тощо. Друга група цінностей -

дороговкази на шляху спасіння. Третя група – цінності на особистісному шляху вірянина.

Таблиця 1. Дослідницькі “небезпеки” при лінгвістичному розгляді цінностей (за В.І. Карасиком)

Дослідницька домінанта	Дослідницькі “небезпеки”
Семантична щільність тієї чи іншої тематичної групи слів, деталізація найменування виділення смислових відтінків є сигналом лінгвістичної цінності позамовного об’єкта (предмета, процесу чи поняття).	Відбувається ототожнення цінності актуальності явища
Типологізація оціночних слів: слова, що припускають однозначну загальнонародну інтерпретацію у формі модальної рамки “добре”-“погано”; слова, конотації та імплікації яких відкриті для подібної інтерпретації; слова, значення яких можуть бути так інтерпретовані лише в нестандартних ситуаціях	Розмивається відмінність між цінністю та оцінкою порушуються ієрархія цінностей

Слід відзначити, що у третій групі однією із найбільш актуалізованих у медіа просторі цінностей є свобода. Втім у християнстві свобода як цінність набуває особливого трактування – це не гедоністична всюдозволеність, а свобода бути вільним від гріха, свобода відмовитись від власної волі і чинити по волі Божій (Табл.2).

Таблиця 2. Christian values model

GOD		
God’s Grace, God’s Love		
Salvation	Examples and aids for salvation	Personal experience
Love Faith, Hope, Wisdom	• Saints	• Person
Commandments	• Holidays	• Family
Beatitudes	• Sacred Objects	• Brother
Virtues	• Sacred Places	• Freedom*

Аксіологічним барометром вірянина-християнина є сім чеснот та сім смертних гріхів, вад. Наприклад, у період Ренесансу та пост-ренесансу зокрема у мистецтві набули значної популярності теми мучеництва, семи смертних гріхів, покаяння грішників (із акцентом на попереднє йому грішне життя), створювалося шедеври, що їх ілюстрували. Така популярність може пояснюватись зміною культурної парадигми. Адже у Середньовіччі – превалювала тема Страшного суду та пекельних страждань, як засторога від гріха, тоді як у період Відродження, відбулося заміщення світоглядного “центру” – Бога, Людиною, та гріх став не стільки “відпадінням від Божого задуму про людину” скільки “природною невід’ємною рисою людини”, що як усі інші прояви людського, викликало інтерес і захоплення. А відтак наявність зображень не тільки оголеної натури, а й розпусних сюжетів у світському суспільстві виправдовувалося лише їх релігійним забарвленням. Це відобразилось і у художній літературі, наприклад часи французького короля Генріха III так описує Олександр Дюма-батько: *The king was, as usual, surrounded by dogs, and there was also a table in the carriage, covered with illuminated pictures, which the king cut out with wonderful skill, in spite of the movement of the carriage. He was just then occupied with the life of Magdalene, the sinner. The different pictures were labeled "Magdalene gives way to the sin of anger"- "Magdalene gives way to the sin of gluttony," and so on through the seven cardinal sins. The one that the king was occupied with, as they passed through the Porte St. Antoine, represented Magdalene giving way to anger.*

The beautiful sinner, half-lying on cushions, and with no other covering than the magnificent hair with which she was afterward to wipe the feet of Jesus, was having a slave, who had broken a precious vase, thrown into a pond filled with lampreys, whose eager heads were protruding from the water: while on the other side, a woman, even less dressed than her mistress, as her hair was bound up, was being flogged, because she had, while dressing her mistress's head,

pulled out some of those magnificent hairs, whose profusion might have rendered her more indulgent to such a fault. In the background were visible some dogs being whipped for having allowed beggars to pass quietly, and some cocks being murdered for having crowed too loudly in the morning. On arriving at the Croix-Faubin, the king had finished this figure, and was passing to "Magdalene giving way to the sin of gluttony." [17].

Однак, у проаналізованому матеріалі було відстежено нову аксіологічну тенденцію: із загальною секуляризацією суспільства наразі сім смертних гріхів, шляхом когнітивних модифікацій таких як частотне позиціонування в атипово позитивному контексті, десакралізація, деметафоризація та ін. набувають позитивного аксіологічного забарвлення.

Серед матеріалів дослідження когнітивних модифікацій християнських цінностей у ЗМІ та кіно – офіційні релігійні медіаресурси, вебсайти та сторінки у соц. мережах, світські веб-ЗМІ, відеохостинг Youtube, різноманітні відеошеринги та інше, загалом було опрацьовано більше 300 год. відео матеріалів.

У досліджених матеріалах зокрема розглядалися антиномії християнських чеснот і вад та їх аксіологічні зміни.

Наприклад, антиномія християнська цінність – цнотливість (VIRTUE, CHASTITY) та вада - розпуса (LUST) зазнала кардинальних змін.

Провідна акторка серіалу “Sex and the City” (Мал. 1) Сара Джесіка Паркер (Sarah Jessica Parker), яка виконує роль Кері Бредшоу (Carrie Bradshaw) підкреслює, що “фантастичне сексуальне наповнення серіалу не є ключовим секретом його популярності, тоді як основна таємниця успіху – душа.” *What I really focused on for the past 6 years was less obvious colourful stuff like I said the provocative sort of tiddle-lady stuff the stuff that is intentionally finally sexy and all that that's fantastic I think it is an enormous part of the show, but I think that the thing show really has to have in order to survive 6 years is the soul.* [33]. Справді, ефект “frank talk”, що використовується сценаристами у цьому серіалі та інших, знімає табу сором’язливості, та сприяє аксіологічним перетворенням у душевно-духовній частині особистості глядача.

(1) RACHEL: Monica? You've done it, right?

MONICA: Of course I have. What do you think, I'm like some 30-year-old virgin?

RACHEL: Oh, my God. You're a 30-year-old virgin.

MONICA: Louder. I don't think the guy in the back heard.

GUY ON THE BACK: Yeah, I heard it.

(2) RACHEL: Sex doesn't have to be a big deal. There shouldn't be all these rules and restrictions. People should be able to sleep with whoever, whenever--

MONICA: Rachel, I'll never think it's okay to cheat on your husband.

RACHEL: What do you know, virgin? [19].

Для підкреслення зневаги до незайманості автори діалогів залучають багато мовних прийомів: повторення та просодичне наголошення *a 30-year-old virgin (1), What do you know, virgin?(2)*, використання цифр для більшої вагомості слів, залучення “погляду зі сторони” - *Guy on the back*. Не невербальному рівні також комунікативно наголошується ізольованість, непопулярність Моніки, Хлопець позаду сидить до неї спиною і навіть не озирється, лише погоджується зі словами Рейчел із підресленою заневагою до Моніки, також, автори сценарію позиціонують Рейчел як струнку і привабливу дівчину, а Моніку як товсту, негарну, непривабливу (Мал. 2).

У серіалі “*Gilmor Girls*” (сезон 1, серія 2) до новенької у коледжі Роррі хлопці глузливо звертаються Мері (Mary) (3,4,5) із натяком на її “правильність”, цнотливість (апеляція до *Virgin Mary* – Діва Марія) (6).

(3) DUGRAY *Looks like we got ourselves a Mary.* (використання неозначеного артикля вказує, що ім'я *Mary* у цьому контексті вживається як глузлива загальна назва для позначення “правильної дівчинки” із біблійною алюзією).

(4) DUGRAY *Yeah? How great? I don't know.*

RORY *Mr. Remmy said that getting someone's notes would be*

DUGRAY *I could even help you study if you want.*

RORY *I kind of view studying as a solitary activity. But thanks.*

DUGRAY *Bye, Mary.*

RORY *It's Rory. (Рорі не розуміє сенсу біблійного жарту і уточнює своє ім'я).*

DUGRAY *I completely understand.*

(5) MR. REMMY *As long as you're standing, class we have a new student. Say hello to Rory Gilmore.*

DUGRAY *Hello, Mary.* Протягом серії Дагрей та інші персонажі 6 разів вживають апеляцію до концепту *VIRGIN MARY* та відповідно дотичних концептів *CHASTITY, VIRTUE*, у жартівливому, глузливо-зверхньому контексті. Зокрема у етикетних формулах (вітання, прощання) та ін., що вказує на стилістичне знижене вживання відповідних лексичних одиниць і potwierдження нових аксіологічних домінант.

(6) LORELAI - *So, tell me.*

RORY *I don't know. It was just one big, long scary, tweedy, bad eight hours. Add some hair spray, and you've got my day. One of the girls already hates me. The guys are weird.*

LORELAI - *Weirder than other guys? –*

RORY *Yeah, they kept calling me Mary.*

LORELAI *You're kidding me. Wow, I can't believe they still say that.*

RORY *Why? What does it mean? - Mary, like Virgin Mary.*

LORELAI *It means they think you look like a goody-goody.*

RORY *You're kidding.*

LORELAI *No.*

RORY *What would they have called me if they thought I looked like a slut?*

LORELAI *They might have added a Magdalene to it.*

RORY *Biblical insults.*

LORELAI *This is an advanced school. [20].*

У кіносементі противагою такому продукту можна представити здебільшого фільми-екранізації класичних творів.

Наприклад, у різноманітних екранізаціях “*Jane Eyre*” наявний мотив вірності Джейн, та внагорода за її добродішність. У “*Pride and Prejudice*” (1980) присутня тема цінності доброго імені та ризику і жертв задля його збереження (у випадках зваблених Лідії та Джорджіани).

(7) JANE'S LETTER *An express came at twelve last night, just as we were all gone to bed. The letter was from Colonel Forster, to inform us that Lydia was gone off to Scotland with one of his officers. To own the truth... with Wickham. MRS BENNET Oh, Lydia! Oh, Mr Bennet, we are all ruined!*

Втеча незаміжньої дівчини із батьківського дому вважається катастрофою, що зашкодить усім її близьким, їх репутації, майбутньому. У кіно діалогів це підкреслюється екскламативами, експресивними, виразами відчаю.

(8) JANE'S LETTER *My dearest Lizzy, I hardly know what to write, but I have bad news! Imprudent as a marriage would be, we now fear worse: That it has not taken place. That Wickham never intended to marry Lydia at all!*

Подальші побоювання, що втеча не завершиться шлюбом, ще більше підкреслюють сприйняття позашлюбних стосунків як смертельно соромних і невірних.

(9) MR BENNET *And they must (модальне підкреслення необхідності суворої обов'язковості) marry. Yet he is such a man, there's nothing else to be done. There are two things I want to know: one is, how much money your uncle laid down to bring this about; and the other, how am I ever to repay him? [31].*

У “*Romeo and Juliet*” (1968): закохані прагнуть чимшвидше одружитись і не чинити гріха, так Ромео звертається до Брата Лоренцо: ROMEO *We met, we wooed, we made exchange of vow. I'll tell thee as we pass, but this I pray, that thou consent to marry us today. [32].*

Інша антиномія – TEMPERANCE – GLUTTONY (стриманість у їжі – чревоугоддя). Тут у нагоді у якості ілюстрації стає різноманітна реклама їжі. Загалом відстежено 3 основні тенденції:

1) irresistible temptation - підкреслення неможливості встояти перед спокусою; M&Ms Crispy M&Ms Irresistible (commercial, 2001).

ORANGE: *All I'm saying is: I don't know why everyone wants to eat the crispy M&Ms, I mean I know I'm...*

Yellow (leaks it). Red leaks it. Yellow wants to leak again. Orange catches his tongue. YELLOW: Sorry. [28].

Temptations Cat Treats: the taste cats can't resist. [35].

2) heavenly delight, exquisite taste - особливий неперевершений смак, неземна насолода; те, що ви ще ніколи не коштували; те, без чого рай – не рай.

Heavenly Taste Biscotti тістечка канадського походження Домініки набули шаленої популярності та стали місцевим делікатесом [22]. Інша компанія пропонує райський шоколад: *heavenly luxury sweets just for you* [21].

3) full satisfaction, there is more to it - обіцянка повного втамування голоду/спраги, із особистісною ідентифікацією продукту із споживачем.

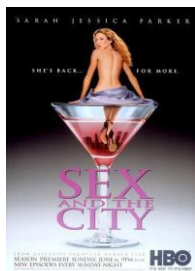
Наприклад, відомий актор Аль Пачіно (Al Pacino) рекламує кавовий бернд *Victoria Coffee*, окрім алюзій до його образу сильного “крутого” мафіозо з фільму *The Godfather*, що передбачає асоціативний зв'язок: хто п'є цю каву – такий крутий як Майкл Корлеоне, використання апеляції до авторитету відомого актора, підкреслюється, що цей продукт є невід'ємною частиною особистості, а відтак незамінним, постійно потрібним. *Without coffee I will feel that something is missing in me. [36].*

Реклама кавового бернду *Lavazza* твердить, що *this is more than a cup of coffee* this is a story of passion далі розповідається історія бренду, сповнена метафор подорожей, нових вражень, нових смаків і завершується

слоганом *In life there is always more to taste*. [25]. Жага все спробувати, постійно коштувати, переживати щось нове є одним із невід'ємних компонентів "GLUTTONY".

Прикладом тенденції популяризації ідеї ненаситності є масштабна реклама Snickers, у якій просувається ідея вдовolenня нестримних гастрономічних бажань (GLUTTONY), як запорука успішності та встановлення і реалізації власної ідентичності. Слоган кампанії: *You're not you when you're hungry Snickers satisfies* на території України: *Ти – не ти, коли голодний*. Концепція цієї рекламної кампанії, що складається із відеореклами, постерів, білбордів підкреслює, що без snickers людина

втрачає свою ідентичність, а також бажання скоштувати цей продукт не може бути нічим зупинене. Так, у більшості розглянутих відео до моменту втамування жаги з'їсти snickers людина набуває вкрай негативних рис, якостей, ознак. В одному ролику стрункий юнак перетворюється на товсту, стару вередливу поп-діву, в іншій рекламі, юнак-сабвуфер перетворюється на товстого хлопця-незграбу і ніяк не може виконати прості трюки, в обох випадках друзі приходять на допомогу, пригощають snickers' ом і все налагоджується [34]. В такий спосіб, змінюється конотативне поле ненаситності із негативного на позитивне та потверджується ідея, що GLUTTONY – невід'ємний компонент сучасної успішності.



Мал.1



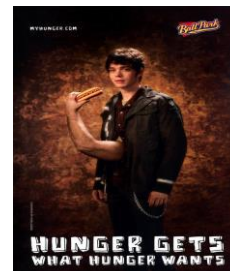
Мал.2



Мал.3



Мал.4



Мал.6

Подібна концепція реклами в'яленого м'яса Jack Links Jerky із слоганом *the protein pack to feed your wild side*. В основу кампанії покладено сюжет, що в середині кожної людини є якийсь хижий звір, і якщо цей звір згодніше, втамувати його голод може лише продукт Jack Links Jerky [24]. Так само просувається ідентифікація споживача із продуктом, наразі з підкресленням особистих якостей та апеляцією до психологічного самовідчуття людини (асоціації із різними хижими тваринами eagle – freedom, lion – domination, cheetah – speed etc.). В аксіологічному контексті слід відзначити, що саме неможливість подолати гріх є притаманною рисою смертних гріхів. Недарма всі тварини, що використовуються в сюжеті і ототожнюються із споживачем – небезпечні нездоланні хижаки, реклама сприяє когнітивним зрушенням, потверджуючи, що той, хто прагне постійної насолоди (gluttony) є сильним і нездоланим таким чином переміщуючи ваду GLUTTONY із негативного до позитивного конотативного поля. (Мал. 3,4).

Тож, оскільки важливим елементом чревоугоддя (gluttony) є ненаситність, значна кількість проаналізованих рекламних кампаній містить наголошення на розмірі та кількості продукту. Наприклад, у рекламі шоколадних пластівців Chocolate Honey Comb Cereal використовується слоган із суперлативами *It's better when it's bigger!* [16]. Рівень запам'ятовуваності цієї фрази забезпечується алітерцією, та окрім формального плану, що крім слогану включає невербальне представлення – величезну коробку пластівців, на семантичному рівні закріплює схвалення чревоугоддя.

Big Tasty Ball Park Frank просунулися далі у справі встановлення самоідентифікації споживача і продукту та популяризації чревоугоддя, в їх рекламі зі слоганом *Hunger gets what hunger wants* [13] голод у вигляді мускулистої чоловічої руки висовується із живота персонажа і вимагає хотдогу, не зупиняючись ні перед чим, щоб отримати бажане: (закриває комп'ютер із незавершеною незбереженою роботою, випускає диких бджіл на чергу за хотдогами, щоб звільнити собі шлях до їжі, виймає шматок хот-догу із рота дівчини, і навіть вбиває дідуся у парку тощо). Така шалена жага отримати

бажаний продукт – типовий приклад чревоугоддя (Мал.6).

Поєднання вищезгаданих тенденцій можна прослідкувати на прикладі розвитку рекламної кампанії морозива Magnum Temptation: *Magnum Temptation: enjoy the royal treatment*. [26]. *Seek your ultimate pleasure release the beast dare to go double with magnum double chocolate the most indulgent magnum... Magnum for pleasure seekers* (хештег #ReleaseTheBeast). [27].

Противагою цій тенденції можна представити проекти відомих шефів які мають практичне застосування, втім пропагують стриманість заради здоров'я, наприклад, Jamie Oliver's Food revolution.

Антиномія CHARITY/ABSTINANCE – GREED яскраво предствалена у сегменті молодіжних комедій у яких рідко обходиться без сцени відвідування героїнею магазину. За засадами конс'юмеризму навіть непотрібна річ може викликати неймовірний потяг, азарт що представляє дівчину стильною, модною, бажаною.

Ще у 1918 р. О.Генрі в новелі "Lost on Dress Parade" висміював жагу до розкошів, корисливість, показуючи персонажа, який був готовий на значні жертви заради "розкішного життя" хоча б і на один день *Up Broadway Chandler moved with the vespertine dress parade. For this evening he was an exhibit as well as a gazer. For the next sixty-nine evenings he would be dining in cheviot and worsted at dubious table d'hotels, at whirlwind lunch counters, on sandwiches and beer in his hall-bedroom. He was willing to do that, for he was a true son of the great city of razzle-dazzle, and to him one evening in the limelight made up for many dark ones.* [29].

Також О.Генрі потверджував стриманість у своїх бажаннях ABSTINANCE та щедрість відносно інших CHARITY у його відомій новелі "The gift of the Magi" в якій показав готовність пожертвувати всім, що маєш заради дорогої людини, як найвищу чесноту.

Втім, сучасна англомовна кіноіндустрія потверджує протилежні цінності: "Confessions of a Shopaholic" (2009), "Bride Wars" (2009), "Money Hungry" TV show (2010- now), "The Wolf of Wall Street" (2013), "The fabulous life of" (2003-2013) та ін.

В реальному житті жага до наживи, чи жага багатств

ва, достатку перетворюється на Chick's Fights у Black Friday та ін. Новинні повідомлення переповнені лексикою із негативною семантикою.

ABC News повідомляє: The Black Friday shopping *mania* is still playing out tonight at malls across America. Retailers opening their doors earlier than ever. To *crush frenzy shoppers* lured by seductive door buster deals. But in many locations te rush *turned violent* shoppers openly rolling over the discounted merchandise. [15].

CBS News: *But tensions seemed to reach a boiling point at some stores. On Thanksgiving night, a Walmart in Los Angeles brought out a crate of discounted Xboxes, and as a crowd waited for the video game players to be unwrapped, a woman fired pepper spray at the other shoppers "in order to get an advantage," police said. Ten people suffered cuts and bruises in the chaos, and 10 others had minor injuries from the spray, authorities said.* [12].

Як приклад можна представити сайт blackfridaydeathcount.com на якому подається інформація про інциденти, що сталися в результаті бійок за знижкові товари із посиленням на ЗМІ. Наразі зареєстровано 10 смертей, 105 випадків тілесних ушкоджень, [14] численні словесні суперечки на сайті не представлені.

Розглянутий матеріал вказує на актуалізацію проблеми антонімічного заміщення цінностей, зокрема нівеляцію християнської цінності ABSTINANCE, та успішність пропагування гріха GREED, результати якого хоча і засуджуються у ЗМІ із використанням негативної лексики, втім торгівельна політика роздрібних компаній, шоу спрямовані на отримання великих вирашів, або витрати значних коштів в обмежений час, кіно із позитивними персонажами, схильними до значних витрат ("Suits", "Miss Pettigrew lives for a day", "White collar", "Sex and the city"), фільми, що потверджують культуру купування речей, товарів, послуг (The Paradise (2012-2013), Mr. Selfridge (2013-2016)), мають значний вплив на глядачів і споживачів, а, відтак, - потверджують цю когнітивну модифікацію.

Милі персонажі Холі Галайтлі з "Breakfast at Tiffany's", Герберта із серіалу "The Good Wife", кота Гарфілда та ін. ілюструють аксіологічні перетворення у антиномії DILIGENCE-SLOTH працелюбство – лінощі. Неробство стає компонентом шарму, приємним омріяним привілеєм, досяжним не для всіх.

Харизматичні лікарі із Braking Bad та House M.D. нормалізують шок від нечутливості до болю інших та цинізму.

Зміни у антиномії KINDNESS – ENVY можна проілюструвати рекламою. Зокрема у роликку картки Visa заздрість є не гріхом, а рушієм успіху у бізнесі. Також культивують заздрість назви "статусних" товарів так у 2016 році компанія Hewlett Packard випустила ультрабук HP ENVY Laptop назва підкреслювала цінність продукту "предмет заздрощів". [23].

Подібна рекламна стратегія використовувалася британським відділом французької компанії Peugeot у 2011 році у просуванні Peugeot 207 Envy у якій заздрий сусід топить машину Peugeot 207 Envy у басейні і глузливо телефонує власнику, уточнити, чи може вона плавати; слоган: *Beware the consequences of envy* (комунікативне повідомлення: ваша машина – предмет заздрощів, ви - успішні); заздрощі інших – як індикатор успіху. [30].

Грайлива реклама дезодоранту Envy 1000 women: *It's fun to share your envy* повністю переносить заздрощі у позитивну ціннісну площину. [18].

Система цінностей англомовного світу, зокрема Сполучених Штатів – заснована на християнських цінностях

(згадаємо Mayflower ship, the Pilgrim fathers та ін.) основою із яких є Бог, сліди цього досі наявні у повсякденному житті: "in God we trust" – написано на банкноті долара, президенти, присяжні та посадовці присягають на Біблії. Але процеси секуляризації вносять кардинальні корективи.

У антиномії PRIDE – the mother of all the vices, що протиставляється HUMILITY & LOVE, з'явилися нові фігуранти: AMBITION, ASSERTION, LEADERSHIP що у сучасному кіносементі позиціонуються як позитивні, та протиставляються MEEKNESS, SHYNESS, MODESTY, SIMPLICITY, HUMILITY.

Так, кінокомпанія Netflix у 2013 році розпочала зйомки серіалу-політичної драми *The house of cards*, яка представляє альтернативну сучасну історію Сполучених Штатів на основі британського подібного серіалу про Сполучене Королівство.

Головний герой серіалу - Френк Андервуд (Кевін Спейсі), торує шлях від сенатора до віце-президента, нехтуючи будь-якими моральними цінностями: у першій серії першого сезону – осквернює могилу власного батька, у останній серії другого сезону – ламає Розп'яття, штовхає свою коханку під потяг метро, його дружина Клер відмовляється прийхати до матері, що помирає та ін. Серіал набув шаленої популярності у Сполучених штатах та за їх межами. Проект визнано успішним, наразі знімається 5 сезон.

У форумах обговорення серіалу було відстежено тенденцію до виправдання всіх вчинків Андервуда, визнання його сильним та цілепрямованим, вивлено, що глядацькій аудиторії подобається Френк, попри всі його злодійства. Є три типи вподобань цього героя: перший – "він відповідає уявленням про сучасного політика, використовуючи брудні ниці засоби досягнення цілей", тож аудиторія позитивно реагує на персонажа як на виправдання власного розуміння цього образу, другий – "Френк дає глядачу відчуття себе морально вищим", третій – "у наш час кожен – за себе. Френк – сильний впевнений в собі, готовий на все для досягнення цілей". Один із багатьох розглянутих постів: *"Finally a question about my boy Francis. Well, some despise him for reasons that you've stated, but others love the morally compromised POTUS, because: He gets power, as in he understands the nature of power, how to obtain it and how to exercise it. If Machiavelli was alive, he'd be totally flattered that somebody (albeit a fictional character) took his principles to heart (and often went beyond them). Frank is Machiavelli's Prince. He divorces morality from politics."* [37].

Так, PRIDE у християнському традиційному розумінні, як найбільша вада, набуває визнання чеснотою сучасності, синонімом сили і успіху.

Табл. 3. Christian values in modern cinema and advertising

Value Antinomies	
Traditional Christian Values	New Values
Life as a way of Salvation	Carpe diem
Life for others	Life for the self
Love thy Brother as you love thee (sacrifice)	
Traditional Family	Homosexual relations*, Infidelity, Cohabitation, Free love
Pro-Life	Pro-Choice
Distinct moral boundaries of the Good and the Evil	Vague moral picture

На прикладі нагальних антиномій можемо побачити конітивні аксіологічні зсуви. Представляємо орієнтовну

аксіологічну сітку антиномій традиційних християнських цінностей та їх сучасних відповідників (Див. Табл. 3), укладену на основі опрацьованого матеріалу.

Тож, у ході дослідження було визначено, що нівеляція та модифікації перших двох груп цінностей запропоно-

ваної класифікації, зокрема аксіологічна заміна чеснот – гріхами та навпаки, призводять до невідворотніх змін третьої частини, і потвердженню нових аксіологічних доміант, які суперечать традиційним християнським цінностям.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н.Д. Об объекте общей оценки/ Н.Д.Арутюнова. - Вопр. языкознания. 1985. - № 3. - С. 13-24
2. Бугаева И.В. Теолингвистика / И.В.Бугаева - Режим доступу до статті: <http://www.ejournals.eu/pliki/art/6688/>.
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс/ В.И.Карасик - М.: Гнозис, 2004. - 390 с. - С. 110-111, 125-129
4. Кубрякова Е.С. Язык и знание / Кубрякова Е.С. // Вопросы когнитивной лингвистики. - Тамбов: 2004. - № 1. - С. 6-17. - С. 13
5. Малікова О.В. Англомовний християнський теологічний дискурс: когнітивно-прагматичні виміри/ О.В. Малікова. - Київ: Логос, 2016. - 390 с.
6. Мечковская Н.Б. Язык и религия: лекции по филологии и истории религий/Н.Б. Мечковская - М.: Фаир, 1998.-Режим доступу до книги: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/Mechkov/23.php
7. Серебренникова С.Ф. Лингвистика и аксиология: этносемиотрия ценностных смыслов / С.Ф. Серебренникова. - М.: Тезаурус, 2011. - 353 с.
8. Dyer J. Esoteric Hollywood Sex Cults and Symbols in Film?/ Jay Dyer. - Trine Day LLC. - P.42. - Режим доступу до матеріалу: https://vk.com/doc16929061_444395961?hash=af21d232cf0c75f8&dl=4ed19f3df10d3eed10
9. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By // G. Lakoff, M. Johnson, - Chicago; L.: The University of Chicago Press, 2003. - 193 p. - Режим доступу до книги: <http://findebookee.com/m/metaphors-we-live-by-george-lakoff-and-mark-johnson> <http://www.the-literary-link.com/metaphors.html>
10. Rorty R., Contingence, ironie et solidarite/ R.Rorty. - Paris, A. Colin, 1993. - 276 p.
11. Talmy L., Toward a Cognitive Semantics/Leonard Talmy - Mitt Press, 2003-495p.-Режим доступу до книги: <http://bookre.org/reader?file=1193683&pg=21>

СПИСОК ІЛЮСТРАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ

12. Big biz, some black eyes on Black Friday - Режим доступу до матеріалу: <http://www.cbsnews.com/news/big-biz-some-black-eyes-on-black-friday/>
13. Big Tasty Ball Park Frank - Режим доступу до матеріалу: <https://www.youtube.com/watch?v=0SZB26LR47A>
14. Сайт blackfridaydeathcount.com - Режим доступу до матеріалу: <http://blackfridaydeathcount.com/>
15. Black Friday Frenzy Turns Violent - Режим доступу до матеріалу: <https://www.youtube.com/watch?v=RmZlkGqBeNA>
16. Chocolate Honey Comb Cereal - Режим доступу до матеріалу: <https://www.youtube.com/watch?v=pLKxVyNS-Fw>
17. Dumas A. The forty-five guardsmen/ Alexandre Dumas pere - Режим доступу до матеріалу: <http://www.online-literature.com/dumas/forty-five-guardsmen/40/>
18. Envy 1000 women - Режим доступу до матеріалу: <https://www.youtube.com/watch?v=aKeWynPpLvE>
19. Friends (What do you know, virgin?)- Режим доступу до матеріалу: <https://www.youtube.com/watch?v=YxRamLlThIQ>
20. Gilmor girls Script - Режим доступу до матеріалу: https://www.springfieldspringfield.co.uk/view_episode_scripts.php?tv-show=gilmore-girls&episode=s01e02
21. Heavenly luxury sweets - Режим доступу до матеріалу: <https://www.youtube.com/watch?v=wZmCJEvdzs4>
22. Heavenly Taste Biscotti - Режим доступу до матеріалу: <http://globalnews.ca/video/949753/heavenly-taste-biscotti>
23. HP ENVY Laptop. - Режим доступу до матеріалу: <https://www.youtube.com/watch?v=5IZ7UEs8iAM>
24. Jack Links Jerky - Режим доступу до матеріалу: <https://www.youtube.com/watch?v=YaREXIXUnel>
25. Lavazza - Режим доступу до матеріалу: <https://www.youtube.com/watch?v=Ef3D6YnnR7c>
26. Magnum Temptation 2010 - Режим доступу до матеріалу: https://www.youtube.com/watch?v=uwTdF_KED4c
27. Magnum Temptation - Режим доступу до матеріалу: <https://www.youtube.com/watch?v=wiCvL3amps>
28. M&Ms - Режим доступу до матеріалу: https://www.youtube.com/watch?v=hg4tA_uUk4E
29. O.Henry Lost on the dress parade/ O.Henry - Режим доступу до матеріалу: <http://www.literaturepage.com/read/thefourmillion-136.html>
30. Peugeot 207 Envoy
31. "Pride and Prejudice" (1980)
32. "Romeo and Juliet" (1968)
33. Sex and the city Farewell - Режим доступу до матеріалу: <https://www.youtube.com/watch?v=t7TytB2Ww7E> 8:47
34. Snickers - Режим доступу до матеріалу: <https://www.youtube.com/watch?v=yBWCzbU>
35. Temptations Cat Treats: the taste cats can't resist - Режим доступу до матеріалу: <https://www.youtube.com/watch?v=FLmLuW7yhBI>
36. Vittoria Coffee - Режим доступу до матеріалу: <https://www.youtube.com/watch?v=ZILy1qRZTU>
37. Why do people like Frank Underwood - Режим доступу до матеріалу: <https://www.quora.com/Why-do-people-like-Frank-Underwood>

REFERENCES

1. Arutyunova N.D. On the object of general evaluation / N.D. Arutyunova- The issues of linguistics (Voprosy yazykoznaniiya). 1985. - № 3. - P. 13-24
2. Бугаева Bugaeva I.V. Theolinguistics / I.V. Bugaeva -Avaliable at: <http://www.ejournals.eu/pliki/art/6688/>.
3. Karasik V.I. Linguistic circle: person, concepts, dicourse/ V.I. Karasik- Moscow.: Gnosis, 2004. - 390 p. - P. 110-111, 125-129
4. Kubriakova E.S. Language and knowledge / E.S. Kubriakova // Issues of cognitive linguistics (Voprosy kognitivnoy lingvistiki). - Тамбов: 2004. - № 1. - P. 6-17. - P. 13
5. Malikova O.V. English Christian theological discourse: cognitive and pragmatic framework. / O.V. Malikova. - Kyiv: Logos, 2016. -390 p.
6. Mechkovskaya N.B. Language and religion: lectures on philology and history of religions./N.B. Mechkovskaya.- M.: Fair, 1998. - Avaliable at: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Linguist/Mechkov/23.php
7. Serebrennikova E.F. Linguistics and axiology: ethnosemiometry of sence (meanings)/ E.F. Serebrennikova- M.:Thesaurus, 2011.- 353 p.

Appeals to Christian values in modern cinema and advertisement within the framework of axiological shifts

Y. V. Krysalna

Abstract. The paper studies concept "CHRISTIAN VALUES" and satellite concepts in media discourse, particularly in cinema and advertising. A pilot 3-level model of key components of concept of "Christian values" is developed. The tendencies of possible cognitive modifications of religious concepts in appeals to Christian values are outlined.

Keywords: religious concept, axiology, axiological shift, cognitive modification, Christian values, media discourse.

Апелляции к христианским ценностям в современной киноиндустрии и рекламе сквозь призму аксиологических сдвигов

Ю. В. Крисальна

Аннотация. В статье рассматривается концепт "CHRISTIAN VALUES" и смежные (сопутствующие) концепты в медийном дискурсе, в частности в кино и рекламе. Разработана рабочая трехуровневая модель ключевых составляющих рассматриваемого концепта. Определены тенденции возможных когнитивных модификаций религиозных концептов в апелляциях к христианским ценностям.

Ключевые слова: Религиозный концепт, аксиология, аксиологический сдвиг, когнитивных модификация, христианские ценности, медиа дискурс.

The role of the creolized text in Dave Barry's comic idiodiscourse

O. V. Kuznietsova

V.N. Karazin Kharkiv National University
Corresponding author. E-mail: olgakuz3007@gmail.com

Paper received 26.10.17; Revised 29.10.17; Accepted for publication 30.10.17.

<https://doi.org/10.31174/SEND-PH2017-145V41-04>

Abstract: The article substantiates basic postulates of idiodiscourse as specific self-expression of the author. The paper explores comic idiodiscourse of a modern American writer Dave Barry which is explicated by a combination of verbal and non-verbal elements. The author's creative manifestation is shown up in particularities of chapter structures, front covers, as well as linguistic tools common for D. Barry's idiodiscourse being his "visiting card".

Keywords: comic idiodiscourse, creativity, creolization, creolized text, front cover, idiodiscourse.

Introduction. Linguistics of the XXIst century is primarily focused on research that study mechanisms of verbalization of human knowledge about the surrounding world, and, on the other hand, – communication of information transfer. For this reason "among strong arguments of modern linguistics are anthropocentrism, functionalism and explanatoriness" [5, c. 5]. Activity of these features defines idiodiscursive studies as one of the most currently important issues among modern researchers.

A creolized text has been an object of study in media discourse by (E.E. Anisimova, I.L. Biluk, D.P. Chigaev, N.S. Gromova) and political discourse (M.B. Voroshylova, A.A. Kozakov). For the first time a creolized text is studied in comic idiodiscourse especially when it is represented on front covers as a method of creating comic effect. Thus, there is much concern about comic text comprehension in modern society. Its content induces the addressee to mental activity – the most active process of creative thinking but not only the perception of ready-made non-reflective understanding. Thereby, the aim of the research is to review Dave Barry's comic idiodiscourse specificity, verbal and non-verbal techniques that lead to humorous effect.

Methods and Materials. The study is based on a range of complementary methods on account of the necessity to fully study comic idiodiscourse as a text-discursive formation. Discourse-typological analysis is used when features of comic idiodiscourse are discovered. The next applied method is text-interpretation analysis that is used while defining the presence of a humorous effect in Dave Barry's idiodiscourse. Intent analysis is subjected to the aim to disclose intentions of the author, who resorts to humorous communication. The following comic literary texts by the modern American writer-humorist Dave Barry are chosen: "Dave Barry is Not Making This Up", "Dave Barry's Homes and Other Black Holes", "Dave Barry Talks Back".

Results and Discussion. Intellectual cognition of reality is realized in the language of a creative personality, in particular, a personality of the writer, his idiodiscourse. According to V.O. Samokhina, idiodiscourse is a specific, carefully thought out and realized self-expression of the author, that forms his character, recognition, style in certain terms of communication, both general and specific characteristics; text as a verbal component of verbal or writing communication; communicative situation in which the author pursues, mainly, aesthetic aims, and a writer-humorist – besides, also the aim to make laugh, to amuse [6, p. 89-90].

This definition may be expanded in the following way, idiodiscourse is the author's personal individual method of organization of his own knowledge, ideas or experience, that

he uses in language (orally or in writing) that functions as a mediator between him and his audience. Idiodiscourse is the standard of verbal and non-verbal behavior of a creative language personality in communicative space taking into account extralinguistic factors; creative display of the author's reflection, that exists in totality of thematically close texts affected by the author's individual vision of the world picture, his linguo-creative thinking, that can be found in key images, themes, set of expressive and graphic devices that make the "master hand" recognizable. We consider idiodiscourse of a certain author to be expressed not only in artistic discourse but also in its other types, for example political, pedagogical, scientific, humorous etc., because in different discourses there are outstanding personalities that can be distinguished by the "author's handwriting", creative manner of written and verbal communication. Such display of the author's individuality and uniqueness "gives the individual an opportunity to approve himself as a personality who conducts him/herself in dialogic co-operation passively or as a communicative leader, to express the features of the temperament, show a favour to [...] style of language communication" [8, p. 136].

Dave Barry's creative potential finds explication in various humorous paradoxes that manifest his linguistic ingenuity in different extents of language system. Creativity helps the author to find something extraordinary to interest his readers. It is a phenomenon whereby something new and different is formed. Dave Barry as an example of a creative personality is characterized as: "a courageous individual, who tries new; intuition plus logic; great sense of humour; he is interested in the process itself but not in the result; fond of looking for something new; always in search of answers, knowledge, ideas. Comic writer – it is creativity, combined with intelligence: he who can consider a problem from different perspectives, see it in a paradoxical way." [7, p. 88]. The author's creative "instinct" lies in his ironic attitude to reality, wit, sense of humour, ability to estimate events with a humorous undertone. The created item may be intangible (such as an idea, a scientific theory, a musical composition, or a joke) or a physical object (such as an invention, a piece of literary work, or a painting). Creativity, as the original ability, distinguishes a particular author among others, makes his texts recognizable, forms his personal literal style – forms his idiodiscourse.

Our study deals with *comic idiodiscourse*. It is a discourse of carnival view of life dipped into the sphere of comic tonality and communication where one can point out humorous themes, expressed by verbal and non-verbal means that provoke a comic effect. It is also a capacity for fooling that

can be understood as the author's personal creative method, his vision of reality. A comic writer chooses humorous style of communication, corresponding comic genres, strategies and communication channel. This communication is carried out in humorous atmosphere with the aim to give hedonic treat both to his reader and to himself. Such communication is called "fascinative" after V.I. Karasik [4, p. 127]. It means that participants are fascinated by the process of communication. In this interaction all types of comic are represented: humour, satire, sarcasm, irony, often self-irony.

The author of comic idiodiscourse sets two main purposes:

1. To provoke his addressee's interest and involve him in to communication. So that, the latter "creates" idiodiscourse together with the author, takes part in it: either empathizes, either criticizes the author.

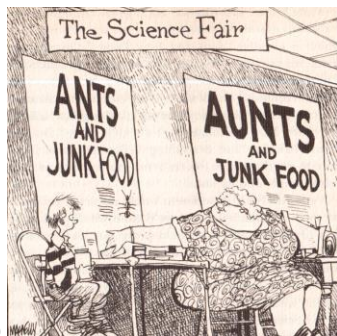
2. To amuse and entertain his addressee, that is to create a comic effect.

To implement the foregoing aims Dave Barry uses creolized texts as an instrument of creating a comic effect in his idiodiscourse. We understand a creolized text as "a complex text formation in which verbal and non-verbal elements organize one visual, structural, notional and functional unit" [1, p. 17]. It has several typical characteristics: a complex form; a combination of different semiotic systems (two or more); in terms of interrelation, complementarity [3, p. 166]. Verbal information, as a rule, exerts rational influence and non-verbal activates unconscious (emotional) level of perception; verbal means give information about outside world while non-verbal – about emotional aspect of communication [ref. to 2].

Creolized texts in Dave Barry's idiodiscourse have two main ways of manifestation: in chapter structures and on front covers. A creolized text is viewed as a linguovisual phenomenon that consists of two non-homogeneous parts: verbal (text) and non-verbal (picture). The presence of these two key elements in Dave Barry's comic idiodiscourse has the meaning of interrelation as they exist jointly and form visual, structural and functional unity that affects the addressee. Their interaction leads to a creation of comic effect. This peculiarity characterizes Dave Barry as a humorous writer whose creative language is rendered by competence, inventiveness of comic themes in American communicative space [9, p. 73-74].

A creolized text as a medium of chapter organization is viewed according to two principles:

1. A non-verbal part includes a verbal one;

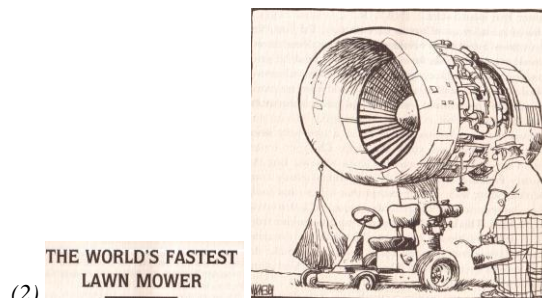


(1) [Dave Barry is Not Making This Up, p. 3].

In the example above humour lies in the use of such device as agnomination: a semantic connection is established with consonant but different in meaning nouns "ant" and

"aunt". It means that a student has conducted the experiment not only on ants but also on his aunt.

2. A non-verbal part and a verbal part are presented separately;

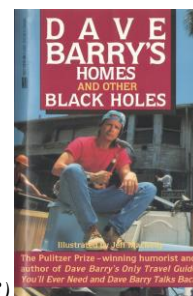


(2) [Dave Barry is Not Making This Up, p. 152-153].

The conic effect of this example consists in usage of a hyperbole. According to the title of the chapter "The World's Fastest Lawn Mower", the reader starts to visualize it as a new-fangled device with lots of modern doo-dads, and instead of this, his/her expectations are even exaggerated as the designer has added an aircraft engine to it. Here arises a logical question: Where did he get it? Is it possible for an ordinary person to find such a detail?

Another characteristic element of Dave Barry's idiodiscourse is creolized front covers that are organized in a particular, creative way. On the front cover creolization is used intensively. It contains a non-verbal part – a photo, and a verbal part with the following key elements:

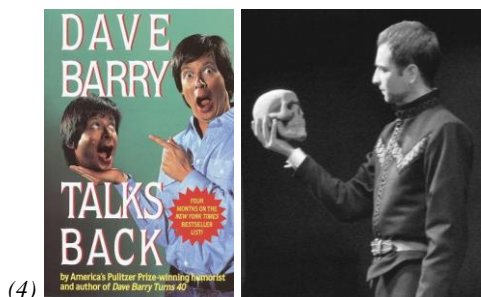
1. a title of the book (includes Dave Barry's name which reflects his autobiographical nature in a humorous way and manifests comic self-representation of his personal life experience);
2. subtitles (give additional information to the title);
3. a review to the book (outlines its humorous focus);
4. names of other books (show variety of author's works);
5. emphasizing phrase (accentuates the author's popularity).



(3)

The front cover contains: Dave Barry's photo; an emphasizing phrase that confirms the author's popularity "The Pulitzer Prize – winning humorist"; names of the books by Dave Barry "Dave Barry's Only Travel Guide You'll Ever Need and Dave Barry Talks Back".

A combination of the book and the picture provokes a humorous effect through a stylistic device – metaphor. Comparison of a typical house (that means not only a physical structure where you live but a special place – home – where you feel most comfortable and that belongs to you) with a "black hole" (something that constantly uses up a large amount of money without producing a good result). So, he compares a process of building a house with something awful that absorbs money and time like an abyss.



(4)

On this book cover a comic effect is reached through a stylistic device – allusion. Dave Barry resembles a theatre actor from the play “The Tragedy of Hamlet, Prince of Denmark” by William Shakespeare where the main character recites his monologue with a scalp in his hand, starting with the words “To be, or not to be: that is the question...”

But unlike Hamlet, who is depicted as a very thoughtful and concentrated man, Dave Barry looks astonished. As the phrase “to talk back” (a part of a title) means to “reply defiantly” we understand that his alter ego argues with him. So, on the book cover we can see a vivid dialogue instead of a reflective monologue.

Conclusions. Creolization in Dave Barry’s comic idiodiscourse presents a unique pattern of humorous tonality which distinguishes his books from other ones by the author’s willingness to experiment and talented manipulation of various semiotic systems. Creolized texts serve as a “visiting card” of his talent and stir the reader to picture Dave Barry as a very creative personality-humorist. A combination of verbal and non-verbal components presents him as a person with a good sense of humour and a master of his craft.

ЛІТЕРАТУРА

1. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е.Е. Анисимова. – М.: Академия, 2003. – 128 с.
2. Бойко М.А. Функциональный анализ средств создания образа страны (на материале немецких политических креолизованных текстов) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 – Германские языки / Бойко М.А. – Воронеж, 2006. – 23 с.
3. Ворошилова М.Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению : моногр. / М.Б. Ворошилова; Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2013. – 194 с.
4. Карасик В.И. Языковое проявление личности / В.И. Карасик. – М.: Гнозис: 2015. – 384 с.
5. Кубрякова Е.С. Язык и знания / Е.С. Кубрякова. – М.: Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
6. Самохина В.А. Карнавальная рефлексия в комическом идиодискурсе / В.А. Самохина // Художні феномени в історії світової літератури: перехід мови в письменництво («Екоцентризм: культура і природа»): Тези доповідей III Міжнародної наукової конференції. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – С. 89-91.
7. Самохина В.А. Креативная личность Linguisticus-шутника, или ученые-лингвисты смеются / В.А. Самохина // Когниция, коммуникация, дискурс. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2016. – №12. – С. 84-97.
8. Сусов И.П. Грамматика говорящего / И.П. Сусов // Актуальные проблемы коммуникативной грамматики; Тульск. гос. пед. ун-т. – Тула, 2000. – С. 130-138.
9. Kuznietsova O. Creolized book cover as an element of Dave Barry’s comic idiodiscourse / O. Kuznietsova // 8th Łódź Symposium New Developments in Linguistic Pragmatics. Book of Abstracts / Edited by Piotr Cap. – University of Łódź, Poland, 2017. – P 73-74.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Barry D. Dave Barry is Not Making This Up / Barry D. – N.Y.: Ballantine Book, 1994. – 244 p.

REFERENCES

1. Anisimova E.E. Text linguistics and cross-cultural communication (a case study of creolized texts) / E.E. Anisimova. – M.: Academy, 2003. – 128 p.
2. Boyko M.A. Functional analysis of devices that create country image (a case study of German political creolized texts) : synopsis of a thesis ... Cand.Sc.: 10.02.04 – Germanic languages / Boyko M.A. – Voronezh, 2006. – 23 p.
3. Voroshilova M.B. Political creolized text: keys to reading: monograph / M.B. Voroshilova; Ural state pedagogical university. – Ekaterinburg, 2013. – 194 p.
4. Karasik V.I. Language display of the personality / V.I. Karasik. – M.: Gnozis: 2015. – 384 p.
5. Kubryakova E.S. Language and knowledge / E.S. Kubryakova. – M.: Languages of the Slavic culture, 2004. – 560 p.
6. Samokhina V.A. Carnival reflection in comic idiodiscourse / V.A. Samokhina / Artistic phenomena in history of world literature : language transition to writing (“Eccentrism: culture and nature”) : Abstracts of the 3rd International scientific conference. – Kh.: V.N. Karazin Kharkiv National University, 2017. – P. 89-91.
7. Samokhina V.A. Creative personality of Linguisticus-joker, or scientists-linguists laugh / V.A. Samokhina // Cognition, communication, discourse. – Kh.: V.N. Karazin Kharkiv National University, 2016. – №12. – P. 84-97.
8. Susov I.P. Grammar of the speaker / I.P. Susov // Topical issues of communicative grammar; Tula State Pedagogical University – Tula, 2000. – P. 130-138.
9. Kuznietsova O. Creolized book cover as an element of Dave Barry’s comic idiodiscourse / O. Kuznietsova // 8th Łódź Symposium New Developments in Linguistic Pragmatics. Book of Abstracts / Edited by Piotr Cap. – University of Łódź, Poland, 2017. – P 73-74.

Роль креолизованного текста в комическом идиодискурсе Дейва Барри

О. В. Кузнецова

Аннотация. В статье обосновываются основные постулаты идиодискурса как особого способа самовыражения автора. В работе исследуется комический идиодискурс современного американского писателя Дейва Барри, который представлен комбинацией вербальных и невербальных элементов. Креативное проявление автора отображается в своеобразных структурах глав, передних сторонах обложек, также как и в лингвистических приемах, свойственных для идиодискурса Д. Барри, которые являются его “визитной карточкой”.

Ключевые слова: идиодискурс, комический идиодискурс, креативность, креолизация, креолизованный текст, передняя сторона обложки.

Особливості словникових статей перекладних російсько-українських словників 20-х рр. ХХ ст.

О. М. Лось

Національний університет "Києво-Могилянська академія"
Corresponding author. E-mail: olgalos@yahoo.com

Paper received 28.10.17; Revised 02.11.17; Accepted for publication 05.11.17.

<https://doi.org/10.31174/SEND-PH2017-145V41-05>

Анотація. У статті описано основні компоненти мікроструктур перекладних російсько-українських словників 20-х рр. ХХ ст. Проаналізовано їх особливості, виокремлено спільне та відмінне у побудові словникових статей. Для більшості перекладних російсько-українських словників 20-х рр. характерна мінімальна кількість компонентів словникової статті, а саме: заголовкова одиниця та перекладний еквівалент. Такі складові як синоніми, граматична інформація, ремарки та ілюстрації представлені у цих словниках обмежено.

Ключові слова: українська мова, академічний словник, перекладний словник, мікроструктура перекладного словника.

Перші десятиліття ХХ ст. були дуже важливим і плідним етапом у розвитку української лексикографії. Поява значної кількості словників різних типів вивела українське словникарство на новий етап розвитку і заклала підвалини для багатьох наступних значних лексикографічних праць. Одним із завдань тогочасних філологів було впровадження у лексикографічну практику якісних змін, які дозволили б підвищити авторитет словника як такого, зробити його надійним джерелом для фахівців різних галузей і таким чином дати відповіді на багато питань, пов'язаних з процесами вироблення єдиного варіанту української літературної мови. Такі якісні зміни стосувалися і розширення типів словників, і впровадження у них актуальних правописних норм, і включення до словників актуальної лексики. Одним з ключових для лексикографів було питання побудови словникової статті або ж його мікроструктури. У нашій розвідці ми зупинимось на аналізі словникових статей перекладних російсько-українських словників, оскільки саме цей тип словників був у той час найпоширенішим.

Аналізом словників, виданих в Україні у перші десятиліття ХХ ст., займалися М. Калинович, З. Кузеля, П. Горецький, А. Москаленко. Питанням побудови словникової статті присвячені праці сучасних дослідників В. Дубічинського, О. Демської, М. Кочергана. Однак перекладні російсько-українські словники 20-х рр. на рівні мікроструктури детально досліджені ще не були.

Мета нашого дослідження – описати і порівняти мікроструктури перекладних російсько-українських словників 20-х рр., виявити їх спільні та відмінні риси.

Матеріалом нашого дослідження слугують перекладні російсько-українські словники, видані у період від 1918 р. до 1931 р.

Основним методом нашого дослідження є описовий з елементами порівняльного аналізу, що дозволило виявити специфіку кожного з аналізованих словників, а також загальні особливості лексикографічної практики у 20-х роках ХХ ст.

У сучасній лексикографії під мікроструктурою словника прийнято розуміти внутрішню будову лексикографічного опису словникової одиниці. В українській лексикографії частіше побутує термін-дублет "словникова стаття" [2, с. 102]. В. Дубічинський зазначає, що до мікроструктури варто віднести проблеми побудови словникової статті як окремої різнопланової системи, якою загалом є словник. Сюди включаються проблеми фор-

мату, об'єму, складу словникової статті, презентації різного роду інформації про мовну одиницю, яка описується в словнику (етимологічної, енциклопедичної, семіотичної, граматичної, словотвірної, стилістичної, ілюстративної та іншої) [4, с. 34]. Мовознавець пише, що словникова стаття – це основна структурна одиниця словника, що складається із заголовкової одиниці та її опису. На думку вченого словникова стаття інваріантного словника може включати такі елементи:

- 1.) заголовкова одиниця;
- 2.) фонетична характеристика заголовкової одиниці;
- 3.) граматична характеристика заголовкової одиниці;
- 4.) семантизація заголовкової одиниці (тлумачення, дефініція, перекладний еквівалент);
- 5.) характеристика сполучуваності заголовкової одиниці;
- 6.) словотвірні можливості заголовкової одиниці;
- 7.) етимологічні довідки;
- 8.) ілюстративні приклади;
- 9.) лексикографічні ремарки;
- 10.) відсилання, примітки;

П. Жмігродський вважає, що основними складовими мікроструктури словника є такі:

- заголовкове слово;
- граматична інформація;
- ремарка;
- дефініція;
- ілюстрація;
- фразеологізм.

Крім того, до складу словникової статті за П. Жмігродським можуть входити інформація про вимову, походження слова, наявність заголовкового слова у інших словниках та інше [15, с. 63].

В. Берков у праці, присвяченій перекладним словникам, називає такі елементи словникової статті:

- 1.) лема;
- 2.) зона фонетичної інформації;
- 3.) зона граматичної інформації;
- 4.) зона еквівалентів;
- 5.) зона посилянь.

Вищезазначені підходи поступово сформувались у лексикографічних працях впродовж ХХ ст., а у 20-х рр. чіткого теоретичного підґрунтя написання словників ще не існувало. Значна кількість теоретичних питань лексикографії ще не була опрацьована. Радянське мовознавство вперше сформулювало питання лексикографічної

теорії у 1939 р. [3, с. 3]. У 20-х рр. підходи до формування словникової статті значною мірою були зумовлені освітою та досвідом редакторів. Переважно словникові статті перекладних російсько-українських словників мали такі елементи:

- 1.) заголовкове слово російською мовою;
- 2.) відповідник українською мовою та синоніми до нього;
- 3.) граматична інформація;
- 4.) ремарки.

Більшість словників мала на меті перш за все практичність, тому кількість компонентів словникової статті була мінімізована. У всіх перекладних словниках у словникових статтях наявні два основні компоненти – заголовкове слово російською мовою та відповідник українською. Такі елементи мікроструктури перекладного словника як синоніми до основного відповідника, граматична інформація, ремарки, ілюстрації у 20-х ще не були достатньо добре розроблені і використовувалися не завжди.

Першим елементом мікроструктури словника є заголовкове слово – канонічна форма, за якою впізнають означуване слово чи вислів (лексичну одиницю). У російсько-українських словниках 20-х рр. заголовкові слова подаються переважно у вихідній формі – іменники у називному відмінку однини, прикметники – у формі чоловічого роду називного відмінку однини, дієслова – у формі інфінітиву. Особливістю більшості словників є те, що подекуди у статтях є кілька заголовкових слів:

библейській, біблія – біблійний, біблія, с(ь)вяте письмо [10, с. 16];

взаєм-взаїмы – у позику [9, с. 26];

впалзывать, вползать – вповзати, -заю, вповзти, -зу, зеш [6, с. 64];

сирота, сиротка, сиротина, сиротинка – сирота [12, с. 359];

секта, сектанство – секта, неправовірне релігійне учення [8, с. 151].

Найчастіше у одній заголовковій одиниці об'єднані синоніми однієї частини мови, слова одного гнізда різних частин мови, дієслова недоконаного та dokonаного виду.

Заголовковими одиницями також виступають сталі словосполучення:

високосный годъ – висектовий рік, переступний [8, с. 22];

побиться об заклад – зайти у заклад, закластися [9, с. 161];

шпат известковый – кальцит [12, с. 430];

с каких пор – з якого часу [12, с. 359];

скобяной товаръ – деревня, дерев'яне начиння [10, с. 152];

Суттєвим недоліком є те, що у заголовковому слові спільна для усіх компонентів гнізда ліва частина ніяк не відокремлюється. З цієї причини для читача ускладнюється самостійне творення похідних слів:

секретный,-о – потаємний, впотайці [13, с. 22];

коверный,-ца – килимник, -ця, коцарь, -ка [5, с. 164];

поддѣльватель, ница, поддѣльщикъ, ца – підроблювач, ка, фальшовник [10, с. 32];

насовщик, -щица – насов(ув)ач, -вачка [11].

У низці словникових статей є тлумачення заголовкового слова:

кожура (потерян. при линянии) – линовище [5, с. 165];

биржа – (купецка або де стоять візники) – біржа, (де збираються наймити для найма на роботу) – точок, біржа [10, с. 16];

лиценция – 1) (право на чтение лекций) ліценція, дозвіл (-волу) викладати; 2) (тарифная) ліценція; 3) (поэт., грам., вольность) поетична, граматична вільність (-ности) [11];

Отже спільними ознаками для заголовкових слів перекладних російсько-українських словників 20-х рр. є такі:

- об'єднання кількох лем у одну заголовкову одиницю;
- заголовковими одиницями також виступають сталі словосполучення;
- спільна для усіх компонентів гнізда ліва частина не відокремлюється;
- у деяких словникових статтях подається тлумачення заголовкового слова.

С. Лендау зазначає, що традиційною практикою великих всеохопних словників (як історичних на кшталт Оксфордського словника англійської мови так і синхронних на взір американських нескорочених словників) XIX – середини XX ст. було подавати заголовковими словами у реєстрі практично всі канонічні форми [7, с. 106]. Таким чином, хоча перекладні російсько-українські словники 20-х не претендували на всеохопність, однак спостерігаємо у них прагнення подати якомога більше слів і словоформ.

Наступний елемент словникової статті – семантизація заголовкової одиниці. Семантизацією заголовкової одиниці традиційно називають усунення невизначеності відносно значення слова і результат цієї процедури [14, с. 109]. Операцію і результат семантизації називають “тлумаченням”, “дефініцією”, “перекладним елементом”. У перекладному словнику основну функцію семантизації заголовкової одиниці виконує перекладний еквівалент, а також синоніми до нього.

Перекладні еквіваленти переважно подані із синонімами, а окремі значення слова розмежовані арабськими цифрами. Синонімічні ряди представлені у різному обсязі – від одного слова до більш ніж 10 синонімів:

предосторожный – обережний, обачний [6, с. 440];

берець, ся – берегти, ся, стерегти, ся, глядіти, доглядати, шанувати, ся, жаліти, хоронити, ховати, щадити, пильнувати [10, с. 16];

скоморохъ – фігляр, блазень, кумедник, штукарь [10, с. 152];

Особливо великі синонімічні ряди подані у академічному російсько-українському словникові:

лежебок – лежень (-жня), (зап.) лежух (-хъ), лежебóка (обш. р.), лежнюха, лежун (-на), лежака, лежняка, полежака, полежаха, лежак (-ка), лежай (-ая) и лежай (-ія), валяка, валюка, нерóба, (перен.) бабáк, байбáк;

малѣхонький, малѣшенький (ум. от маленький) – малéсенький, манéсенький, малéсечкий, манéсечкий, (совершенно) мал[н]ісінький, мал[н]ісечкий, мал[н]іосенький, мал[н]іосечкий, мал[н]ісінький, мал[н]іосіосенький, мал[н]іоній, мал[н]іонький, мал[н]іонечкий,

мал[н]ю́ський, малю́цький, мал[н]юсо́ський, дрібне́ський, дрібно́ній, дрібно́сенський, невеличе́нський, маціо́ній, маці́нський, маціо́[і]ненький маціо́[ьо]ний, маціо́у́сенський, маціо́у́сенський.

До біологічних та медичних термінів у деяких словниках подано латинські відповідники:

забудки рос. *Artemisia vulgaris* L. – забудьки, чорнобиль, нехворощ [10, с. 104];

берце, берцо, анат. *Crus* – гомілка, голінка, голянка [10, с. 16];

мирт, мірта, бот. *Myrtus communis* L. – мирт (-та), (*реже*) мірта (-ти) [11];

Перекладні словники за своєю суттю є навчальними, тому зазвичай передбачають подання більшої кількості граматичної інформації ніж інші типи словників. У сучасних перекладних словниках зазвичай дають коротку граматичну характеристику, яка полягає у наведенні вихідної форми заголовкового слова та вихідної і показової форми перекладного еквіваленту. Показова форма разом з вихідною дозволяє за необхідності відновити відповідну словозмінну парадигму. Для іменників російської та української мов – це форма родового відмінка однини, для прикметників – форми жіночого і середнього роду називного відмінка однини і множини, для дієслів – форми першої, другої особи однини і третьої особи множини [4, с. 57]. У більшості невеликих російсько-українських словників 20-х рр. граматичної інформації у словникових статтях немає. У словнику за ред. М. Йогансена, М. Наконечного, К. Німчинова, Б. Ткаченка (1926) зрідка поданий родовий відмінок однини іменників:

ветер – вітер (говорити на вітер) || **-терок** – віпрець; **легкий в-к** – легіт;

разв'язка – розв'язок, розв'язка;

разгар – розпал (-лу);

сухарь – сухар (ря).

У словнику за ред. Г. Сабалдира послідовно подано родовий відмінок однини іменників:

допризывник – допризывник, ка;

позиция – становище, ща; становисько, ка; позиція, ії;

расстание – розстання, ння; розлука, ки.

Більше граматичної інформації знаходимо у словнику за ред. О. Ізюмова (1926). Зокрема родовий відмінок однини іменників:

предприниматель – підприємець, -мця; **-ница** – підприємниця, -ці [6, с. 440];

советник – порадник, -ка; **-ница** – порадниця, -ці [6, с. 547];

туземец – тубілець, -льця; **-мка** – тубілка, -ки [6, с. 592];

Жіночий та середній рід однини прикметників:

людской – людський, а, е [6, с. 250];

магический – магічний, чарівничий, а, е [6, с. 251];

соболій – соболевий, а, е [6, с. 546];

Форми першої та другої особи однини дієслів:

дыбится (становиться дыбом) – дибитися, -блюся, -бшся [6, с. 144];

любоваться – милуватися, -лююся, -луєшся [6, с. 250];

обкуривать, обкурить – обкурювати, -рюю, -рюєш, обкурити, -рю, -риш [6, с. 316];

Особливої уваги заслуговує подання граматичної інформації у академічному російсько-українському словникові. Форми родового відмінка подані не до усіх іменників, крім того непослідовна форма її фіксації – подекуди є позначка “р.”, яка вказує на неї, подекуди немає:

абза́ц – абза́ц (р. -цу), у́ступ (р. -пу);

воск – віск (р. во́ску);

квасня – квасня;

квота – квота;

напряжё́нность – напру́женість (-ности);

Жіночий та середній рід однини прикметників не поданий:

за́речный – зарічний, тогочіний;

католи́ческий – католицький, латинський;

надстро́чный – надрядковий;

передро́глый – перемéрзлий.

Форми першої та другої особи однини дієслів подані зрідка:

делать, -ся – робіти, -ся; а отвле́ченнее – ді́я ти, -ся, проди́я ти, -ся, чини́ти, -ся; ви́робляти, -ся;

забира́ть, забра́ть – 1) забира́ти, забра́ти, (мног.) побра́ти, позабира́ти;

маха́ть, ма́хивать, махну́ть – 1) чем – маха́ти (-ха́ю, -ха́єш, -ха́є и ма́шеш, ма́ше), махну́ти, ма́яти, майну́ти, виха́ти, вихну́ти;

нажима́ть, нажа́ть – 1) (прижима́ть что) натиска́ти и на́тискувати, на́тисну́ти що и на що, ти́снути, поти́скувати, поти́сну́ти що и за що.

Система ремарок у більшості словників 20-х рр. ще не була достатньо опрацьована. У багатьох лексикографічних працях ремарки не винесені у окремий список, через те, що редакція вважала їх зрозумілими для читача без додаткових пояснень. Наприклад, у словнику за ред. М. Йогансена, М. Наконечного, К. Німчинова, Б. Ткаченка (1926) безпосередньо у словникових статтях використовуються ремарки, хоча у окремий список вони не винесені:

взбираться – ви́бирати́ся, бра́тися, видира́тися (сов. ви́браться), тут сов. – соверше́нный вид глагола [9, с. 27];

суфлер – суфле́р; (ирон.) – підбрéхач, тут ирон. – іронічно [9, с. 217];

плотность – 1) щільність; 2) (физическ., химическ., о населении) – гу́стість, тут физическ. – фі́зика, химическ. – хі́мія [9, с. 160].

Порівняно з іншими словниками якісно нову систему ремарок запропонував російсько-український академічний словник. У ньому використовується 239 ремарок, серед яких за класифікацією В. Дубічинського можна виділити граматичні, лексичні, семантичні та функціонально-стильові.

Отже, для перекладних російсько-українських словників характерна переважно проста, невелика мікроструктура, основними компонентами якої є заголовкова одиниця та перекладний еквівалент. Граматична інформація, ремарки та ілюстрації представлені у словникових статтях обмежено. Заголовкова одиниця представлена одним або кількома словами, а також сталими словосполученнями. Подекуди подається тлумачення заголовкового слова. Перекладні еквіваленти у більшості перекладних російсько-українських словників подані з синонімами, найбільші синонімічні ряди характерні для російсько-українського академічного

словника. Базова граматична інформація, а саме родовий відмінок іменників, форми жіночого і середнього роду називного відмінка прикметників, а також форми першої, другої особи однини і третьої особи множини дієслів подані лише у деяких словниках. Оскільки російсько-українські перекладні словники склали

найбільшу частину словникової продукції 20-х рр., подальші дослідження цього напрямку можуть бути пов'язані з вивченням їх впливу на написання словників інших типів, а також порівнянням мікроструктур перекладних словників різних мов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Берков В.П. Двухязычная лексикография: учебник / В. П. Берков. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Астрель: АСТ: Транзиткнига, 2004. 237 с.
2. Демська О.М. Вступ до лексикографії: навчальний посібник /О.М. Демська ; Національний університет "Києво-Могилянська академія". Київ : Києво-Могилянська академія, 2010. – 265, [1] с.
3. Демська-Кульчицька О. М. Лексикографія: між ремеслом і наукою / О. М. Демська-Кульчицька // Наук. зап. НаУКМА. Сер. Філол. науки. – 2008. – Т. 85. – С. 3-9.
4. Дубичинский В. В. Теоретическая и практическая лексикография / В. В. Дубичинский. – Вена; Харьков, 1998. – 156 с. – Библиогр.: с. 137-150 – рус.
5. Дубровський В. Словник українсько-московський /В. Дубровський. У Києві: Видавництво "Рідна мова", [1918]. 361 с.
6. Изюмов О. Російсько-український словник /О. Изюмов. – К. : Книгоспілка, 1926. – 660 с.
7. Лендау Сидні І. Словники :мистецтво та ремесло лексикографії /Сидні І. Лендау ; пер. з англ. Ольга Кочерга. [Київ]: К.І.С., [2012]. – 479 с..
8. Перебендя І. Російсько-український словник :зложений згідно з найкращими літературними і науковими джерелами: містить більше 18000 слів і виразів, з потрібними поясненнями для ділових, юридичних і літературних робіт /Ів. Перебендя. В Києві : Видання Ів. Самоненка, [1918?]. – 192 с.
9. Практичний російсько-український словник /М. Йогансен, М. Наконечний, К. Німчинов, Б. Ткаченко. [Київ] : Державне видавництво України, 1926. – 238 с.
10. Російсько-український словник :[в 2 т.] /С. Іваницький, Ф. Шумлянський. – Вінниця : Відділ Народної освіти Подільської Народної управи, 1918. – 2 т.
11. Російсько-український словник /гол. ред. А.Е. Кримський [та ін.]; Українська академія наук, Комісія для складання словника української живої мови. [Київ]: Червоний шлях, 1924.
12. Сабалдир Г. Практичний російсько-український словник /Григор Сабалдир. Київ : Видавниче товариство "Час", 1926. – 436 с.
13. Словник російсько-український :стилий огляд /П. і П. Терпило. Київ : Вид-во Юрія Тищенка, 1918. – 303 с.
14. Учебники и словари в системе средств обучения русскому языку как иностранному : сборник статей/ под редакцией В.В. Морковкина и Л.Б. Трушиной. Москва : "Русский язык", 1986, 203 с.
15. Żmigrodzki P. Wprowadzenie do leksykografii polskiej / Piotr Żmigrodzki. Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2009. 310 s., [1] k. tabl. złoż.

REFERENCES

1. Berkov V.P. Bilingual lexicography / V. P. Berkov. – 2-e izd., pererab. i dop. – M.: Astrel': AST: Tranzitkniga, 2004. 237 s.
2. Dems'ka O. M. An Introduction to Lexicography /O. M. Dems'ka ; Natsional'nyy universytet "Kyuevo-Mohylyans'ka akademiya". Kyuyiv : Kyuevo-Mohylyans'ka akademiya, 2010. – 265, [1] s.
3. Dems'ka-Kul'chyts'ka O. M. Lexicography: between Craft and Science/ O. M. Dems'ka-Kul'chyts'ka //Nauk. zap. NaUKMA. Ser. Filol. nauky. – 2008. – Т. 85. – S. 3-9.
4. Dubichinskij V. V. The Theoretical and Practical lexicography / V. V. Dubichinskij. – Vena; Har'kov, 1998. – 156 c. – Bibliogr.: s. 137-150 – rus.
5. Dubrovs'kyu V. The Moscow-Ukrainian Dictionary. Kyuyiv : Ridna mova, 1918.
6. Izyumov O. The Russian-Ukrainian Dictionary. K. : Knyhospilka, 1926.
7. Lendau S. I. Dictionaries: the Art and Craft of Lexicography /Sydni I. Lendau ; per. z anhl. Ol'ha Kocherha. [Kyuyiv]: K.I.S. [2012]. – 479 s.
8. Perebendya I. The Russian-Ukrainian Dictionary /Iv. Perebendya V Kyuyivi : Vydannya Iv. Samonenka, [1918?]. – 192 s.
9. Practical Russian-Ukrainian Dictionary . Ed. by M. Yohansen, M. Nakonechnyy, K. Nimchynov, B. Tkachenko. [Kyuyiv] : Derzhavne vydavnytstvo Ukrayiny, 1926.
10. The Russian-Ukrainian Dictionary. Ed by S. Ivanyts'kyu, F. Shumlyans'kyu. Vol. I–II. Vinnytsya : Viddil Narodnoyi osvity Podil's'koyi Narodnoyi upravu, 1918.
11. The Russian-Ukrainian Dictionary. Ed. by Ahatanhel Kryms'kyu. Ukrayins'ka akademiya nauk, Komisiya dlya skladannya slovnyka ukrayins'koyi zhyvoyi movy. Vol I. [Kyuyiv]: Chervonyy shlyakh, 1924.
12. Sabaldyr H. Practical Russian-Ukrainian Dictionary /H. Sabaldyr. Kyuyiv : Vydavnyche tovarystvo "Chas", 1926.– 436 s.
13. The Russian-Ukrainian Dictionary /P. i P. Terpylo. Kyuyiv : Vyd-vo Yuriya Tyshchenka, 1918. – 303 s.
14. Textbooks and dictionaries in the system of means of teaching Russian as a foreign language: collections of articles/ pod red. V.V. Morkovkina i L.B. Trushinoj. Moskva : "Russkij jazyk", 1986, 203 s.

Features of the entries of Russian-Ukrainian dictionaries of the 1920's.

O. M. Los

Abstract. The article describes the components of the microstructures of the Russian-Ukrainian dictionaries of the 1920s. Their features were analyzed, the common features and differences in the construction of the entries were established. Most of Russian-Ukrainian dictionaries of the 1920's had a small microstructure composed with a lemma and a translation equivalent. Synonyms, dictionary grammar, labels and illustrations were not used widely.

Keywords: Ukrainian language, dictionary, academic dictionary, translating dictionary, microstructure of a translating dictionary.

Особенности словарных статей переводных русско-украинских словарей 20-х гг.

O. M. Los

Аннотация. В статье описаны компоненты микроструктур переводных русско-украинских словарей 20-х гг. XX в. Проанализированы их особенности, установлены общие черты и отличия в построении. Для большинства русско-украинских словарей 20-х гг. характерно минимальное количество компонентов словарной статьи, а именно заглавное слово и переводной эквивалент. Синонимы, грамматическая информация, ремарки и иллюстрации представлены в таких словарях ограниченно.

Ключевые слова: украинский язык, академический словарь, переводной словарь, микроструктура переводного словаря.

Stereotyping of Muslims in the mass-media of Australia and New Zealand

D. Lytovchenko

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine
Corresponding author. E-mail: Daniil.lytovchenko@gmail.com

Paper received 27.10.17; Revised 02.11.17; Accepted for publication 05.11.17.

<https://doi.org/10.31174/SEND-PH2017-145V41-06>

Abstract. The article reviews the specific features of ethno-cultural stereotyping of Muslims in the printed media of Australia and New Zealand, investigates linguistic realization of positive and negative Muslim stereotypes, and analyzes linguistic and extra-linguistic means of ethno-cultural separation of Muslims by the representatives of Australian and New Zealand community.

Keywords: *stereotype, stereotyping, ethno-cultural stereotype, Muslim stereotypes Islam, bias, media discourse.*

Introduction. Throughout the latest decades with the help of the newest media, a new type of discourse appeared – media discourse, which unites different elements of different media communication types. However, despite the democratization of the current mass media, the process of constructing media discourse is influenced by the social hierarchy and governmental censorship while the subjects entering the process of communication are not devoid of the stereotypical vision of the world. Hence, stereotypes still remain one of the most important factors in the construction of media reality.

A stereotype is a certain fragment of the conceptual picture of the world, mental “picture,” a stable cultural national idea about an object, subject, or situation [3, p. 178]. A stereotype consists of the mental image and its verbal cover. A stereotype does not exist beyond context, and it appears during the moment of recognizing the model, which exists in the collective consciousness [4, p. 198]. Stereotypes as mental entities, which are responsible for the experience of the individual’s socializing, become an inter-textual category in the mass media discourse. This category connects the manifestations of mass culture, social traditions, and ideology into one whole space of media discourse [7, p. 106].

Among the existing types of stereotypes, ethnical stereotypes have acquired considerable expansion in the media environment. Since the ethnical stereotypes allow to simplify and place into certain categories and templates the social environment of a human being, this type of stereotypes is used by the media environment to depict “Foreign” and “Others” categories of population with different ethnical properties. The phenomenon of stereotypical depiction of Muslim ethnoses in the English language mass media has become extremely urgent nowadays.

Brief Review of publications on the topic. Numerous scientists such as Belova, A. D. [1], Katsbert T. L. [2], Orlova, O. G. [7], Levchenko O. P. [5], Sides, J., and Gross, K. [15] researched the creation and usage of ethno-stereotypes in discourse as a whole and in its media sub-type as well.

The nature for the appearance of ethno-stereotypes, their influence on the construction of the media environment reality, ways of linguistic representation of stereotypes – all of these constitute central issues of studying stereotyping. The studying of stereotypical depiction of Muslims in Australian and New Zealand publications is represented by a relatively small group of researches [9], contrary to the studies of Muslim stereotyping in the US mass media. Therefore, we consider it appropriate to look at this less

studied English language sphere of the world, because Australian and New Zealand media materials alike contain anti-Muslim stereotypes worth investigating.

The issue of Muslim stereotyping in the media environments of Australia and New Zealand has a number of specific traits in comparison with the similar processes in the European or North American mass media. The policy of these two countries concerning migration processes causes the presence of the relatively low numbers of refugees from the Muslim countries of the Near East (according to the data of the Migration Bureau, in 2015, every fifth Muslim refugee only received permission to relocate to Australia, and only every sixth one – to New Zealand). According to the official information, same rules of checking procedures are applied to Muslim migrants and other groups of migrants. However, the statistics of Australia’s Department of Employment shows that the permissions for employment are acquired more often by the Muslims for the Eastern Asian countries (Indonesia, Malaysia, Philippines) rather than migrants from the Near East [Australia & New Zealand Immigration Report]. Therefore, there is a tendency for prejudiced perception of Muslims, which leads to the creation of social stereotypes.

The urgency of the research is defined by the attention given to the phenomenon of ethnical stereotypes and their language design by the representatives of a wide range of disciplines (communicative linguistics, psycholinguistics, ethnolinguistics, discourse-analysis, linguocultural theory of language communication, and others, especially taking into account the current geopolitical situation.

The aim of the research is to analyze the peculiar functions of ethnic Muslim stereotypes in the media of Australia and New Zealand and to study the influence mechanisms on the public thought and the attitude of the common citizens towards the representatives of the Islamic world. As was the case in the previous researches, we used the material of regional publications in both Australia and New Zealand. They allow observing the overall picture of creation, usage, and reflection of the Muslim stereotypes in the media discourse of these countries “from inside out” since the regional press is characterized by the absence of clearly defined ethnical policies among different outlets as well as lack of their unified position regarding the Muslim population.

Materials and methods. The conscience of the modern person, their world-view and disposition are formed within the heterogeneous environment of discourse. Stereotypes as complicated linguo-mental entities, which accumulate social, psychological, and historical experiences of a

person, function within different types of discourse. Stereotypes are part of evaluative thoughts, which characterize a human being within a particular society, influence behavior and create certain clichés directed at world interpretation [1, p. 45]. They make up traditional forms of expressing certain meanings, which became standard; a stereotype exists within the consciousness as a stable sign [2, p. 9]. However, the stability of a stereotype as a sign does not imply its correctness or truthfulness, since the essence of stereotype is prejudice and not normal objective perception.

Each type of discourse uses the process of stereotyping, which influences the formation of world-view within a person, in a certain way and with the help of peculiar means. The message is constructed from the information, which is within the media discourse. The message has to be perceived by the general audience as truthful and influence the said audience in a particular way. Such an effect is achieved with the help of numerous repetitions of standardized verbal units, which leads to the creation of media stereotypes. [15, p. 585].

The basis of stereotypes creation in media discourse is comprised of social prejudices, which receive new meaning in a certain contextual or cultural surroundings [11, p. 436]. Ethnical stereotypes as evaluative judgments on the representatives of other ethnē, which are used by journalists, reflect the specificity of the modern self-consciousness of nations and ethnē, the ethnical picture of the world typical for the current political situation. Verbalized ethnical stereotypes explicitly and implicitly reflect their specificity in the form of connotative evaluation. The aim of the evident stereotypical perception in a language usually becomes the axiological negative "Foreign" which is distanced from the positive nature of "Native" [5, p. 42]. The national identity, which includes ethnical stereotypes, presupposes the realization of differences of non-foreign, own group from others and increases the feeling of belonging and sympathy towards one's own group [2, p. 7].

The real communication situation can differ from the accepted standards of ideas about a subject or object of stereotyping. However, if the process of intercultural communication transforms into the interaction of an individual (carrier of particular ideas) with the information source (for examples, mass media or other outlets), the process of stereotypical thinking is launched involuntarily, and it is difficult to control since a human being perceives the object of reality's reflection rather than the subject – a human being of a different culture.

The information in the various types of media is provided in such a way so as to influence the audience covertly and to create a message that would be perceived as truthful, normal, and implicit [8, p. 79]. The means of structuring the media message with the aim of influencing the audience through stereotypes include: presence of key word-stereotypes consistently spread across the text of the given article; usage of specific prejudiced vocabulary; high degree of creolizing and visualization of texts; saturation with graphic elements, means of expressiveness and amplification.

Media sources operate with the brightest stereotypical images in order to amplify the effect on the target audience, to change public opinion and impose the masses positive

or, more often, negative ideas about a certain focus-group. One of the most popular focus-groups, which are depicted with the help of stereotypes, consists of the representative from Muslim environment. The ways, in which Western cultures attempt to "get acquainted" with the Muslims and Islam, are mostly grounded on the cultural tendency of orientalism or orientology; historical perception of non-western cultures by Western cultures as foreign, different, other, far, obsolete, irrational, and passive [14]. Against the background of such an approach and the current geopolitical situation of the latest decades we encounter the prevalence of "traditional" and newly formed Muslim stereotypes, particularly in the English language media environment.

We reviewed the means of depicting Muslims by the American media in the article "Realization of ethno-cultural stereotyping of Muslims in the manipulative technologies of English language mass-media." Ideas of Muslims in the media discourse within the US mass media, as a rule, concentrated on the themes of terrorism and violence thus generating negative stereotypes on Muslims. After the 9/11 tragedy, the media environment is imposing the stereotypical image of Muslims on the audience as they are depicted more often as potential terrorists [12, p. 12]. Since such a depiction is connected to the policies of the US and the geopolitical situation, it is very difficult to fight such stereotypical anti-Muslim notions, because the public easily accepts stereotypes as only possible reality [6, p. 436]. However, not all publications occupy such a position of principle concerning the negative stereotyping of Muslims and Islam as a whole.

Results and their discussion. The media in Australia and New Zealand differ through their more balanced and aloof approach towards the coverage of Muslim issues in the mass media. It can be explain, first of all, by the geographical remoteness from the arena of primary geopolitical conflicts and terroristic acts, which are often connected to the Muslims. Secondly, the Muslim community of Australia and New Zealand is far from being homogeneous, for it consists of immigrants from Muslim countries of the Asian-Pacific region with few former dwellers of Europe and Near East. Another important factor is that throughout the last 25 years, neither Australia nor New Zealand experience terroristic acts on the basis of ethnic differentiation of society in comparison to Europe and USA, therefore, the attitude towards Muslim minorities does not bear extremist character.

Nonetheless, if one is to compare the attitude towards Muslims in Australia and New Zealand separately and in more detail, it is possible to observe considerable differences in the perception of this ethnic community and its coverage in the mass media. If one is to observe the treatment of Muslims in Australia and their depiction in the media materials, the tendency of non-tolerance towards Muslims from some of the representatives of Australian society is easily noticeable. This lack of tolerance can later transform into hostility or even extremism. On the lexical level, it is conveyed through rather restrained, neutral messages, which aim at the status of being objective information:

A MUSLIM family from the Upper Hunter has been the subject of threats and online abuse after a far-right anti-Islamic social media page posted clandestine photos of

them outside of their home <...> It was accompanied with the caption "Not wanted and not welcome. **Put your daughters inside.**" [The Herald, Newcastle AU, December 4, 2015].

It is clear that the author is trying to withdraw while describing the fact that Muslims, who are associated with the image of the "Foreign" or "Enemies" for the small part of the society, become the objects of persecution on the basis of ethnicity. The article lacks emotional elements of indignation concerning this unacceptable situation such as the threats to the people of Australia and their children. The newspaper cites a threatening sentence "Put your daughters inside," which creates a worrying impression with politely chosen words, which, if regarded outside this particular context, all belong to fully neutral vocabulary. In the context of the article, however, such vocabulary conjures negative imagery.

It is clear from the excerpt above that the usual citizens are not suffering from any Islamic threat in Australia, but the representatives of Muslim minorities are in actual danger of direct offences and threats simply due to sharing the same faith with Arab terrorists. We can observe in a different excerpt that some Muslims do not take such threats lightly:

"My wife is pretty cautious about where she goes and what she does <...> It's not an enjoyable feeling to **feel threatened in your own home.**" Mr. Mehtar said the Southern River Islamic mosque will swing open its doors on Saturday for the general public. "If there is something troubling you or on your mind and you feel that Muslims are **such and such, come and ask, come and meet us**" [Collie Mail AU, October 21, 2014].

Stereotypes regarding Muslims in this article are expressed euphemistically as the author and the interlocutor are reserved in their statements (*Muslims are such and such*). In the last sentence there is evident reiteration of vocabulary unites for the sake of amplifying the call of action and assurance that Muslims of Australia are open to a dialogue with those, who may treat them with animosity. The fact of threats is depicted with maximum politeness and reservation. The author re-thinks the known idiom "my home my castle" and notes that Muslims cannot even feel safe in their homes (*feel threatened in your own home*).

Examples provided above are taken from publications, which bear the reputation of objective press. Such examples are characterized not only by restraint and extremely tolerant vocabulary but also attempts to provide the information without bias or prejudice. If one is to consider the articles from "tabloids," meaning rather unknown publications with smaller circulation, mostly popular in more remote regions of Australia, the open distortion of facts (or their complete fabrication) with the aim of manipulating the readers and making them to perceive Muslims negative in congruency with existing social stereotypes becomes swiftly evident:

"...many of the **Aboriginal people** in northern Australia are being **targeted by Muslims** and in some cases are being **paid to convert to Islam** <...> Our concern with that is, the Muslim belief, that **converting the first peoples of the land to Islam means that the land belongs to Allah**, and Islam should be the only religion <...> What we don't support is **their hijacking of our laws and our system,**" she said [Katherine Times AU, August 30, 2013].

The message is structured in the following manner: the first sentence is the claim for sensation in the pieces of news, which is given to the readers. Australian aborigines are contrasted against Muslims, who arrived to the country recently and attempt to convert the aborigines to their faith by offering money. The development of events comes next – an absurd assumption that Australian land can become in such a way Islamic and would belong to Allah. In the culmination of the article, words of an "expert" are cited, who divides dwellers of the country into "Native" (*our laws and our system*) and "Foreign" (*their hijacking*), which creates the stereotype of a dishonest, perfidious Muslim, who tries to grab their land with whichever means necessary.

Apart from the tendency to radicalize the public thought concerning Muslims through imposing the stereotypes of "dishonest" Muslims, who should be justly punished, there are numerous publications with "rational" stereotypes regarding Muslims. Such a type of stereotypes presupposes the presence of the distanced focus-group "Foreign" (for examples, members of terroristic organizations – radical Muslims belonging to Muslim Brotherhood, ISIS, Al-Qaeda, and other terroristic groups), and, at the same time, empathize with the problems of the Muslim "peaceful" community in Australia:

Coptic Christians demonstrate in Sydney on Saturday against Egypt's Muslim Brotherhood. "We are gathered here to **oppose the crimes against the humanity** that have been **committed by the Muslim Brotherhood**, which has been largely ignored by Western leaders and by the mass media." [Collie Mail AU, August 24, 2013].

On the lexical level, the article features evident oppositions *Christian – Muslim, Muslim – Western*, which define the belonging to categories "Native" – "Foreign" and at the same time separate Australian Muslims from the crimes of the Egyptian Muslims. As far as the trigger concepts are concerned, the role of the trigger is performed by the phrase *Muslim Brotherhood*, which immediately conjures unpleasant associations and identification of Muslim-Arabs with terrorists. The same trigger is evident in the following excerpt from a New Zealand publication:

"<...> **al-Qaida militants** killed at least 28 people in an attack on a hotel and cafe popular with foreigners <...> in Burkina Faso, a largely **Muslim country** that had managed to avoid the kinds of **jihadi attacks** that have destabilized neighboring Mali since 2012. In a separate incident two Australian humanitarian workers were kidnapped by extremists in northern Burkina Faso" [New Zealand Herald, January 17, 2016].

The names of terroristic groups immediately launch the recognition mechanism in the consciousness of the reader and identify with the stable associations, which are also present in the text of the article to amplify the influence of the stereotype on the recipient: *al-Qaida – Muslim - attack - jihadist attacks – extremists - militants*. The similar associative series of words bear the character of stereotypical generalization, which concerns the perception of terroristic organizations' names by Australians and New Zealanders and subconsciously influences the construction of their mental image. Such associative word series are amplified by epithets, comparisons, metaphors, and other ways of expression:

<...> *Indonesia's militants have been seen as increasingly weak and fragmented. Their identification with the **Islamic State group in distant Syria** is an attempt to change those perceptions by linking to a **network known for brutal, headline-grabbing attacks*** [New Zealand Herald, January 15, 2016].

Another theme in the media discourse of Australia and New Zealand, which features the functioning of Muslim stereotypes, is the political component of the process of localizing Muslim communities in these two countries. The problem of distorted, stereotypical perception of Muslims in the world led to the willingness of Australian and New Zealand politicians to manipulate the consciousness of the electorate through "flirting" with the Muslim issue. In the United States, such a tendency usually results in calling to remove Muslims from the country, to localize them, but in the Australian region the image of a Muslim during the election period is turned into a stereotypical depiction of a human being, who has nowhere to go, who requires, help, commiseration and financial investments. Politicians, who are in opposition towards such a non-covert manipulation of the electorate, even created a name for this phenomenon – *muspandering*. The newly created stereotype functions in numerous speeches and denotes attention to the problems of Muslims, which becomes actively during the election periods only with the aim to increase the number of potential votes:

*Mr Robinson used Twitter to ask his followers if Australian politicians were guilty of "**muspandering**" in a similar way US politicians were guilty of pandering to Hispanics. In a series of tweets, Mr Robinson blasted politicians for pandering to Islam and not linking the religion directly to terrorism. One tweet also backed former PM Tony Abbott's recent calls for Islamic reforms and said state MPS were too lenient in their comments on Islam* [Redland City Bulletin AU, December 15, 2015].

The majority of the politicians are not shy to use "muspandering" and in their speeches combine concepts, which denote key values for the representatives of the Western world. In such a way, they level the negative stereotyping of Muslims and show them as welcome guests in Australia. Such speeches are filled with graphic elements, pretentiousness and histrionics:

*Opposition Leader Tony Abbott has used his first set speech on the campaign trail to appeal to western Sydney's Muslim community <...> "[Our] **multiculturalism** is a **beacon of hope to a troubled and divided world**," he said. "**People from all around the four corners of this earth** have come to this country of ours to be welcomed by us and to **build a better life in freedom**, for themselves and their children." [Augusta-Margaret River Mail AU, August 5, 2013].*

It is evident that the notion multiculturalism stands near the concept Muslim, which acquires normalized, rational meaning and is no longer associated with terrorism. Graphic elements (*beacon of hope to a troubled and divided world, from all around the four corners of this earth*) aim to confuse the audience with nice-sounding template phrases, which would help the speech maker to make a positive and intellectual impression.

New Zealand press when using Muslim stereotypes uses additional method, which was nowhere to be found in

Australian publications. The method is - letters from readers to editorial staff and their monologue in front of the imaginary audience regarding the problem, which was touched upon in the last issues of the newspaper. People openly use prejudiced knowledge about Muslims and Islam, which they consider true to a certainty:

Being born here in New Zealand to French parents, I must have a say in these horrible killings of innocent civilians by radical Muslims <...> they infiltrate and call Christians "infidels". Because of their fanatical religious beliefs, this conflict unfortunately will continue. It can happen anywhere in the world [Hawkes Bay Today NZ, January 25, 2016].

We observe yet again the presence of another opposition *Muslims – Christians*, however, the reader insists that the Muslims are treating the Christians as the "infidels" even though it is far from objective reality. We notice the distortion of facts through stereotypical ideas about Muslims. The style of the letter author differs from that of the newspaper author: the vocabulary is simpler and the graphic imagery is almost absent. The hidden subtext of the message is also nowhere to be found.

In the excerpts above and about to be presented below, the readers, who write letters to the editorial staff, stress on their right to voice their opinion and in such a way proclaim the active civil stance of New Zealanders (*I must have a say, I believe Gisborne people need to be informed*). It is necessary to keep in mind that such activity is explained through the desire to turn attention to oneself and one's own country, for we see in the next letter that due to New Zealand's geographic remoteness its dwellers perceive it as an isolated country, and the places of modern conflicts and political events as the centre of the world:

*I believe Gisborne people need to be informed about the issue of fundamentalist Islam <...> many Muslims aim to establish a caliphate worldwide <...> we need to know what Sharia law and fundamentalist Muslim beliefs involve. **Let not our isolation as a country be our downfall*** [The Gisborne Herald NZ, January 25, 2016].

Conclusions. In such a way, we found out that the formation and usage of Muslim stereotypes in Australian and New Zealand media environment has a number of peculiarities in comparison with the media discourse in the United States. Politicians use manipulative technologies to turn negative stereotypes into neutral and create the effect of empathy towards Muslim migrants with the help of uniting polar concepts. At the same time, there is evidence of insignificant displays of aggression and extremism directed at Muslims among the local population, mainly the members of radical organizations. A change of the stereotype's vector happens during the depiction of such situations in the mass media, and the Muslims appear not as enemies but as victims of violence and threats. A considerable number of media materials is aimed at rationalizing Muslim stereotypes: Australian Muslims enter the "Native" group while the "remote" Muslims of the Near East constitute the "Foreign," "Others" category. New Zealand publications, in comparison with the Australian ones, possess more peripheral traits, which leaves a mark on the delivery of information on Muslims and the usage of "usual" stereotypes.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белова А.Д. Лексична семантика і міжкультурні стереотипи / А.Д.Белова // Мовні і концептуальні картини світу. – К.: КНУ, 2002. – С. 43-54.
2. Кацберт Т.Л. Національні стереотипи в англо-німецьких відносинах: лінгвокультурний аспект: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / Кацберт Т.Л. – К., 2007. – 295 с.
3. Кузьменко О. Функціонування етнічних стереотипів в Інтернет-просторі: польсько-український контекст // О.Kuzmenko. - Rocznik Europejskiego Kolegium Polskich i Ukraińskich Uniwersytetow. Lublin: Wyd. UMCS, – 2010. – Т. 6. – С. 197-204.
4. Левченко О.П. Етнічні стереотипи у публіцистичному тексті // О.Levchenko. - Slowo. Tekst. Czas: Materiały Konferencji Naukowej. — Szczecin, 2001. — С. 41-43.
5. Литовченко Д. Етнокультурна стереотипізація мусульман у маніпулятивних технологіях англомовних мас-медіа // Д.Литовченко. - Мовні і концептуальні картини світу: Зб.наук.праць. КНУ ім.Т.Г.Шевченка: Вид. "Київський університет", 2015. – Вип. 1 (52). - С. 428-438.
6. Орлова О.Г. Стереотип в публіцистическом дискурсе // О.Орлова. - Вестник НГУ. Серия: История, филология. – 2012. – Том 11, выпуск 6. – С.104-109.
7. Силантьев И. В. Дискурс и жанр // И. Силантьев. - Вестн. Новосиб. гос. ун-та, Серия: История, филология. – Новосибирск, 2010. - Т. 9, вып. 6: Журналистика. - С. 78–84.
8. Akbarzadeh Sh. The Representation of Islam and Muslims in the Media // Monash University: School of Political and Social Inquiry. - November 2005. – 41 p.
9. Australia & New Zealand Immigration Report: [Е. ресурс]. Режим доступу: [http://www.border.gov.au/ReportsandPublications/Documents/discussion-papers/Migration-Programme 2015-16-Discussion-Paper.pdf](http://www.border.gov.au/ReportsandPublications/Documents/discussion-papers/Migration-Programme%202015-16-Discussion-Paper.pdf)
10. Levey, Geoffrey Brahm, and Modood, Tariq. The Muhammad Cartoons and Multicultural Democracies. - Ethnicities 9.3. – 2009. – P. 427-447.
11. Merskin, Debra L. Media, Minorities, and Meaning: a Critical Introduction. New York: Peter Lang, 2011. – P. 9-21.
12. Rane H., Ewart J., Abdala M. Islam and the Australian News Media: Melbourne University Press, 2010. – 259 p.
13. Shahzad, Ali. US print media and portrayal of Muslim world: A case study of Newsweek and Times (1991-2001). - Ph.D. Dissertation. - Multan: Bahauddin Zakariya University, 2009. <http://pr.hec.gov.pk/Thesis/465S.pdf>
14. Sides J., Gross K. Stereotypes of Muslims and Support of the War of Terror // The Journal of Politics. Volume 75. - Issue 03. - July 2013. – pp. 583-598.

REFERENCES

1. Belova, A. D. "Lexical semantics and inter-cultural stereotypes." *Linguistic and conceptual pictures of the world*. KNU Press, 2002. Print. Pp - 43-54.
2. Katsbert, T. L. National stereotypes in English-German relations: linguocultural aspect. Dissertation: 10.02.04. Kyiv, 2007. Print. P. – 295.
3. Kuzmenko, O. Functioning of ethnic stereotypes in the Internet environment: Polish-Ukrainian context. *European Collegium of Polish and Ukrainian Universities yearbook*, vol. 6. – Lublin: Wyd. UMCS, 2010. Print. Pp - 197-204.
4. Levchenko, O. P. Ethnic stereotypes in publicistic texts. *Word. Text. Time: Scientific Conference Material. — Szczecin, 2001. Print. Pp - 41-43.*
5. Lytovchenko, D. Ethnocultural stereotyping of Muslims in the manipulative technologies of English language mass media. – *Linguistic and conceptual pictures of the world*, issue 1 (52). Kyiv National University Press, 2015. Print. Pp - 428-438.
6. Orlova, O. G. Stereotype in publicistic discourse // *NSU Bulletin. Series: History, philology*, vol. 11, no. 6, 2012. Print. Pp - 104-109.
7. Sylantyev, I. V. Discourse and genre. *NSU Bulletin. Series: History, philology*, vol. 9, no. 6, 2010. Print. Pp – 78-84.

Стереотипізація мусульман в масмедіа Австралії і Нової Зеландії

Д. Литовченко

Анотація. В статті розглядаються особливості етнокультурної стереотипізації мусульман в друкованих виданнях Австралії і Нової Зеландії, досліджується лінгвістичне оформлення позитивних і негативних стереотипів, зображують мусульман, досліджуються лінгвістичні і екстралінгвістичні засоби етнокультурного відділення мусульман представителів австралійського і новозеландського медіапространства.

Ключевые слова: стереотип, стереотипізація, етнокультурний стереотип, антимусульманські стереотипи, Іслам, передубеждения, медіадискурс.

Формування перекладацької компетенції у сучасному глобалізованому суспільстві

В. Ф. Муратова

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

*Corresponding author. E-mail: velariya1804@gmail.com

Paper received 02.11.17; Revised 06.11.17; Accepted for publication 08.11.17.

<https://doi.org/10.31174/SEND-PH2017-145V41-07>

Анотація. У статті аналізуються сучасні теоретичні засади формування перекладацької компетенції. Перекладач у своїй професійній діяльності має справу з текстами, які відносяться до різних сфер суспільного життя. Лексика, синтаксичні конструкції або граматичні форми нейтральні або тяжіють до певних функціональних стилів. Навчитися їх розрізняти та проводити всебічний аналіз є одним з головних завдань, що постає перед студентами-перекладачами. Проте, перекладацька компетенція включає в себе не тільки мовну та галузеву компетенції. У статті розглядаються теоретичні підходи аналізу перекладацької компетенції, уточнюються її визначення у межах сучасної глобалізації суспільства та інтеркультурної комунікації.

Ключові слова: перекладацька компетенція, концептуальний переклад, мовна картина світу, глобалізація, фахова підготовка перекладачів, інтеркультурна комунікація.

Вступ. Відомо, що переклад є виявом двомовної комунікації. Між оригіналом та готовим перекладом знаходиться посередник – перекладач. Разом із об'єктивними факторами такими як подібність й відмінність мовних систем, вагому роль при перекладі відіграють суб'єктивні фактори: ерудиція перекладача й глибина володіння обома мовами.

Мова пов'язана з мисленням та є водночас засобом вираження дійсності, яка сприймається через свідомість. Ця дійсність в основних закономірностях спільна для всіх мешканців нашого світу. Через це можна говорити про глобальні особливості функціонування мови у дійсності. Проте умови існування, умови трудової діяльності конкретного народу різняться, що зумовлено історичними та соціо-культурними аспектами. Доречним є виділити поняття «мовна картина світу», яке охоплює зазначені особливості у складній мовній та культурній системі.

Компетенція перекладача залежить від його можливості розпізнати ці нюанси дійсності окремого соціуму та втілити у мові перекладу.

Стислий огляд публікацій з теми. Вагоме місце серед публікацій й досліджень проблеми «перекладацької компетенції» займає робота Г.Турі, який зосередив увагу на тлумаченні перекладу як факту культури, що обумовлюється цією культурою і функціонує в її межах. Переклад, зорієнтований на мету (ціль) стає теоретичною основою [10, с. 135]. Майже водночас із розвідками Г.Турі проблемою перекладацької компетенції займаються німецькомовні дослідники – К.Райс та Г.Вермеєр, які започаткували теорію скопосу (*Skopostheorie*) [11]. Згідно цієї теорії, переклад – це створення цільового тексту, який розрахований на певну аудиторію. Скопос-теорія зосереджує головну увагу на новому баченні взаємозв'язків між оригіналом та перекладом. Оскільки головним у більшості текстів є відтворення змісту, а не збереження форми, концептуальний переклад набуває провідної ролі у діяльності перекладача. При цьому, скопос (мета) перекладеного тексту може мати розбіжності з оригіналом, тоді можна говорити про адекватний переклад, який транслятор створює із урахуванням власної компетенції та фахової підготовки.

Серед вітчизняних дослідників концептуального перекладу й водночас проблеми перекладацької компете-

нції провідне місце посідає Науменко А.М., який зазначає, що «*потрібний зовсім інший підхід до перекладу: філософський, плюралістичний, концептуальний, національно забарвлений, тобто макропереклад, щоб передати не форму, не зміст, не враження і т.ін., а прагматику оригіналу, тобто задум творця, його концепцію*» [3, с. 124]. Такий прагматичний підхід до перекладу набуває широкого поширення серед сучасних дослідників тексту, а також обумовлює специфіку підготовки майбутніх перекладачів.

При визначенні компетенції необхідно брати до уваги той факт, що професійні знання перекладача є складними, неоднорідними й приблизними, оскільки неможливо мати обізнаність в усіх галузях, де необхідно здійснювати переклад [7, с. 3–18]. Найчастіше професійний перекладач спеціалізується лише на двох, трьох сферах перекладу, наприклад, офіційно-діловий та апостиль, або науково-технічний. Що стосується перекладу художнього тексту, потрібно зазначити необхідність творчого підходу до відтворення літературних текстів, що значно розширює й ускладнює поняття «перекладацької компетенції».

До складнощів, пов'язаних з перекладом художнього тексту можна віднести багатий, різноманітний лексикон. Якщо лексика наукової, офіційно-ділової, розмовної мови відносно обмежена тематично і стилістично, то лексика художнього стилю є принципово необмеженою. Тут можуть використовуватися засоби інших стилів – терміни, офіційні вирази, розмовні слова і звороти, публіцистику. Звісно, що всі ці різноманітні засоби підлягають естетичній трансформації, виконують певні художні завдання, використовуються у своєрідних комбінаціях. Однак принципових заборон стосовно використання лексики не існує. Вибір автором лексичних одиниць у художньому тексті залежить від декількох факторів. Найважливішими можна вважати такі три: властивості позамовної дійсності, специфіку структури мови та ставлення автора до об'єктів навколишньої дійсності [1].

Поворознюк Р.В. зазначає, що перекладацька компетенція є багаторівневою структурою, але дослідники однозначно погоджуються лише щодо трьох складових комунікативна компетенція галузева компетенція та дослідницька компетенція [4, с. 94]. На наш погляд, саме комунікативна компетенція залишається, по-

декуди, поза увагою при підготовці майбутніх перекладачів. Студенти, вивчаючи моделі й типи перекладу, особливості відтворення різних функціональних стилів або аспектів усного та письмового перекладу, не враховують необхідність обізнаності у психології, комунікації, ораторському мистецтві чи дипломатії.

Шупта О.В. підкреслює збільшення обсягу і диверсифікації вимог до перекладу як професійної діяльності, що призводить до зміни ринку перекладацьких послуг. Змінюються традиційні уявлення про перекладацьку діяльність, ускладнюється професійна модель перекладача, з'являються нові перекладацькі спеціальності: переклад супровід (гід-перекладач), переклад фільмів, відеоконференції, перекладач-укладач технічної документації, субтитрів, перекладач реклами тощо [6]. В свою чергу, процеси європейської інтеграції, які охоплюють практично всі сфери нашого суспільства, мають відповідні прояви і в системі освіти. Україна чітко визначила орієнтир на входження в освітній і науковий простір Європи, що вимагає модернізації освітньої діяльності в контексті підготовки майбутніх перекладачів.

Інтеграція і глобалізація – актуальні теми як у політичних колах, так і серед фахівців-вчених і громадськості. Процеси глобалізації істотно впливають на зміст і темпи формування нових типів відносин у сучасному суспільстві і фахівців нового покоління. Від «нової» людини потрібні мобільність і здатність адаптуватися до жорстких умов життя, змін структури і змісту професії, культурного середовища.

Ізмайлова І.Г. підкреслює, що світова тенденція до глобалізації у сфері перекладацького бізнесу вже призвела до виникнення за кордоном великих міжнародних перекладацьких агентств, які діють на транснаціональному рівні. Менеджмент таких агентств, як правило, робить ставку на професійну рекламу, оперує значними інвестиційними ресурсами для забезпечення високого технічного й технологічного рівня, залучає фахівців з електронної обробки даних, вебдизайнерів, комп'ютерних графіків, літературних редакторів, коректорів і т.д. Характерними рисами розвитку перекладацького бізнесу в міжнародному масштабі є спеціалізація, інтернаціоналізація і комп'ютеризація [2, с. 2].

На думку Фурс Т.І., сучасні соціальні зрушення безперечно впливають на формування освітніх стандартів України. Для конкурентоспроможності випускників на українському та міжнародному ринках праці доцільним є застосування комплексного підходу у вищій освіті [5, с. 236].

Мета статті є здійснення теоретичного аналізу проблеми формування перекладацької компетенції у сучасному глобалізованому суспільстві, де межі між народами поступово стираються, а потреба якісного перекладу набуває актуальності та попиту.

Матеріали та методи. За Сандріні П. перекладацька компетенція розглядається як синтез навичок, що забезпечують процес перекладу і виходить за рамки загального спілкування. Мовна компетенція тлумачиться як передумова для перекладацької підготовки [8, с. 55].

Необхідним вважаємо визначити етапи та стратегії перекладу, які зумовлюють методи відтворення вихідного тексту.

Серед основних етапів можна виділити: оцінку та

вирішення труднощів перекладу; аргументованість обраних методів та прийомів перекладу; перевірку та редагування перекладу; оцінка перекладу за стандартами якості [9]. Зазначені етапи формують чітке уявлення щодо необхідної перекладацької кваліфікації, сприяють кращому розумінню освітніх стандартів та необхідності їх уточнення чи подальших змін.

Динаміка розвитку перекладу включає в себе швидке розповсюдження електронних пристроїв та допоміжних засобів перекладу. Бурхливий розвиток техніки означає не тільки зміни у повсякденному житті, але і у перекладацькій діяльності. Стосовно цифрового розвитку, який ми переживаємо в даний час, можна говорити про прагматичні зміни у суспільній свідомості.

Важливу роль як на етапі попереднього перекладацького аналізу так і в процесі самого перекладу відіграє контекст, що перекладається, тобто перекладач має усвідомити фрагмент реальності, якій відображується в тексті, а також відтворити його в широкому лінгвокультурному просторі.

На доказ цього, наведемо декілька прикладів з німецької мови, де контекст впливає на результат перекладу:

Die Firma *stellte* einen neuen Mitarbeiter *ein*.

Der Mechaniker *stellte* den Vergaser *ein*.

Die Gäste *stellten* das Rauchen *ein*.

Ich *stelle* mich auf Schwierigkeiten *ein*.

Дієслова *einstellen* у кожному із наведених прикладів має різне значення: наймати на роботу, налагоджувати роботу технічного приладу, припинити щось робити та пристосовуватися до чогось. Відповідно, що у кожному окремому випадку перекладач повинен розрізняти нюанси значення, та адекватно відтворювати оригінал.

Наступні речення з німецьким дієсловом *hängen* також доводять правомірність всебічного аналізу оригіналу та попереднього аналізу тексту перед перекладом:

Hängt das Modem am Computer? Ich kann meine E-mails nicht lesen.

Vergiss deinen Schal nicht. Er *hängt* am Computer.

Er *hängt* sehr an seiner Mutter.

Чи *підключений* модем до комп'ютера? Я не можу прочитати електронні листи.

Не забудь свій шарф. Він *висить* на комп'ютері.

Він дуже *прив'язаний* до своєї матері.

Як бачимо з наведених прикладів, багатозначність дієслова *hängen* зумовлена його конотаційними значеннями та в кожному окремому реченні дієслово відтворюється по-різному.

Результати та їх обговорення. Основним результатом аналізу теоретичних засад вивчення перекладацької компетенції можна вважати необхідність подальшого удосконалення існуючих освітніх програм, стандартів до тлумачення фахової підготовки майбутніх перекладачів. Вартим уваги є новий прагматичний підхід до перекладу, урахування потреб сучасного суспільства у необхідності формування інтеркультурної комунікації перекладачів.

Висновки. Підсумовуючи теоретичні розвідки з проблеми перекладацької компетенції, можна виділити наступні положення:

1. Компетенція перекладача – складна система навичок, що охоплює мовну, культурну, фахову та прагма-

тичну компетенції і впливає на результат перекладу.

2. Сучасні підходи до тлумачення поняття «перекладацької компетенції» зосереджені на модернізації системи освіти, оскільки у більшості навчальних закладах вивчають саме мову, а не переклад. Тому доречним є новий комплексний підхід до підготовки майбутніх

фахівців з урахуванням новітніх досягнень інформаційних технологій.

3. Перспективним вбачаємо подальше дослідження компетенції перекладача у межах концептуального перекладу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вопросы грамматики и стилистики немецкого языка / Ред. Коллегия: Л.Г.Фридман и др. – Ставрополь : Мир, 1972, 224 с.
2. Измайлова И.Г. До питання про формування професійної компетенції у студентів спеціальності «Переклад» у сучасних умовах, 2008. Режим доступу: http://www.vmurol.com.ua/upload/Naukovo_doslidna%20robo-ta/Elektronni_vidannya/Act_problemi/2008/2/36.pdf (30.10.17), С. 1-13.
3. Науменко А. М. Концептуальний переклад як поняття і як термін // Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Сер. : Філологічні науки. – 2014, Кн. 3., С. 123-130.
4. Поворозніук Р. В. Перекладацька компетенція й відтворення медичних текстів. – Режим доступу: http://philology.knu.ua/files/library/movni_i_konceptualni/53/12.pdf (30.10.17), С. 91-105.
5. Фурс Т.І. Місце перекладацької компетентності у процесі професійного становлення майбутнього вчителя іноземних мов // Вісник Чернігівського національного університету імені Т.Г. Шевченка, 2015, № 124, С. 234-237.
6. Шупта О.В. Формування перекладацької лінгвістичної компетенції. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/2._SND_2007/Pedagogica/19428.doc.htm (30.10.17).
7. Neubert, A. Competence in Language, in Languages, and in Translation // C. Schäffner, B. Adab (eds.) Developing Translation Competence. – Amsterdam: John Benjamins, 2000, P. 3–18.
8. Sandrini, P. Die Rolle des Übersetzers im mehrsprachigen Umfeld. Zum Berufsprofil des Übersetzers im multikulturellen Umfeld am Beispiel Südtirols – <http://www.petersandrini.net/publik/rolle.pdf> (30.10.17), S. 54-57.
9. Seresová, K. Übersetzerkompetenzen. Beispiel zur Entwicklung der Textanalyse-Kompetenz. <http://www.iik.de/sites/default/files/publikationen/uebersetzer.pdf> (30.10.17).
10. Toury, G. The Notion of 'Assumed Translation' - An Invitation to a New Discussion: H. Bloemen, E. Hertog & W. Segers, Antwerpen/Harmelen: Fantom, 1995, P. 135-147.
11. Reiß, Katharina/Vermeer, Hans J. Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie. Tübingen: Niemeyer, 1991, 245p.

REFERENCES

1. On Grammar and Stylistics of German / Ed.: L.G. Friedman, others. – Stavropol : Mir, 1972, 224p.
2. Ismailova I.G. On Forming Professional Translator's Competence Among the Students of Interpreting in Modern Conditions, 2008. Access: http://www.vmurol.com.ua/upload/Naukovo_doslidna%20robo-ta/Elektronni_vidannya/Act_problemi/2008/2/36.pdf (10.30.17), P. 1-13.
3. Naumenko A.M. Conceptual Translation as a Notion and a Term // Research Notes [Nizhinsky State University of M. Gogol]. Philological Studies. – 2014, vol. 3, p. 123-130.
4. Povorozniuk R.V. Translator's Competence and Recreating Medical Texts. – Access: http://philology.knu.ua/files/library/movni_i_konceptualni/53/12.pdf (10.30.17), P. 91-105.
5. Furs T.I. Place of Translator's Competence in The Process of Professional Formation of a Foreign Language Teacher // Chernihiv National University of T.H. Shevchenko, 2015, №124, P. 234-237.
6. Shupta O.V. Forming Translator's Language Competence. Access: http://www.rusnauka.com/2._SND_2007/Pedagogica/19428.doc.htm (10.30.17).

Forming Translator's Competence in The Modern Globalized Society

V. F. Muratova

Abstract. The article analyzes modern theoretical principles of forming translator's competence. A translator as a professional unit deals with texts from various fields of social life. Vocabulary, syntax or grammar forms are either neutral or corresponding to certain functional styles. One of the main goals set for the students of Interpreting is to learn how to tell one style from another and provide a comprehensive analysis. However, a translator's competence is not only linguistics and knowledge in the given field. The article analyzes theoretical approaches towards translator's competence, gives it a new definition considering modern level of intercultural communication and globalization of society.

Keywords: translator's competence, conceptual translation, language map of the world, globalization, professional preparation of translators, intercultural communication.

Формирование компетенции переводчика в современном глобализованном обществе

В. Ф. Муратова

Аннотация. В статье анализируются современные теоретические основы формирования переводческой компетенции. Переводчик в своей профессиональной деятельности имеет дело с текстами, которые относятся к различным сферам общественной жизни. Лексика, синтаксические конструкции или грамматические формы нейтральные или тяготеют к определенным функциональным стилям. Научиться их различать и проводить всесторонний анализ является одной из главных задач, которая стоит перед студентами-переводчиками. Однако переводческая компетенция включает в себя не только языковую и отраслевую компетенцию. В статье рассматриваются теоретические подходы анализа переводческой компетенции, уточняется ее определения в пределах современной глобализации общества и интеркультурной коммуникации.

Ключевые слова: переводческая компетенция, концептуальный перевод, языковая картина мира, глобализация, профессиональная подготовка переводчиков, интеркультурная коммуникация.

Deviations of phraseological units in individually-author's picture of the world

N. D. Nehrych

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University
Corresponding author. E-mail: natalia.negrych@gmail.com

Paper received 28.10.17; Revised 02.11.17; Accepted for publication 05.11.17.

<https://doi.org/10.31174/SEND-PH2017-145V41-08>

Abstract. The paper is focused on idioms of English language in individually-author's picture of the world in the novels of British writer of postmodern literature Jasper Fforde. Language world picture reflects and interprets reality by way of language means and phraseological units take an important place among them. Author's consciousness is inevitably connected with individually-author's picture of the world. Individually-author's picture of the world is a fragment of language world picture in the light of author's outlook, worldview and perception of the world.

Keywords: *Idiom, phraseological unit, individually-author's picture of the world, language world picture, transformation, postmodern literature.*

Formation of a research problem and its significance.

Phraseological units are quite complex linguistic configurations. They are an important part of the colloquial language. Even if people are not aware of it, phraseologisms are used very frequently in everyday speech and very often, when people have a conversation, they can be used without noticing them. Such phrases range on a scale from the less complex to phrases which might be regarded as proverbs rather than phraseological units or idioms. What they all have in common, is that their meanings are not deducible from the ordinary meanings of their components by the usual rules of compositional semantics. These constructions may change their conventional appearance: parts of their conventional formal and semantic substructures can be highlighted with others changing or fading away. Such exploitations happen and are very noticeable in text, but they are not the dominant type. **Analysis of the research into this problem.** For this reason idiomatic expressions have been object of several studies among linguists for the last decades: H. Burger et. al (1982), H. Burger (1998a), R. Moon (1998), D. Dobrovolskij, E. Piirainen (2001), M. Everaert (2005), A. Langlotz (2007), P. Skandera (2007), A. Sabban (1998) and others.

The goal and the specific tasks of the article. The aim of the article is to identify types of phraseological variation in postmodernist discourse of Jasper Fforde's novels. We're going to use terms phraseological unit (PU), idiom or idiomatic expression defining them like most linguists do: polylexemic expression whose meaning cannot be deduced from the meaning of its parts.

Statement regarding the basic material of the research and the justification of the results obtained. Recent years has seen rising interest in postmodernist literature, fiction of Postmodern in particular as a kind of contemporary fiction. Fiction in the 21st century, it might be argued, exists at a time when everything has already been said, written, invented, discussed, destroyed and reconstructed again – in the aftermath of modernism and the subsequent reconsideration of its experiments within postmodernism. Interest in the how (the telling, the process of narration), rather than the what (the story itself), is one of the general symptoms of this era [2]. Newness was the leading value of literary modernism, whereas postmodern literature obsessively revisits and re-reads its own past. Narrative self-consciousness has always been a feature of the novel, but it has become more so in contemporary literature. This could either be a reflection of a wider cultural self-consciousness which can be pointed to in film, architecture, fashion and the TV game show or it could be a more specific response to developments in the theory of

language and literature which make it more difficult to write a novel that does not reflect on its own role in the construction of reality [4]. English works of Postmodern are rhizomatic texts that have no center and are nonlinear form of postmodernist writings, nonlinear model of literature that destroys any hierarchy and order. Genre models of such works create special conditions for various versions of text reading. Rejecting early specified direction of reading, in particular, facilitates overcoming of contradictions between linearity of writing and nonlinearity of thinking [1]. Jasper Fforde, as British novelist writing in the field of postmodern literature characterized by heavy reliance on techniques like fragmentation, paradox, and questionable narrators, with the novels which we here dealt with *The Eyre Affair* (2002), *Lost in a Good Book* (2003), *The Well of Lost Plots* (2004), *Something Rotten* (2005), *First Among Sequels* (2007), *One of Our Thursdays is Missing* (2011), *The Woman Who Died a Lot* (2012) represents symbiosis of alternative history and comic fantasy. As an author of postmodernist literature J. Fforde employs two basic plot devices. One is the "Alternative Universe" scenario. The other is that the world of fiction and the real world ("outland") run into each other.

Idioms are pervasive in all styles of language use. That is why one might assert that in literature of postmodernist period which is characterized by its originality as well as in novels of such imaginative postmodernist author as J. Fforde idioms might appear not only in dictionary forms but deviate from them considerably. Linguists notice that there are hardly any types of variation of an idiomatic expression, which would not be feasible given an appropriate context [3]. For purposes of analysis it is essential not only to have a clear idea of the concept of the phraseological unit (PU) or idiom (we use both terms) as a separate entity, but also to establish terms for denoting various types of form of the PU and to reflect their meaning and function. A. Naciscione proposes the term *the base form* in the English language to indicate the form of the PU to which other forms of the PU can be related and with which they can be compared [7]. In practice, the base form is the dictionary form and meaning, recorded as the head phrase. In its base form the PU is a static out-of-context formation which does not depend on discourse. Syntactically the base form never exceeds the boundaries of one sentence. Some PUs constitute a full sentence, including compound or complex sentences, but they never go beyond the limits of a sentence in their base form or core use. In text, PUs often appear in their standard form and meaning. A. Naciscione introduces the term *core use* to denote the basic, most common, essential form and meaning which is the in-

variable of the PU available to a language user. In many ways core use resembles the base form. We exploit the base form which is the dictionary form to distinguish PUs with deviations. In linguistic literature very often terms transformation and variation are used to denote the same thing. To categorize the idioms with variations we use the taxonomy offered by R. Moon [6]. The linguist represents Transformation Grammar view and distinguishes *transformations* of PUs and *lexical variation*. Here we consider only lexical and semantic deviations which are called lexical variation according to the abovementioned linguist. The linguist asserts that numbers of PUs can take lexical variations in comparison with their base form. Except that, some PUs are more fixed than others, and some, for example, *to take place* and *at all*, do not vary at all; however variation is very widespread [6, p.120]. Verb variation is the commonest type and points clearly to instability in the forms of PUs, however, it is not a uniform phenomenon. While in many cases the meaning of the whole is barely affected by variation, other variations reflect important syntactico-semantic distinctions. [6, p.124]. The following examples show verb variation without change in meaning. Register difference is sometimes possible though. In some cases the verbs which alternate each other reflect hyponym distinction.

(1) *to cook someone's goose* → to do something that spoils someone's plans and prevents them from succeeding [11]:
 "The position I had in mind would require a NUT-2, but we could probably make an exception."

"Ah," I replied, surprised yet somewhat relieved that Phoebe Smalls had also overcooked the goose in the insanity department. "Has the entry requirement been changed since Victor was heading up the department?" [Fforde, 2012].

The alternating verbs may not be synonymous in other contexts.

(2) *to give somebody/something the green light* → to give permission for someone to do something or for something to happen [8]:

"... I want Iago in my office in ten minutes."

"He's doing that spinoff with Hamlet," said Mr. Fainset from across the room.

"Iago v. Hamlet? They got the green light for that?"

"Shylock bankrolled their appeal and got Portia to represent them..." [Fforde, 2011].

The copula *to be* alternates with other verbs, however inverse cases occur when a verb is alternated by *to be*.

(3) *to be in (a bit of) a jam* → to be in a difficult situation [10].

Although we never really saw eye to eye with the local police force when we were SpecOps, we always used to help them out if they got into a jam, and the young ones never forgot it. Hard not to, really, when some lunatic plucks you from the jaws of a werewolf or something [Fforde, 2007].

The linguist asserts herself that, "in most of such cases the PUs are better analyzed as adjectival groups or adjuncts" [6, p.125]. The cases of varying nouns are broadly synonymous:

(4) *as luck would have it* → by good or bad luck [8]:

Apart from one other person I had the breakfast room all to myself. As fate would have it, that one other person was Colonel Phelps [Fforde, 2002].

Quite often the variation may take the form of singular or plural forms of the same noun or male or female noun equivalents:

(5) *to have more than one string to one's bow* → have another interest or skill that you can use if your main one can't be used [11]:

"That's your best advice? Perjure myself?"

Snell coughed politely.

"The astute lawyer has many strings to his bow, Miss Next. They've got Mrs. Fairfax and Grace Poole to testify against you. It doesn't look great, but no case is lost until it's lost. He said I couldn't get Henry V off the war crimes rap when he ordered the French POWs murdered, but I managed it - ... [Fforde, 2003].

Variant nouns sometimes reflect either general or specific distinctions as well as their variation may be represented with a hyponym or meronym:

(6) *to catch someone's eye* → to establish eye contact with someone [10]:

His voice sounded the same. The warmth and sensitivity I had once known so well were still there. I looked up at him, caught his gaze and looked away quickly. I had felt my eyes moisten [Fforde, 2002].

There are many cases where the nouns are not synonymous outside the PU and may even belong to different semantic fields:

(7) *quicker than you can say Jack Robinson* → almost immediately [11]:

"I don't often take apprentices," she carried on, disregarding me completely, "but they were going to allocate you to the Red Queen... Half of all she says is nonsense and the other half is irrelevant. Mrs. Nakajima recommended you most highly, but she has been wrong before; cause any trouble and I'll bounce you out of Jurisdiction quicker than you can say ketchup. How are you at tying shoelaces?" [Fforde, 2003].

In metaphorical PUs the nouns often appear to be the focus of the metaphor. In such cases variations do not have changed meanings but mental images of the metaphor may differ considerably. The distinctions are therefore greater than those between many verb variations.

Adjective and modifier variation. As well as in previous cases adjective variation is broadly synonymous.

Sometimes alternated adjectives may have quite different meanings in other PUs or collocations.

(8) *to catch somebody red-handed* → to discover someone doing something illegal or wrong [11]:

"We've been following Byron2 for a month, but he's smart. None of the forged scraps of 'Heaven and Earth' can be traced back to him."

"Wiretap?"

"We tried, but the judge said that even though Byron2's surgery to make his footclubbed in an attempt to emulate his hero was undeniably strange, and then getting his half-sister pregnant was plainly disgusting, those acts only showed a fevered Byronic mind, and not necessarily one of intent to forge. We have to catch himinky-fingered, but at the moment he's off on a tour of the Mediterranean. We're going to attempt to get a search warrant while he's away" [Fforde, 2003].

Particle variation. Variation of a prepositional or adverbial particle involves no apparent shift in meaning because the variations *from/out of* and *round/around* are entirely conventional. Other variations, however, may reflect a shift in focus.

(9) *in the back of someone's mind* → remembered by someone, but not very important [11]:

If I had understood it correctly, the asteroid wouldn't hit if we didn't think it would. The trouble was, we thought very much that it would. ... I pushed these thoughts to the back of my mind and headed toward the stage, where I could see

Landen standing at the side with Tuesday, chewing her nails [Fforde, 2012].

In linguistic literature conjunction variation is mentioned but this type of variation is not characteristic for J. Fforde's phraseological deviations as well as for his individually-author's picture of the world. It should be mentioned that there are cases of PUs where the variation consists broadly of some inserted or suppressed material. Such variations are called specificity and amplification [6]. One version is simply a fuller version of the other, adding emphasis or precision. It should be mentioned that variations which are fixed in dictionaries are mentioned here. The extra data in most cases is adjectival or adverbial. Occasionally there is catenated verb or expanded or augmented nominal group.

(10) *to stop (dead) in your tracks* → to suddenly stop moving or doing something [11]:

The manager punched in a long series of numbers, and then Friday punched an even longer series of numbers. There was a shift in the light to a greeny blue, the manager and all the customers stopped dead in their tracks as time ground to a halt, and a faint buzz replaced the happy murmur of shoppers [Fforde, 2007].

Truncation. Amplification and truncation are two sides of the same coin, but in the majority of cases, are attested as original forms. Many are traditional proverbs and sayings, downgraded from their canonical forms to lower-level grammatical units – a compound sentence to a single clause or a clause to a group. Quite often the reduced forms can be seen in terms of ellipsis, since in many cases an allusion to the original and fuller form remains. In most cases the truncated forms themselves have variations but sometimes the original fuller form has almost disappeared from the lexicon.

(11) *to think twice before doing something* → to consider carefully whether one should do something [11]:

There was a strange and pregnant pause. The danger was real and very clear, and even seasoned PROs like Bradshaw and Havisham were thinking twice about entering Perkins' lab [Fforde, 2004].

Reversals. Phraseological reversals are not characteristic for J. Fforde's phraseological deviations as well as for his individually-author's picture of the world. This type of variation has no meaning distinction here.

(12) *in the right place at the right time* → in the best position to take advantage of an opportunity [9]:

"Then," replied my father, "we will have to outsmart them! They will expect us to arrive at the right time and the right place – but we won't. We'll arrive at the right place but at the wrong time, then simply wait. Worth a try, wouldn't you say?" I smiled. "Definitely!" [Fforde, 2003].

Register variation Variations often reflect distinctions in formality. In this type of variation variant words, more or less synonymous in general meaning, belong to different registers but the first variation is more formal than the second.

(13) *to be no bed of roses* → to be difficult or unpleasant [9]:

"If promising meant killing you," I replied in an exasperated tone, "I wouldn't have gone along with it!"

"SpecOps-17 work ain't no bed of roses, Thursday. I've had enough, and believe me, having this little nurk coiled up in my head is not as easy as it looks [Fforde, 2003].

Conclusions and prospects for further research. Dealing with postmodernist discourse of J. Fforde we should admit that the novels sound not only hilarious and original, but also confusing to follow and conceptually difficult. It portrays a fictional reality quite radically with our normal world. Ontological differences between fact and fiction are also very perplexing; it makes a reader to exert oneself to continue reading and to get used to moving from the actual text world to the text worlds. Considering phraseological variations in postmodernist discourse, compared to PUs' base forms which are dictionary forms in particular we can assert that PU variations are not rarity in there, though they make approximately 10% of the whole selection. These examples of deviations of PUs indicate not only author's diverse individual style but also flexibility of semantics and structure of PUs to satisfy the intended contextual effects. The abovementioned examples of deviations highlight Jasper Fforde's individual and peculiar worldview which is implemented and demonstrated in the literary worlds created by the author. PUs play an important role in imaginary worlds creation and they can take forms that differ from their base forms: constituents of PUs can be varied as well as their register and form. At the same time the role of context is very important when creating the modified semantics of the constituents of PUs of English literary discourse. Only with the help of context and extra linguistic factors it is possible to estimate the peculiarity of phraseological variations in postmodernist discourse. The nature of variations of PUs in English postmodernist text is systematical. Our further research will be devoted to functions of PUs in postmodernist discourse.

REFERENCES

1. Bekhta, Ivan A. *Dyskurs naratora v anhlomovnij prozi*. Kyiv, Ukraine: Hramota, 2004.
2. Bekhta, Natalya "Suchasni koncepciji naratyvu: netypova opovid" *Inozemna filohiija. Ukraïns'kij naukovyj zbirnyk* 123 (2011): 287–300.
3. Burger, H. and Buhofer, A. and Sialm, A. *Handbuch der Phraseologie*. Berlin, Germany: de Gruyter, 1982. Print.
4. Currie, Mark. *Postmodern Narrative Theory*. NY, USA: Palgrave, 1998.
5. Fraser, Bruce. "Idioms within a transformational grammar" *Foundations of Language* 6 (1970): 22–42. Print.
6. Moon, Rosamund. *Fixed expressions and idioms in English: a corpus-based approach: [Oxford studies in lexicography, and lexicology]*. Oxford, GB: Clarendon Press, 1998.
7. Naciscione, Anita. *Phraseological units in discourse: towards applied stylistics*. Riga, Latvia: Latvian Academy of Culture, 2001.
8. N.p. *Cambridge Dictionaries online*. Cambridge University Press, n.d. Web. 20 June 2017.
9. Cowie, A.P., Mackin, R. & McCaig, I.R. *Oxford Dictionary of English Idioms*. Oxford: Oxford University Press, 2007.
10. Siefring, Judith *The Oxford Dictionary of Idioms*. Oxford University Press, 2004.
11. N.p. *The Free Dictionary by Farlex* Farlex, Inc, n.d. Web. 12 July 2017.

Девиации фразеологических единиц в индивидуально-авторской картине мира

Н. Д. Негрич

Аннотация. Статья посвящена идиомам английского языка в индивидуально-авторской картине мира в романах британского писателя постмодернистской литературы – Джаспера Ффорде. Языковая картина мира отражает и интерпретирует реальность с помощью языковых средств, фразеологические единицы занимают важное место среди них. Сознание автора неизбежно связано с индивидуально-авторской картиной мира. Индивидуально-авторская картина мира – это фрагмент языковой картины мира с позиции авторского мировоззрения, мировосприятия и понимания мира.

Структурно-семантичні та лінгвопрагматичні особливості екстрених телефонних розмов (на матеріалі дзвінків в службу 911)

О. О. Попівняк

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна
Corresponding author. E-mail: olenapopivniak@ukr.net

Paper received 27.10.17; Revised 03.11.17; Accepted for publication 05.11.17.

<https://doi.org/10.31174/SEND-PH2017-145V41-09>

Анотація. Статтю присвячено дослідженню екстрених телефонних дзвінків в англомовному дискурсі. На основі проведеного аналізу встановлено вплив інституційно-регламентованих процедур роботи оператора екстреної служби та певних екстралінгвістичних факторів на структурну організацію екстрених розмов та мовленнєву поведінку комунікантів. Детально описано специфіку ініціальної і фінальної фаз та особливе прагматичне навантаження змістовної фази – стимулювання забезпечення ефективної екстреної допомоги.

Ключові слова: екстрена телефонна розмова, ініціальна фаза телефонної розмови, завершальна фаза телефонної розмови, комунікативний обмін, комуніканти, адресант, адресат.

Вступ. Громадяни телефонують до екстрених служб, коли потрібна будь-яка термінова допомога: хтось серйозно захворів, скоюється злочин, трапилась серйозна дорожньо-транспортна пригода, тощо. В таких ситуаціях надзвичайно важливою є ефективність спілкування, оскільки наслідки непорозуміння між співрозмовниками можуть бути дуже серйозними, навіть загрожувати життю, а час є надзвичайно дорогим. Що особливо вражає в цих викликах – це те, як оператору екстреної служби та людині, яка телефонує, вдається зрозуміти один одного при дуже важких обставинах – вони не мають ніякого візуального контакту, що могло б полегшити спілкування та розуміння. До того ж, численні невідповідності в передачі та отриманні інформації, в знаннях та сприйнятті ситуації, в компетенціях мовців потенційно ускладнюють комунікацію. Проте, операторам та адресантам зазвичай вдається змоделювати картину надзвичайної пригоди для того, щоб оператор зміг вжити необхідних заходів – направити відповідні служби туди, де вони потрібні. Під час діалогу між адресантами та операторами екстрених викликів у цих випадках забезпечується порятунок людей, телефонна розмова слугує зв'язком між тими, хто потребує допомоги і відповідними службами порятунку.

Короткий огляд публікацій по темі. На сьогодні існує багато наукових праць, присвячених дослідженню телефонних дзвінків в екстрені служби: поліцію, пожежну службу, швидку допомогу, службу порятунку на матеріалі різних мов та культур. Так, британські екстрені дзвінки аналізували Шеррок і Тернер, канадські – Егліні і Вайдмен [10], італійські – Паолетті [18, 19], шведські – Хедман, Нордберг, Освальдсон, Кромдал, Ландквіст [13, 16, 8], американські – Сакс, Щеглофф, Вейлен, Раймонд, Циммерман, Гарсія, Пармер [21-25, 28-31, 20, 33, 34, 11] та інші. Проте, новаторами в цій царині вважають Гарвея Сакса, який вперше застосував метод конверсаційного аналізу у своєму дослідженні аудіо записів телефонних дзвінків у психіатричну службу довіри в Центрі Наукового Дослідження Самогубств в Лос Анжелесі (1963-1964); та Емануеля Щеглоффа, який у своїй докторській дисертації (1967) досліджував ініціальну фазу екстрених телефонних дзвінків в поліцію [13, с. 31].

Матеріали і методи. Матеріалом нашого дослідження слугують записи та транскрипти автентичних телефонних розмов телефонної служби порятунку 911, що використовується в США при виникненні будь-якої надзвичайної ситуації, яка вимагає негайної допомоги медиків, пожежників, поліції чи рятувальників. При дослідженні методи конверсаційного та дискурсивного аналізу поєднано з

етнометодологічними та етнографічними методами, щоб простежити організацію роботи екстреної служби, її інституційну регламентованість та жорстку структурованість, що дає можливість зрозуміти певні структурні елементи розмови, риси мовленнєвої поведінки оператора відповідно до вимог щоденної роботи, з метою виявлення структурно-семантичних та лінгвопрагматичних особливостей екстрених телефонних викликів.

Результати та їх обговорення. Екстрені телефонні розмови являють собою спілкування в заданих рамках статусно-рольових відносин між представником певної інституції – оператором екстреної служби (call receiving operator, надалі в ілюстративному матеріалі – CRO) та людини, яка звертається до цієї інституції по допомогу (caller, надалі C). Отже, вони належать до сфери інституційного дискурсу і їм притаманні певні ознаки цього типу дискурсу, а саме: 1) обслуговування певного інституційно-заданого типу комунікації; 2) жорстка структурованість; 3) фіксованість комунікативних ролей; 4) відносна обумовленість контекстом, обмежена кількість глобально окреслених цілей [4, с. 99; 9]

Так, Раймонд і Циммерман відзначають особливу направленість екстрених викликів – сприяє надходженню інформації про надзвичайну ситуацію до колцентру, де приймається рішення про подальше вирішення проблеми. Автори називають такі дзвінки «монофокальними», оскільки вони мають одну єдину особливу мету, досягнення якої призводить до завершення інтеракції [20]. Це також сприяє особливій організації екстрених дзвінків, чіткому визначенню ролей адресанта та адресата. Основним завданням адресата є отримання, реєстрація та кодування інформації необхідної для надання нагальної допомоги, в той час як адресант, який просить про допомогу, має надати цю інформацію. Автори зазначають, що відхилення від вищезгаданих ролей, завдань, обов'язків можуть спричинити непорозуміння, труднощі у спілкуванні, припинення інтеракції і, як результат, навіть призвести до трагедії [20].

Різне сприйняття комунікантами надзвичайної ситуації також може слугувати перешкодою на шляху до вирішення проблеми. Для адресанта (того, хто телефонує) ситуація, в якій він знаходиться, є екстраординарною, у той час як для оператора цей екстрений виклик є звичайною щоденною рутинною. Адресант очікує, що йому достатньо попросити про допомогу та надати свою адресу, а подальші запитання є зайвими та лише відтягують надання екстреної допомоги. Проте, оператору потрібна більш детальна інформація для визначення ступеня терміновості та важливості надзвичайної події. До того ж, співрозмовники мають кардинально різні можливості для детальної оцін-

ки ситуації. Оператор має ґрунтовні знання про надзвичайні ситуації загалом, а також про доступність і доцільність використання певних ресурсів в конкретній ситуації. Адресант не має таких знань, але є єдиним, хто має доступ до інформації, потрібної оператору для того, щоб він міг застосувати заходи у межах своєї компетенції. Іншими словами, у ході телефонної розмови адресант має бути «очима» оператора на місці подій, а оператор повинен знайти можливість сконцентрувати його увагу на тому, що є найбільш критичним та важливим.

Структурна організація екстрених телефонних дзвінків також має свою специфіку. Так, Циммерман виділяє п'ять фаз екстреної телефонної розмови: 1) початок розмови з комунікативним обміном «ідентифікація та/чи впізнання»; 2) прохання про допомогу; 3) серія розпитувань; 4) відповідь/реакція на питання про допомогу; 5) завершення розмови [34, с.214]. Проте, аналіз мовного матеріалу свідчить про те, що не всі ці фази простежуються в структурі екстрених телефонних дзвінків і порядок медіальних фаз може змінюватись. В межах нашого дослідження ми виокремлюємо та розглядаємо три основні фази телефонної розмови: ініціальну, орієнтовану на реалізацію процедурних цілей; змістовну, де реалізуються глобальна та комунікативна цілі інтеракції та завершальну, яка може бути представлена двома формами реалізації: за спільною згодою комунікантів або з ініціативи одного з них [1; 6].

Попередні праці з конверсаційного аналізу показують, що ініціальна фаза телефонної розмови організована таким чином, що співрозмовники встановлюють характер подальшої розмови [15; 17; 22; 23] і це особливо важливо для інституційних телефонних розмов, адже тут перший комунікативний крок адресата – відповідь на дзвінок – самопрезентує заклад, може надавати ту чи іншу інформацію стосовно професійних послуг та інших організаційних моментів [7; 31; 33].

Характерною рисою ініціальної фази екстрених телефонних дзвінків є *редукція* [31], яка досягається шляхом випущення таких монотонних процедур як обмін привітаннями та іншими формами ввічливості, та *самопрезентація*, яка є першим мовленнєвим кроком обміну «вклик-відповідь», тобто розпочинає телефонну розмову. Мовні засоби вираження самопрезентації можуть дещо варіюватись. Так, наприклад, адресат може відповісти на дзвінок вказавши відповідний номер екстреної служби, наприклад 'Nine One One' [11], '1-1-8' [18], 'Ninety Thousand' [17], або більш розширено, надавши повну назву організації чи відділку 'Nine One One Emergency' [31] 'Newtown 911' [40] чи, навіть, додавши особисту професійну самопрезентацію (зазвичай це особистий номер) 'Fire Department, Dispatcher 461', 'Fire 328' [43].

Вважають, що така негайна чітка самопрезентація не лише дає змогу адресанту одразу ж розпізнати установу, до якої він звертається по допомогу, а й встановлює певні відповідні статусні ролі для співрозмовників: адресант шукає допомогу, а адресат може її надати.

Дослідники зазначають, що наступним комунікативним кроком повинно бути пояснення адресантом причини дзвінка і ця причина має бути серйозною [8; 21; 31], проте матеріали нашого дослідження ілюструють подальшу ініціацію оператором розпитування адресанта для встановлення місцезнаходження та екстреності ситуації, до того ж розпитування розпочинається одразу після самопрезентації. Так перший мовленнєвий крок екстреної телефонної розмови виглядає наступним чином: 'Newtown 911. What's the location of your emergency?' [40] 'Fire 461. The address of the fire?' [43] 'Staten Island Fire Station, Staten Island. What is the address of the fire?' [44] '911, where is your emergency?' [36]

і включає інституційну самопрезентацію та встановлення місцезнаходження адресанта, тобто, поєднує ініціальну та змістовну фази. Далі йде ціла низка питань та перепитувань з боку оператора екстреної служби.

Наступний фрагмент екстреної телефонної розмови, яка відбулась під час масового вбивства в початковій школі в Ньютауні в грудні 2012 року, демонструє процедуру детального розпитування оператором адресанта – кожен комунікативний крок оператора екстреної служби вербалізується за допомогою питального речення. Перший квеситив стосується адреси (1), наступний визначає власне надзвичайну ситуацію (3), а подальші питання уточнюють деталі.

- (1) CRO: Newtown 911. What's the address of the emergency?
- (2) C: It's 10 Dickinson Drive in Sandy Hook Newtown, CT
- (3) CRO: OK, What's going on at 10 Dickinson Drive?
- (4) C: It sounds like there are gunshots in the hallway. I'm a teacher in the school.
- (5) CRO: OK Where...are you in the school right now?
- (6) C: I am in the school, I'm in a classroom.
- (7) CRO: Do you have everyone in the classroom and the door locked?
- (8) C: All of my students. The door is not locked yet I could go lock the door [40].

Фрагмент телефонної розмови третьою стюардеси захопленого літака, який прямував 11 вересня з Бостона до Нью Йорка, з працівниками служби з надзвичайних ситуацій «Американських Авіаліній» ще раз демонструє наполегливість операторів екстрених служб під час з'ясування подробиць та чітке слідування регламентованим інструкціям. Бетті Онг детально описує ситуацію, в якій вони опинились (1, 9, 11), оператори ж продовжують ставити уточнюючі запитання щодо номеру рейсу літака (2), місця її знаходження (4, 7, 8, 12), персональних даних (17, 20,22), тощо.

- (1) C: Number three in the back. Um, the cockpit's not answering. Somebody's stabbed in business class and um, I think there's mace...that we can't breathe. And I don't know, I think we're getting hijacked.
- (2) CRO: What flight are you on?
- (3) C: Flight 12
- (4) CRO: And what seat are you at?
- (5) CRO: Ma'am, are you there?
- (6) C: Yes...
- (7) CRO: What, what, what seat are you in?
- (8) CRO: Ma'am, what seat are you in?
- (9) C: We're...we just left Boston, we're up in the air.
- (10) CRO: I know...
- (11) C: We're supposed to go to L.A. and the cockpit's not answering their phone.
- (12) CRO: (insistent) Okay, but what seat are you sitting in, the number of your seat?
- (13) C: Okay, I'm in my jumpseat right now, at 3R
- (14) CRO: Okay
- (15) C: At 3-R
- (16) CRO: Okay
- (17) CRO: Okay, you're the flight attendant? I'm sorry, did you say you're the flight attendant?
- (18) C: ...hello?
- (19) CRO: Yes, hello.
- (20) CRO: What is your name?

- (21) C: *Hi, you're going to have to speak up, I can't hear you.*
 (22) CRO: *Sure. What is your name?*
 (23) C: *Okay, my name is Betty Ong. I'm Number Three on Flight 11[45].*

Тим, хто телефонує до екстрених служб, може здаватися, що оператори реагують дуже повільно, розслаблено, ставлять занадто багато невідповідних запитань та, навіть, відтягують надання допомоги [14]. Проте, щоб зрозуміти їхній стиль роботи та необхідність значної кількості уточнюючих запитань, варто з'ясувати процедуру реагування на екстрений виклик. Коли виклик надходить у диспетчерський центр, на нього відповідає оператор. Він починає ставити регламентовані запитання, а відповіді на них заносить в спеціалізовану комп'ютерну систему, що також певним чином відволікає його від спілкування. Перше питання оператора завжди стосується адреси, за якою сталась надзвичайна ситуація. Це потрібно для того, щоб у випадку, якщо зв'язок буде перерваний, надзвичайні служби змогли виїхати за вказаною адресою. Відповіді на подальші запитання допомагають йому класифікувати дзвінок залежно від обставин події. Цю класифікацію заносять в комп'ютерну систему, яка встановлює найближчу машину, що зможе невідкладно виїхати на місце події [2, с 211-215; 32].

Окрім того, будь-яка розмова по телефону характеризується відсутністю зорового контакту – комуніканти знаходяться в різних місцях і не можуть бачити безпосереднє місце знаходження, оточення або діяльність один одного. Всі ці моменти ускладнюють роботу адресата, тобто оператора екстреної служби, який не може бачити ні інцидент, який спричинив необхідність звернення по допомогу, ні близькість того хто телефонує до нього, не може визначити здатність адресанта точно повідомити інформацію. Тож численні запитання потрібні, поперше, для того, щоб адресант вербалізував все, що стосується інциденту та оточення, щоб оператор, в свою чергу, вибудував в своїй уяві картину інциденту, яка повинна бути досить деталізованою, щоб гарантувати надання відповідної допомоги. По-друге, впродовж такого спілкування-розпитування оператори аналізують нову інформацію, зіставляючи її з отриманою раніше, щоб впевнитись в її правдивості, точності, достовірності. І, отримуючи суперечливу, недоречну на їхній погляд інформацію, вони можуть сумніватись щодо відповідності ситуації реальності чи, можливо, навіть не довіряти адресанту, щоб запобігти хибним викликам та дзвінкам-жартам, які нерідко трапляються [12].

Так, наприклад, наступний фрагмент дзвінка є прикладом дитячої забавки, проте оператор усвідомлює це щойно почувши «екстрену ситуацію» (2), і тому непрямий квеситив про присутність поруч дорослих (3) є дуже передбачуваним, оскільки діти займаються такими жартами, коли їх залишають без нагляду.

- (1) CRO: *911, what's your emergency?*
 (2) C: *Yes, I need emergency ma'am. I'm about to turn into a werewolf, ma'am, I need some Pepto Bismol!*
 (3) CRO: *Is there anybody there with you?*
 (4) C: *My mama's husband, he's here with me [37].*

Наведений нижче фрагмент не є дзвінком-жартом, про що адресант одразу попереджає *'this is actually not a prank call'* (2), очевидно, що йому, навіть, трохи незручно *'um'* (2), проте екстреним викликом його також назвати складно. Питанням про проблеми на дорозі (3) оператор намагається визначити ступінь екстреності цієї навіть трохи кумедної ситуації.

- (1) CRO: *911 Emergency.*

- (2) C: *Hi, um, this is actually not a prank call, but there is a chicken trying to cross the road in Linnton.*
 (3) CRO: *Is it causing traffic problems?[39]*

Наступна телефонна розмова спочатку також здається розіграшем, оскільки почувши традиційну самопрезентацію оператора та питання про місце екстреної ситуації адресант надає адресу свого перебування, однак відповідь на питання про саму ситуацію – замовлення піци (4), змушує оператора припустити, що адресант помилився номером чи жартує. Наголосивши, що це служба 911 (5) і отримавши відповідь, якою адресант, з одного боку, підтверджував своє розуміння того, куди він зателефонував (6), а з іншого, ставив зовсім недоречно запитання (6), оператор виявив неабияку розсудливість та витримку, щоб зрозуміти (11) прагматичне значення таких суперечливих відповідей адресанта та надати очікувану допомогу. Як виявилось, жінка вже не вперше ставала жертвою домашнього насильства і могла попередити представників служби 911 про небезпеку, яка чекала на неї, лише під приводом замовлення піци.

- (1) CRO: *911, where is you emergency?*
 (2) C: *23 Main St.*
 (3) CRO: *Ok, what's going on there?*
 (4) C: *I'd like to order a pizza for delivery.*
 (5) CRO: *Ma'am, you've reached 911*
 (6) C: *Yeah, I know. Can I have a large with half pepperoni, half mushroom and peppers?*
 (7) CRO: *Ummm.... I'm sorry, you know you've called 911 right?*
 (8) C: *Yeah, do you know how long it will be?*
 (9) CRO: *Ok, Ma'am, is everything ok over there? Do you have an emergency?*
 (10) C: *Yes, I do.*
 (11) CRO: *..And you can't talk about it because there's someone in the room with you?*
 (12) C: *Yes, that's correct. Do you know how long it will be?*
 (13) CRO: *I have an officer about a mile from your location. Are there any weapons in your house?*
 (14) C: *Nope.*
 (15) CRO: *Can you stay on the phone with me?*
 (16) C: *Nope. See you soon, thanks [35].*

Отже, можемо підсумувати, що основним етапом змістовної фази екстрених телефонних розмов є 1) *розпитування адресанта*, що вербалізується за допомогою прямих і непрямих квеситивів; його ілюктивна мета – отримати детальну та достовірну інформацію стосовно екстреної ситуації. Далі йдуть етапи 2) *врегулювання емоцій* та 3) *надання інструкцій*. Дослідження мовного матеріалу виявило, що, як правило, ці два етапи перетинаються.

Як відомо, перебування в надзвичайній ситуації накладає певний відбиток на психологічний стан людини і, звичайно ж, це відображається в її емоційних проявах. Так, типовими для адресанта є багаторазові повторення благань про надання допомоги або її пришвидшення (мотивуючи це різними причинами, у тому числі, навіть, небажанням померти), які вербалізовані наступним чином: *'Oh, please hurry'*, *'Find us, please'*, *'I'm going to die, aren't I?'*, *'We're not ready to die'*. Доволі часто вживаються лайливі слова.

Така «істеричність» деяких адресантів може перешкодити оператору екстреної служби зібрати необхідну для реагування інформацію [30]. Однак, як представник інституції, він повинен контролювати ситуацію та намагатись врегулювати емоційний стан адресанта. Наш аналіз виявив 3 основні тактики такого врегулювання: 1) оператори повинні самі залишатись спокійними та врів-

новаженими, не виявляти надзвичайного занепокоєння, істерики чи агресії та заспокоювати тих, хто потребує допомоги: 'So stay calm', 'Calm down; okay?' 'Relax. Tell her to loosen any tight clothing. Put on something like music, anything to calm everybody down,', 'OK, I need you to stay safe though'; 2) пропонувати та надавати будь-яку можливу допомогу: 'An ambulance will be there as soon as possible', 'We'll get to you as soon as we can', 'We're on the way', 'We've got the firemen out there. They're outting the fire', 'I'll have somebody up to you as fast as I can, okay?'; 'We're there, sir, okay?'; 'Stay where you are. We're getting there', 'The Fire Department is trying to get to you' та 3) наголошувати на позитивному результаті, вселяти надію. Найбільш яскраво це можуть ілюструвати постійні повтори 'Alright', 'OK' особливо під час надання певних інструкцій:

'Okay. All right, ma'am. Just keep him like I said. Don't move him anymore. Let him sit there. We'll have somebody respond to Two Rector Street; okay? Okay.' [41]

'Okay. Listen. Everybody wet the towels. Listen. Lie on the floor. Everybody wet the towels; put it over your head. Lie on the floor; okay?' [42]

'Okay, listen, listen, listen to me, listen to me; okay? Listen, don't -- try not to panic. You can save your air supply by doing that; okay?'; 'Stay where you are, okay?' [43]

Розглянемо наступний фрагмент, який рясніє повторами. Для того щоб усвідомити всю драматичність ситуації, необхідно вказати, що це уривок телефонної розмови з однією із жертв терористичної атаки 11 вересня в Нью Йорку. Спочатку адресант скаржиться на відсутність повітря (1,3), а потім, усвідомлюючи безвихідне становище, повторює одну єдину фразу 'I'm going to die' (5,7,9). Перший раз ця фраза звучить як питання і вербалізується розділовим питанням (5), надалі вона набуває форми твердження (7, 9). Оператор намагається налаштувати співрозмовницю на позитив 'You gotta think positive', проте, не дивно, що в цій ситуації йому не вдається не лише врегулювати емоції адресанта, але й опанувати свої емоції. Про це свідчать численні повтори слів та фраз під час його спроб заспокоїти адресанта (4, 6, 8, 10). (1) C: *It's very hot, I see...I don't see, I don't see any air*

anymore!

(2) CRO: *Okay...*

(3) C: *All I see is smoke.*

(4) CRO: *Okay dear, I'm so sorry, hold on for a sec, stay calm with me, stay calm, listen, listen, the call is in, I'm documenting, hold on one second please...*

(5) C: *I'm going to die, aren't I?*

(6) CRO: *No, no, no, no, no, no, no, no, say your, ma'am, say your prayers.*

(7) C: *I'm going to die.*

(8) CRO: *You gotta think positive, because you gotta help each other get off the floor.*

(9) C: *I'm going to die.*

(10) CRO: *Now look, stay calm, stay calm, stay calm, stay calm* [38].

І, нарешті, варто зазначити ще одну особливість екстрених телефонних дзвінків – короткотривалість завершальної фази, яка, як правило, складається щонайбільше з одного повного комунікативного обміну або й лише з одного комунікативного ходу. В багатьох випадках завершальна фаза може взагалі бути відсутня. Це пов'язано з різними обставинами, і більшість з них складається з вини адресанта. Занепокоєння, емоційна напруга, в деяких випадках відсутність фізичної змоги завершити розмову, надзвичайні події – все це часто призводить до раптового припинення інтеракції.

Висновки. Підсумовуючи вищевикладене, слід зазначити, що екстрені телефонні дзвінки виявляють відхилення від канонічної структури телефонних дзвінків та мають свої особливості. Насамперед це їхня загальна та чітка спрямованість на досягнення певної мети, а саме – отримання / надання допомоги, і як результат, редукція ініціальної та завершальної фаз, які втрачають свою ілюктивну силу.

Крім того, аналіз екстрених викликів, які часто є надзвичайно емоційно-напруженими, демонструє їхню партнерську, координовану природу та виявляє, як інституційно-встановлені процедури впливають на прагматичне значення розмови, стимулюючи забезпечення ефективної екстреної допомоги.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бобырева Е. В. Семантика и прагматика инициальных и финальных реплик диалога: автореф. дисс. на соиск. уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 "Общее языкознание, социолингвистика, психолингвистика" / Екатерина Валерьевна Бобырева. – Волгоград: Волгогр. гос. пед. ун-т., 1996. – 24 с.
2. Волянський П.Б. Реагування на виникнення надзвичайних ситуацій / П. Б. Волянський, О. Л. Гловацький, С. О. Гур'єв та ін. – Вінниця: ІДУСІЗ НУЦЗУ, УНІСД ЕМД та МК, 2010. – 412 с.
3. Карасик В.И. Этнокультурные типы институционального дискурса / В.И.Карасик // Этнокультурная специфика речевой деятельности: Сб. обзоров. – М.: ИНИОН РАН, 2000. – С. 37-64.
4. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс: монография / В.И.Карасик. - Волгоград: Перемена, 2002. - 477 с.
5. Телефонная служба спасения США 911 [Е. ресурс] – Код доступу від 24.09.17: <https://iaru.spravka/20130216/922926410.html>
6. Чрдицели Г.В. Структура, семантика и прагматика делового диалогического дискурса (на материале современного английского языка): дисс. на соиск. уч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 "Германские языки" / Татьяна Васильевна Чрдицели; Харьков: нац. ун-т им. В. Н. Каразина-Харьков, 2004.-216 с.
7. Baker C. Calling for Help: Language and Social Interaction in Telephone Helplines / Caroline Baker, Michael Emmison, Alan Firth. – Amsterdam: John Benjamins, 2010. – 352 p.
8. Cromdal J. Finding out What's Happened: Two Procedures for Opening Emergency Calls / Jakob Cromdal, Håkan Landqvist, Daniel Persson-Thunqvist, Karin Osvaldsson // Discourse Studies. – 2012. – Vol. 14, №4. – P. 371–397. doi: 10.1177/1461445612439960
9. Drew P. Talk at work: Interaction in Institutional Settings / Paul Drew, John Heritage / Studies in Interactional Sociolinguistics, V. 8. – Cambridge and New York: Cambridge University Press, 1992.–580 p.
10. Eglin P. Calling the Police: Some Aspects of the Interactional Organization of Complaints in Crime Reporting / Peter Eglin, Doug Wideman // Analytic Sociology 2. – 1979.
11. Garcia A.C. Misplaced mistrust: The collaborative construction of doubt in 911 emergency calls / Angela Cora Garcia, Penelope Ann Parmer // Symbolic Interaction. – 1999. – № 22. – P. 297–324. doi: 10.1016/S0195-6086(00)87399-3
12. Gerwing J. Emergency Telephone Discourse / Jennifer Gerwing [E. source] – Mode of access from 24/09/2017: https://www.researchgate.net/publication/277313841_Emergency_Telephone_Discourse
13. Hedman K. Managing Medical Emergency Calls / Karl Hedman. – Lund University, Lund: Media-Tryck, 2016. – 298 p.
14. Heritage J. Talk in action: Interactions, identities, and institutions / John Heritage, Steven Clayman. – Chichester, UK: Wiley Blackwell, 2010. – 320 p.
15. Hopper R. Telephone Conversation / Robert Hopper. – Bloomington : Indiana University Press, 1992. – 247 p.
16. Nordberg B. On closings in alarm calls / Bengt Nordberg // Språk och stil. – 1998. – №8. – P. 65–103.
17. Pallotti G. Service Telephone Call Openings: A Comparative Study on Five European Languages / Gabriele Pallotti, Cecilia Varcasia // Journal of Intercultural Communication. – 2008. – № 17. – P. 1–29.
18. Paoletti I. Communication and gender issues in an Italian medical emergency control room: A case study / Isabella Paoletti // In: Barrett M and Davidsson MJ (eds) Gender and Communication at Work. Farnham: Gower. – 2007. – P. 166–179.

19. Paoletti I. The issue of conversationally constituted context and localization problems in emergency calls / Isabella Paoletti // *Talk & Text* – 2012. – №32. – P. 191–210. doi: 10.1515/text-2012-0010
20. Raymond G. Rights and Responsibilities in Calls for Help: The Case of the Mountain Glade Fire G. Raymond, Don H. Zimmerman // *Research on Language and Social Interaction*. – 2007. – № 40. – P. 33–61.
21. Sacks H. A. Simplest Systematics for the Organization of Turn-Taking for Conversation / Harvey Sacks, Emanuel Abraham Schegloff, Gail Jefferson // *Language*. – 1974. – Vol. 50, Issue 4, Part 1. – P. 696–735.
22. Schegloff E. A. Sequencing in Conversational Openings / Emanuel Abraham Schegloff // *American Anthropologist*. – 1968. – Vol. 70, № 6. – P. 1075–1095.
23. Schegloff E. A. Identification and Recognition in Telephone Conversation Openings / Emanuel Abraham Schegloff // *Everyday Language: Studies in Ethnomethodology* / ed. by George Psathas. – N.Y.: Irvington publisher, 1979. – P. 23–78.
24. Schegloff E. A. The Routine as Achievement / Emanuel Abraham Schegloff // *Human Studies*. – 1986. – № 9. – P. 111–151.
25. Schegloff E. A. Sequence Organization in Interaction: A Primer in Conversation Analysis, Volume 1 / Emanuel Abraham Schegloff. – Cambridge: Cambridge University Press, 2007. – Xvi + 300 pp.
26. Svennevig, J. On being heard in emergency calls. The development of hostility in a fatal emergency call / Jan Svennevig // *Journal of Pragmatics*, 44 (11). – 2012. – P. 1393–1412. doi: 10.1016/j.pragma.2012.06.001
27. Tracy K. Interactional trouble in emergency service requests: A

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

35. A Woman Called 911 And Pretended To Order A Pizza To Alert Them Of Domestic Abuse [E. resource] – Mode of access from 03/04/2017: https://www.buzzfeed.com/rossalynwarren/a-woman-called-911-and-pretended-to-order-a-pizza-to-alert-t?utm_term=.fd3RIKGGI#.igLWzwlz
36. Full transcript: Dramatic 911 calls from deadly Pathmark shooting [E. source] – Mode of access from 03/04/2017: http://www.nj.com/news/index.ssf/2012/09/pathmark_shooting_911_calls_tr.html
37. Jay Real 9-1-1 phone call Werewolf & Pepto Bismol [E. source] – Mode of access from 25/09/2017: <https://www.youtube.com/watch?v=d2TbHnD0j4Y>
38. Remembering 9/11: The final messages sent by victims of the Twin Towers attack [E. resource] – Mode of access from 03.04.2017: <http://lifestyle.onecloser/news-real-life/in-the-news/remembering-911-final-messages-sent-victims-twin-towers-attack/>
39. These 20 People Called 911 for All the Wrong (and Hilarious) Reasons [E. source] – Mode of access from 03/04/2017: <http://www.viralnova.com/funny-911-calls/>
40. Transcript Of 911 Calls On Day Of Sandy Hook Elementary School Shooting [E. source] – Mode of access from 03/04/2017: <http://newyork.cbslocal.com/2013/12/04/transcript-of-911-calls-on-day-of-sandy-hook-elementary-school-shooting/>
41. World Trade Center FDNY 911 Calls Transcript – EMS – Part 1. 9-11-01 – City of New York, 2006. – 64p. [E. source] – Mode of access from 28/10/2015: <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/nation/specials/911/EMS1.pdf>
42. World Trade Center FDNY 911 Calls Transcript – EMS – Part 3. 9-11-01 – City of New York, 2006. – 55 p. [E. source] – Mode of access from 28/10/2015: <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/nation/specials/911/EMS3.pdf>
43. World Trade Center FDNY 911 Calls Transcript – Fire – Part 1. 9-11-01 – City of New York, 2006. – 60 p. [E. source] – Mode of access from 28/10/2015: http://content.ny1.com/pages/wtc/transcripts/FDNY_911_Calls_Transcript_Fire_Part_1_091101.pdf
44. World Trade Center FDNY 911 Calls Transcript – Fire – Part 7. 9-11-01 – City of New York, 2006. – 3 p. [E. source] – Mode of access from 28/10/2015: <http://www.washingtonpost.com/wp-srv/nation/specials/911/FIRE7.pdf>
45. 9/11 Passenger phone calls [E. source] – Mode of access from 03/04/2017: https://en.wikisource.org/wiki/911_Passenger_phone_calls

REFERENCES

1. Bobyreva E.V. Semantics and pragmatics of initial and final remarks of the dialogue: abstract from manuscript for PhD in linguistics: 10.02.19 / E.V. Bobyreva. – Volgograd: Volgograd nat. ped. univ, 1996. – 24 p.
2. Volianskyj P.B. Reacting to emergency situations / P.B. Volianskyj, O.L. Glovaczkyj, C. O. Gur'ev and others. – Vinnytsia, 2010. – 412 p.
3. Karasik V.I. Ethnocultural types of institutional discourse / V. I. Karasik // *Ethnocultural specifics of speech activity: Collection of reviews*. – M., 2000. – P. 37-64.
4. Karasik V.I. Language circle: personality, concepts, discourse: monograph / V.I. Karasik. — Volgograd: Peremena, 2002. — 477 p.
5. Telephone rescue service of the USA 911 [E. source] – Mode of access from 24/09/17: <https://riar.ru/spravka/20130216922926410.html>
6. Chrdileli T. V. Structure, semantics and pragmatics of business dialogical discourse (on the material of modern English) : manuscript for PhD in linguistics: 10.02.04 / T.V. Chrdileli. – Kharkov: Khark. nat. Karazin university, 2004. – 216 p.

Structural, semantic and linguopragmatic peculiarities of emergency telephone conversations (on the material of calls to 911)

O. O. Popivniak

Abstract. The article deals with the research of emergency phone calls in English discourse. On the bases of the analysis it is stated that the structural organization of emergency calls and the speech behavior of communicants are influenced by institutionally regulated procedures of the work of a call receiving operator and some other extralinguistic factors. A special attention is paid to the peculiarities of emergency call openings and closings as well as to the special pragmatic aim of the main part – to stimulate effective emergency help.

Keywords: emergency telephone call, telephone opening, telephone closing, communicative exchange, addresser, addressee.

Структурно-семантичні та лінгвопрагматичні особливості екстрених телефонних розмов (на матеріалі звонків в службу 911)

Е. А. Попивняк

Анотация. Статья посвящена исследованию экстренных телефонных разговоров в англоязычном дискурсе. На основе проведенного анализа установлено влияние институционно-регламентированных процедур работы оператора экстренной службы и определенных экстралингвистических факторов на структурную организацию экстренных разговоров и речевое поведение коммуникантов. Детально описано специфику инициальной и финальной фаз, а также особую прагматическую нагрузку смысловой фазы – стимулирование обеспечения эффективной экстренной помощи.

Ключевые слова: экстренный телефонный разговор, инициальная фаза телефонного разговора, заключительная фаза телефонного разговора, коммуникативный обмен, коммуниканты, адресант, адресат.

Actualizing the glamour concept in English advertising discourse

Y. V. Saraniuk

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

Paper received 04.11.17; Revised 07.11.17; Accepted for publication 08.11.17.

<https://doi.org/10.31174/SEND-PH2017-145V41-10>

Abstract: The article looks into English advertising texts in order to identify the ways the GLAMOUR concept is actualized in modern advertising discourse. The research focuses predominantly on the advertisements where the lexeme glamour and its derivatives are verbalized. Combining these lexemes with manipulative techniques is aimed at shaping in recipients the idea of glamour and at arousing the recipients' desire to purchase products labeled as glamorous.

Keywords: mass-media discourse, advertising discourse, function, GLAMOUR concept.

Glamour is one of the key concepts of modern culture, more precisely, of the layer which is formed by the media. Today the word 'glamour' is quite common in the advertising context, its main advertising idea being everything that culture endows with value - happiness, beauty, youth, health, material success, love, belonging to a prestigious social group - can be achieved through the purchase of the product.

In modern linguistic studies of mass-media discourse, it is customary to distinguish its various genres using the functional criterion as a basis for classification. The factual material reveals that the GLAMOR concept is actualized in the following genre varieties of English mass-media discourse: 1) journalistic discourse (this genre variety is distinguished by a number of researchers [7, p. 17; 10, p. 8]), 2) advertising discourse (we distinguish this genre kind after [7, p. 17; 10, p. 8]); 3) an entertaining show described as one with a status of a separate genre in [10, p. 10], 4) society columns (this genre variety has been substantiated by [6]). This article will consider the actualization of the GLAMOUR concept in one of the above-mentioned genres, i.e. advertising discourse.

A peculiarity of actualizing the GLAMOUR concept in advertisements is that advertisements promote an object with which the quality of glam is associated but not glamour as such. For example, the text "Michael Kors Geometric Glam Solids Cold Shoulder Ruffle Dress Cover-up" [13] advertises a glamorous summer dress with flounces on the shoulders, which is followed by the advertisement of a glam bracelet: "Michael Kors Glamorous Gold Canvas Tote Handbag" [2]. The reader's attention is primarily caught with the statement about the 'glamor-ousness' of these items.

Besides, the authors of such texts pursue another aim, that is, to convince the recipient that with the help of the advertised goods any woman will be glamorous. This argument may take an explicit verbal form, for example: "Vintage Glam Silver back a Sexy lingerie. This is hot and the style is unique and stunning. This will surely make you partner's head spin. This sexy set is worth grabbing. Get the glamorous look with this lingerie in no time" [12]. Here, the imperative *Get the Glamorous Look with this lingerie in no time* encourages a potential client to gain a glamorous look as a result of acquiring the product. The advertisement contains a verb in the imperative form of the verb *to get* that combines meanings of contact establishment, purchase, searching, discovery and savings, which is meant to influence the target consumer's psyche in a covert way. This use of implicit suggestion is thought to be an effective marketing technique, since

implicit information is readily perceived by the recipient and shapes attitudes to an advertised product (service). The text prompts the audience to believe that products described as can be used as a means of achieving glamour by the recipients of advertisement.

An explicit promise of a glamorous look is found in the text "*Pair these stylish hats with a simple, classic outfit and you'll instantly look like an Old Hollywood movie star! The Hat That Will Make You Instantly Glamorous This Spring*" [11]. The author openly claims that by purchasing a stylish hat recipients will immediately transform themselves into a glamorous image.

The advertisement of Giorgio perfume "*Giorgio: Fragrance That Makes You Feel Glamorous!*" suggests that having purchased a product of this brand every woman will feel beautiful and glamorous adding that Giorgio perfume will be a nice gift for Mother's Day: "*A gift for Mother's Day is something children want to be special for their mom!*", "*The fragrance that'll make her (mother) feel glamorous and makes her feel like an extraordinary woman in her children's eyes! Every woman wants to feel beautiful and smell good*" [8].

Interestingly, the main audience of the advertisement is still women, which proves the feedback by a blogger Tara Pitman who comments that using the [8] perfume brings a sense of satisfaction to the consumer: "*The fragrance is very pleasant and subtle which I enjoyed. I love floral smells. This perfume is and will always be a classic!*" She describes the pleasant physical state: the product doesn't irritate the olfactory receptors (*When spraying a dab on my skin, I noticed it wasn't hard on the nose. It went very well with my body chemistry*) and the psychological state: the feeling of extraordinariness, confidence in oneself (*makes her feel like an extraordinary woman*).



Fig. 1. Image to the advertisement under the name "Giorgio: Fragrance That Makes You Feel Glamorous!" [8].

Advertisements that actualize the GLAMOUR concept

try to achieve a dual aim which determines the visual accompaniment of advertising messages. So, an image may be only and exclusively of a sole advertised item (a piece of jewelry, for example (see Pic. 1.)). It is the case with the text "Glamorous and stunning chunky linked tennis bracelet in gold plated stainless steel made with SWAROVSKI ELEMENTS" [1] that goes together with the visual component. This technique reinforces the effect a particular glamorous product has on the target consumer. In this example the GLAMOUR concept is verbalized by the adjective *glamorous*. Here, the verbal component SWAROVSKI ELEMENTS implies a high price, on the one hand, and its exclusive and prestigious nature, on the other. Both of these are used in order to persuade the recipient of glamorous quality of the product and, consequently, of its necessity for a glamorous image.

Yet, a visual component of an ad can show a holistic glamorous image: a glamorous model (such as photo of a beautiful bride dressed in an advertised glamorous dress with a beautiful bouquet on an elegant sofa (see Pic. 2.)), whose appeal is boosted with the text "*Wow! What a beauty! The detail on this glam gown is amazing. beaded crystals scoopneck*" [12]. In this example, the GLAMOUR concept is expressed by the adjective *glam*, which is shortened form of *glamorous* and is quite casual. The curtailed word creates an atmosphere of trustful communication with the recipient of the message. The exclamatory sentences expressing admiration (Wow! What a beauty!) are intended to arouse strong positive emotions in the recipient of this advertisement. In addition, positive evaluation of the advertised dress is emphasized with the adjective *amazing*. To top it all, the visual component of advertising (a beautiful photo (see Pic. 2.)) enhances the function of persuading the recipient to become glamorous at her wedding.



Pic. 2. Image to the advertisement under the name "Glamorous and stunning chunky linked tennis bracelet" [1].



Pic. 3. Image to the advertisement under the name "Bride With Sass Wedding Dresses" [12].

Another function of the visual component in an advertisement may be to induce the recipient to believe it is highly necessary to become glamorous. For example, the advertising text under the caption "*Glamorous Getaway*

Tunic in Ivory" [3] contains the message "*Glam up your casual collection with this pretty tunic! This cozy and soft cutie is perfect for a chilly day and will be sure to keep your style chic and cool!*" [3]. The appreciation of the advertised tunic is expressed with the adjectives *pretty, cozy, soft, cutie, perfect, chic, cool*. The text is accompanied by a photo of a model dressed in the advertised clothing (see Pic. 3.).



Pic. 4. The main image to the advertisement "Glamorous Getaway Tunic in Ivory" [3].

As a rule, in advertisements, the non-verbal component plays quite an important role in the transmission of the message. As experts say, an illustration should attract attention of its target recipients, give them a certain idea of the product advertised, create a favorable impression and, in the end, make them buy it.

All in all, the research has revealed that advertisements where the GLAMOUR concept is objectified tend to perform a dual function: first, they promote a product and secondly, they promote glamour as a quality to be strived for. In this respect, different brands compete with one another, trying to sell their goods, which inevitably leads to their promoting glamour as a social and cultural phenomenon. This agrees with the fact that advertising media discourse inherently is designed to "create certain mind-sets in the audience that induce it to carry out certain actions" [7, p. 19]: advertisements of glamorous products plant in its recipients the idea of glamour as desirable or even necessary feature in their lives and this desire encourages the purchase of glamorous goods and, consequently, "glamorization" of their image.

Depending on the price, a certain glamorous product may be available to a wider or a narrower circle of consumers. In an advertisement of a product affordable to a wide range of consumers, they are encouraged to buy this product with the help of a promise addressed directly to the recipient (which is the case in *This is a real beauty! This amazing black dress in V neck is a charm and you will love it! This glamorous dress will get you praises and is perfect to flaunt the style*" [12] where the second person pronoun *you* is used (*This glamorous dress will get you praises*).

If the cost of the goods is rather high, then the price should be justified to convince buyers that the product is worth the money. For example, the advertisement of lipstick "*CHRISTIAN LOUBOUTIN CREATED THE MOST GLAMOROUS LIPSTICK EVER*" [9] emphasizes that the best things are expensive: "*At \$90 each, they don't come cheap, but the best things rarely do*" [9].

When the cost of an advertised product or service is too high for the average consumer, as the cost of staying

in a luxury hotel Muse Saint-Tropez (“Rooms begin at around USD \$1,228 a night” [5], then the glamour promotion becomes the dominant advertising technique, which is observed in the publication “Muse Saint-Tropez Captures the French Riviera’s Laid-Back Glamour” [5]. Similarly, a publication about glamorous holidays in the best Australian zoos (“Go Glamping at Australia’s Coolest Zoos” [4]) is unlikely to be used by many of its readers as a motivation but each reader will get an idea of glamour and develop the desire to get it: “If you didn’t realize that staying at the zoo could be a luxurious event,

think again! You may have not even known that some zoos have overnight accommodations; but these ones really represent the top of the line in glamping or luxury accommodations” [4].

Thus, glamour is promoted as a prestigious, socially desirable and appreciated quality in advertising discourse and advertising manifests itself as a means of producing glamorous images, that is, ideal images that express values and norms affecting the consumers’ behavior and making them purchase goods.

REFERENCES

1. Dyrberg/Kern “Glamorous and stunning chunky linked tennis bracelet” [E. resource] / Dyrberg/Kern – Access mode: <https://www.dyrbergkern.com/anika.html>
2. Ebay “Michael Kors Glamorous Gold Canvas Tote Handbag” [E. resource] / Ebay – Access mode: <https://www.ebay.co.uk/p/Michael-Kors-Glamorous-Gold-Canvas-Tote-Handbag-SHOPPER-Bag/1176258661>
3. Impressions Online Boutique “Glamorous Getaway Tunic in Ivory” [E. resource] / Impressions Online Boutique – Access mode: <https://www.shopimpressions.com/products/glamorous-getaway-tunic-in-ivory>
4. JustLuxe “Go Glamping at Australia’s Coolest Zoos” [E. resource] / JustLuxe – Access mode: http://www.justluxe.com/community/go-glamping-at-australias-coolest-zoos_a_1964814.php
5. JustLuxe “Muse Saint-Tropez Captures the French Riviera’s Laid-Back Glamour” [E. resource] / JustLuxe – Access mode: <http://www.justluxe.com/travel/hotel/feature-1963051.php>
6. Khalgaeva D. D. “Society Colums” as a genre of women’s electronic magazines (on the material of Russian and English languages): Author’s abstract. dis. ... cand. Philol. Sciences: 10.02.19 / D.D. Khalgaeva; Volgograd. state. sots.-ped. un-t. - Volgograd, 2015. - 26 p.
7. Kozhemyakin E. A. Mass communication and media discourse: to research methodology. Scientific statements of BelGU. Humanities Series, 2010, no. 12, vol. 6, pp. 13–21 – [E. resource] / E.A. Kozhemyakin – Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-kommunikatsiya-i-mediadiskurs-k-metodologii-issledovaniya>
8. Spark of Southern “Giorgio: Fragrance That Makes You Feel Glamorous!” [E. resource] / Spark of Southern – Access mode: <http://www.sparkofsouthernmoms.com/giorgio-fragrance-makes-feel-glamorous/>
9. HarpersBAZAAR “Christian louboutin created the most glamorous lipstick ever” [E. resource] / HarpersBAZAAR – Access mode: <http://www.harpersbazaar.com/beauty/makeup/a11718/christian-louboutin-lipstick/>
10. Temnikova L. B. On the question of the typology of the media discourse // Polytematic network electronic scientific journal of the Kuban State Agrarian University. – 2016. – Issue. No. 119. – pp. 1-13. – [E. resource] / L.B. Temnikova - Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-otipologii-mediadiskursa>
11. Viva Glam Magazine “The Hat That Will Make You Instantly Glamorous This Spring” [E. resource] / Viva Glam Magazine – Access mode: <http://vivaglammagazine.com/the-hat-that-will-make-you-look-instantly-glamorous-this-spring/>
12. Weddbook [E. resource] / Weddbook – Access mode: <http://weddbook.com/search/glam>
13. Zappos “Michael Kors Geometric Glamour Solids Cold Shoulder Ruffle Dress Cover-up” [E. resource] / Zappos – Access mode: <https://www.zappos.com/p/michael-michael-kors-geometric-glamour-solids-cold-shoulder-ruffle-dress-cover-up-black/product/9029855/color/3>

Актуализация концепта GLAMOUR в рекламном дискурсе Е. В. Саранюк

Аннотация. Статья посвящена анализу концепта GLAMOUR и особенностям его актуализации в современном англоязычном рекламном дискурсе. Исследование фокусируется преимущественно на анализе рекламных сообщений, в которых вербализируются лексема *glamour* и её дериваты. Сочетание этих лексем с манипулятивными приёмами направлено на создание у реципиента представления о гламуре и формирование стремления его получить с помощью приобретения товара, позиционируемого как гламурный.

Ключевые слова: массмедийный дискурс, рекламный дискурс, функция, концепт GLAMOUR.

Варіативність мовленнєвої поведінки дискурсивної особистості при зміні соціальних ролей

Ю. С. Скриннік

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна
*Corresponding author. E-mail: j.skrynnik@karazin.ua

Paper received 27.10.17; Revised 03.10.17; Accepted for publication 05.10.17.

<https://doi.org/10.31174/SEND-PH2017-145V41-11>

Анотація. Стаття присвячена вивченню особливостей мовленнєвої поведінки дискурсивної особистості у ході реалізації нею соціальних ролей в інституційному та побутовому типах дискурсу. При втіленні соціальних ролей за офіційно-ділових та побутових обставин для мовлення однієї й тієї ж дискурсивної особистості характерним є варіювання вербальних та невербальних компонентів комунікації, що є об'єктом дослідження у даній статті.

Ключові слова: дискурсивна особистість, вербальні компоненти комунікації, невербальні компоненти комунікації, соціальна роль, інституційний дискурс, побутовий дискурс.

Увесь світ – театр.

У ньому жінки, чоловіки - усі актори.

У них свої є виходи, уходи.

І кожен не одну грає роль.

All the world's a stage;

And all the men and women merely players;

They have their exits and their entrances;

And one man in his time plays many parts.

(From "As You Like It" by William Shakespeare, spoken by Jaques)

Вступ. Так говорив В. Шекспір у п'єсі «Як вам це сподобається» устами одного зі своїх героїв. Кожен індивід виконує безліч соціальних ролей протягом свого життя. Вміння оперувати соціальними ролями є знаковим для особистості як соціальної істоти. Характерні вербальні та невербальні ознаки однієї соціальної ролі можуть мати вплив на іншу соціальну роль, виконувану тією самою особистістю. Тобто, при реалізації соціальних ролей дискурсивної особистості інституційний стиль спілкування може накладати свій відбиток на манеру спілкування у побутових умовах або навпаки. **Актуальність** даного дослідження визначається необхідністю виявлення особливостей мовленнєвої поведінки дискурсивної особистості при виконанні нею певних соціальних ролей у різних типах дискурсу, а саме – у побутовому та інституційному типах дискурсу.

Об'єкт дослідження становлять вербальні та невербальні компоненти комунікації, які та сама дискурсивна особистість використовує при виконанні різних соціальних ролей в різних типах дискурсу. **Предметом** дослідження виступають особливості використання вербальних та невербальних компонентів комунікації у ході оперування соціальними ролями в інституційному та побутовому типах дискурсу. **Матеріалом** дослідження слугували діалогічні фрагменти з творів сучасної англійської художньої літератури та кіносценаріїв англійських фільмів. **Метою** дослідження є прагматичний аналіз вербальних та невербальних засобів комунікації при виконанні дискурсивною особистістю різних соціальних ролей в інституційному та побутовому типах дискурсу.

Результати та їх обговорення. У лінгвістичній царині дослідження соціальних ролей та статусів представлено науковими працями В.І. Карасика [6], М.В. Миранової [12], О.В. Ємельянової [30], S. Moscovici [24], P. Rahta [25], A. Sarpi [26], М.Л. Макарова [10], І.С. Шевченко [20] та ін. Виконання індивідом соціальних ролей також осмислюється у площині вербальності та невер-

бальності у працях Л.В. Солощук [14; 15; 16; 17], О.Г. Звереві [3], М.В. Котова [7].

«Спілкування людей за допомогою мови – це системний, структурний, соціальний, історичний та психологічний феномен» [13, с. 19]. Міжособистісна інтеракція є певне відносне чи постійне комунікативне домінування одного співрозмовника над іншим. При цьому вектор спрямованості комунікативного потоку може змінюватись у відповідності зі зміною ролей мовців. З іншого боку, нерідким випадком є те, що учасники діалогу розглядаються не як рівноправні партнери, а як комунікативний лідер і його послідовник [13].

Основні фактори, що визначають соціальні відносини між комунікантами, представлені дистанцією та владою [4; 9; 18; 19; 28]. Згідно з висновками досліджень у галузі психолінгвістичної сутності комунікативного лідерства, ролі комунікативного і соціального лідерів у діалогічному спілкуванні співпадають приблизно у 80% випадків [13, с. 20]. Цей факт досить логічно пояснюється тим, що співрозмовник, що займає вище положення у групі через свою посаду, ерудицію, сімейний статус (батько, мати) і т.д., користується авторитетом у вказаній групі і є також її неформальним лідером. Досить очевидно, що у такого лідера є більше шансів реалізувати свій комунікативний намір та досягнути мети спілкування, унаслідок чого він стає одночасно і комунікативним лідером.

На перебіг комунікації можуть впливати базові змінні, що становлять соціальний компонент [29, с. 183]. Базові змінні розуміємо, за Р. Водак, як соціальні та біосоціальні змінні (вік, соціальний клас, стать) [32]. Вони переважно реалізуються у формі стереотипного мислення, колективного знання, спільного знання, соціального контексту тощо. Як правило, за умов асиметрії соціальних змінних підвищується вірогідність комунікативного непорозуміння [21, с. 262]. Використання вербальних та невербальних компонентів комунікації у ході оперування соціальними ролями в інституційному та побутовому типах дискурсу залежить від віку, соціального класу, статі дискурсивної особистості. Вербальні та невербальні характеристики однієї й тієї ж дискурсивної особистості змінюються при втіленні соціальної ролі «керівник» в інституційному дискурсі та соціальної ролі «мати» / «дружина» у побутовому дискурсі, тобто при переході з одного типу дискурсу в інший. Вони варіюються і при зміні ролей однієї й тієї ж дискурсивної особистості у межах одного типу дискурсу (наприклад, при переході від виконання ролі «керівника» до ролі «підлеглого» в інституційному дискурсі).

Асиметричний тип відносин між соціально домінуючим (керівник) індивідом та підлеглим (працівник або

кандидат на посаду) визначає використання директивів та вимог, які, за їх природою, несуть загрозу обмеження свободи дій реципієнта [22]. Хоча, як зазначають Н.К. Кравченко та Т.А. Пастернак [23, с. 61], такі висловлення не сприймаються як загроза по відношенню до підлеглого, поки він / вона очікують відповідні принципи поведінки у рамках інституційного дискурсу:

(1) *BEN: True. Well, I think we did it in under two minutes. I'll wait to hear from you. [Crosses to the door] Would you like the door open or closed?*

JULES: Doesn't matter. [Ben exits, CLOSING the door behind him.]

JULES: Open. Actually. [Ben opens it back up, slips a last look at Jules.]

JULES: You'll get used to me.

BEN: Look forward to it (The Intern, 2014).

Бен, втілюючи соціальну роль «підлеглий», очікує від Джулз у соціальній ролі «керівник» вимогливого ставлення до себе, тому не сприймає висловлень керівника як загрозу по відношенню до себе, підлеглого. Комунікант у соціальній ролі керівника використовує неповні речення (*Doesn't matter. Open. Actually.*). Простежується тенденція до того, що мовець, виконуючи соціальну роль формального лідера, а саме, керівника компанії, оперує короткими неповними реченнями, якщо хоче завершити розмову. Джулз при втіленні соціальної ролі «керівник» імпліцитно намагається повідомити Бену, що в цій компанії йому буде важко працювати з таким керівником, як вона. Джулз має намір не дати роботу Бену. Вона використовує тактику маніпулювання, яку трактуємо за О.С. Иссерс як «засіб навмисного мовленнєвого впливу на співрозмовника» [5, с. 26]. Для маніпулятивної позиції характерним є ставлення до опонента як до засобу досягнення власних цілей [5, с. 145]. Маніпулятивні ресурси дозволяють досягати цілей мовленнєвого впливу. Маніпуляція у наведеному прикладі реалізується за рахунок негативної самореференції: спочатку Джулз цілеспрямовано проявляє свій мінливий характер у ситуації з дверима, а потім фразою *You'll get used to me* імплікує, що необхідно буде звикати до неї, а це не кожному під силу. Як відзначає Л.Є. Сорокіна, з одного боку, для маніпулятора важливо залишатись непомітним на експліцитному рівні діалогу, з іншого боку, реципієнту маніпулятивної тактики необхідно зрозуміти імпліцитну інформацію, яка закладена у підтекст [27, с. 60]. Інакше маніпуляція не матиме сенсу. У *Прикладі 1* мовець у соціальній ролі «підлеглий» на маніпулятивні тактики з боку мовця у соціальній ролі «керівник» відповідає ввічливо (*Look forward to it*). Такий комунікативний хід не дає відповідь, чи було імпліцитне повідомлення адресата зрозумілим для адресанта. Адресат залишається «активним реагуючим учасником комунікації, домінуючою характеристикою якого є здійснення смислової інтерпретації ініціального мовленнєвого акту» [2, с. 13].

Комунікативні процеси в побутовому дискурсі відбуваються між комунікантами, стосунки яких характеризують високий ступінь знайомства й неформальність [14, с. 211]. Та сама особистість, яка в інституційному дискурсі виконує соціальну роль «керівник», за побутових обставин, у соціальній ролі «дружина», може змінювати дискурсивний реєстр спілкування, використовуючи експліцитні висловлювання, що є прямими та не завуальованими:

(2) *MATT: [doing dishes] Wait. Tell me, I was waiting for you to call. Did you like the guy or...?*

JULES: Thought he wasn't the right fit. For me. Kinda scary act ually. [Matt looks disappointed] There's a lot more names on the list, so... [Matt nods as Jules ponders why he'd want this] (The Intern, 2014).

На питання чоловіка щодо кандидата на посаду у компанії, жінка відповідає прямо, що він не підійшов їй. На вербальному рівні жінка у соціальній ролі «дружина» використовує еліптичне речення (*Thought he wasn't the right fit*). Вербальна поведінка, що є притаманною для соціальної ролі «керівник», може зумовлювати використання коротких чітких висловлювань. Дискурсивна особистість оперує неповними реченнями (*For me. Kinda scary actually*) як в родинній сфері, так і в офіційно-діловому спілкуванні (*Приклад 1*). Офіційно-діловий статус дискурсивної особистості накладає відбиток на стиль спілкування за побутових умов.

У побутовому дискурсі значна увага приділяється емоційному стану комунікативного партнера. При виконанні соціальної ролі «дружина» Джулз турбується питанням чоловіка, що проявляється на невербальному рівні (*Jules ponders why he'd want this*) та на вербальному (*There's a lot more names on the list, so...*). Комунікант не завершує відповідь, яка несе негативне значення, щоб не засмучувати свого співрозмовника ще більше.

Асиметрія соціальних змінних, а саме – асиметрія у віці та гендері, а також у соціально-статусних відносинах може впливати на перебіг комунікації в інституційному дискурсі. Якщо висловлювання адресанта не є відповідними для виконання соціальної ролі підлеглого, тобто суперечать усталеним в суспільстві нормам щодо виконання соціальної ролі підлеглого, це може спровокувати зміну комунікації у конфліктне русло:

(3) *"For God's sake, Fiona, it takes more than 'governance' to run a board. We all know what the rules are. We waste half our time discussing procedures and inventing new ones to slow us down. I'm amazed you find time to run the company at all. I never wasted all that time during my entire career. We made good decisions and followed through on them. We didn't fritter away our time making up new rules about how to do it." "You can't run a corporation like a dictatorship anymore," she said firmly. "Those days are over. And our stockholders wouldn't put up with it, as well they shouldn't. We all have to live by the rules, and stockholders are much better informed and far more demanding than they were twenty or thirty years ago," she said, and he knew it was true. Fiona was a modern CEO, and lived by all those rules that Harding thought were a waste of time. He criticized Fiona often for it (D. Steele Power Play, 2014, p 11).*

У вище наведеному прикладі жінка-мовець є формальним лідером, адже виконує соціальну роль «керівник компанії». Її позицію намагається перейняти мовець у соціальній ролі «підлеглий», на що впливає асиметрія соціальних змінних – гендер та вік. Чоловік похилого віку у соціальній ролі «підлеглий» намагається переконати молоду жінку-керівника компанії в тому, що його методи керівництва є правильними. Мовець-чоловік має намір змінити хід розмови на його користь, тобто стати неформальним лідером. У спробі взяти на себе позицію неформального лідера, адресант прибігає до маніпулятивної тактики заради погодження адресата з його думкою щодо керівництва компанією. Тактика маніпуляції відбувається через комунікативний хід «апеляція до здорового глузду» [5, с. 153] (*We all know what the rules are*). На лексичному рівні, «апеляція до здорового глузду»

відбувається за рахунок повторів особових займенників *we, I* та використання сталого словосполучення (*For God's sake*).

Комунікант при виконанні соціальної ролі «керівник» має відповідну невербальну поведінку (*she said firmly; she said, and he knew it was true*). У такий спосіб комунікант підтверджує свою соціальну роль «керівника» та відстоює свою позицію у керівництві компанією.

Мовець при переході від соціальної ролі «керівник» до соціальної ролі «мати» оперує експліцитними висловлюваннями, що ще раз підтверджує «прозорість та відкритість» побутового спілкування:

(4) "Yes. What's up?" she answered in a subdued voice, so no one would hear her on a personal call as she walked down the hall. "Are you okay?" "I'm on my way to a board meeting," Fiona answered, still speaking in a stage whisper. "What do you need?" "I don't need anything. I just wanted to ask you something." Alyssa sounded mildly insulted. "Not in the middle of my workday, before a board meeting. I'm very glad you want to discuss it with me. I just can't do it now." She was at the door to the boardroom and she needed to end the call (D. Steele Power Play, 2014, p 6-7).

Комунікант, переключаючись на соціальну роль «мати» у приміщенні офісу, не змінює офіційного реєстру спілкування, використовуючи короткі та чіткі висловлювання (*I'm on my way to a board meeting. I'm very glad you want to discuss it with me. I just can't do it now*). Кожне речення починається особовим займенником *I*, що підкреслює офіційно-діловий статус комуніканта у спілкуванні на побутові теми. Використовуються прями не поширені питальні речення (*What's up? Are you okay? What do you need?*) для економії робочого часу та для отримання короткої вичерпної відповіді на свої запитання.

Невербальна комунікація є «реальним, а не ілюзорним контактом між людьми» [8]. Мовець, знаходячись у соціальній ролі матері, розмовляє з донькою по телефону (*She answered in a subdued voice, so no one would hear her on a personal call as she walked down the hall. She was at the door to the boardroom and she needed to end the call*), щоб ніхто на робочому місці не міг почути їхньої приватної розмови. При цьому комунікант має за мету зберегти свій офіційно-діловий статус керівника компанії, ставлячи особисте життя на друге місце.

Для інституційного дискурсу притаманним є використання ввічливих звертань, що на лексичному рівні проявляється за допомогою лексики *dear (Dear Madame Brassart; my dear friend the ambassador)*; використання таких граматичних конструкцій, як умовні речення (*everyone at the American embassy, including my dear friend the ambassador, will be very surprised if I'm not allowed to take my examination*).

Жінка при виконанні соціальної ролі «учень кулінарних курсів» прибігає до використання маніпулятивної тактики, посилаючись на знайомства свого чоловіка (*everyone at the American embassy, including my dear friend the ambassador, will be very surprised if I'm not allowed to take my examination*). Джулія, розраховуючи на те, що при посиланні на корисне знайомство з американським послом зможе досягти своєї мети – отримати «залік» на екзамені з кулінарії, не отримує бажаного результату. О.С. Іссерс розглядає такий вид маніпулятивного втручання як комунікативний хід «апеляція до Авторитету» [5, с. 155]. Директорка кулінарної школи все рівно дає їй завдання, до того ж, підвищеної складності – записати рецепт складної французької страви. Назва

страви є складною для Джулії, тим паче рецепт. На вербальному рівні про це свідчить повільне повторення назви страви, що підкріплюється невербальним просодичним компонентом:

(5) *JULIA: Dear Madame Brassart, everyone at the American embassy, including my dear friend the ambassador, will be very surprised if I'm not allowed to take my examination.*

SCHOOL DIRECTOR: You will write the recipes for oeufs mollets. Côtelettes de veau en surprise, et crème renversée au caramel.

JULIA: Côtetele-ttes de veau en sur-prise. [She sighs deeply with scorn as writing down the name of the dish] (Julie and Julia, 2009).

Члени родини, близькі друзі відносяться до ядерної зони дискурсивного оточення [14, с. 169], до якої відносяться особи, з якими дискурсивна особистість підтримує постійний соціальний зв'язок, і як наслідок – комунікативний зв'язок, і таким чином набуває дискурсивний досвід щодо них. Тому для вербальної та невербальної поведінки мовців у побутовому дискурсі характерними є спонтанність висловлювань (*JULIA: Pasadena. DOROTHY: Pasadena. JULIA AND DOROTHY TOGETHER: Jinx*), вживання вигуків (*Oh*), повторів (*Yes. Yes, that's the Brie. DOROTHY: Yes! DOROTHY: Yes. The answer's yes*):

(6) *DOROTHY [JULIA'S SISTER]: Do not bait Father about politics when he comes.*

JULIA: No. Or he won't pick up the check.

DOROTHY: He won't, will he?

JULIA'S HUSBAND: I can't make any promises.

JULIA: He loves Senator McCarthy.

DOROTHY: Oh, I know.

JULIA: Pasadena.

DOROTHY: Pasadena.

JULIA AND DOROTHY TOGETHER: Jinx.

JULIA'S HUSBAND: Dort, do you have... You have the Brie.

DOROTHY: Is this the Brie?

JULIA: Yes. Yes, that's the Brie.

JULIA: Is that not the most wonderful cheese you ever had in your life?

DOROTHY: Yes!

DOROTHY: Yes. The answer's yes.

JULIA: I got the chefat Chez la Mère Michel to give me the recipe for beurre blanc.

DOROTHY: Beurre blanc. What's beurre blanc?

JULIA: Butter in a white wine vinegar reduction.

DOROTHY: I love butter.

JULIA: You whisk them together, and the acid in the vinegar works on the milk solids in the butter so that the butter, instead of melting, becomes this creamy, light, frothy, with kind of a fantastic subtle kind of... (Julie and Julia, 2009).

Спілкування за неофіційних обставин у родинному колі починається темою родинних відносин (*Do not bait Father about politics when he comes*), а закінчується професійною темою одного з комунікантів (*You whisk them together, and the acid in the vinegar works on the milk solids in the butter so that the butter, instead of melting, becomes this creamy, light, frothy, with kind of a fantastic subtle kind of...*). Комунікант при виконанні соціальної ролі «дружики» та «сестри» обирає кулінарію темою розмови, що стосується її професійної діяльності. Тобто, професійна діяльність дискурсивної особистості впливає на їх по-

вськденне життя та вибір теми для розмови за побутових обставин.

Висновки. Для дискурсивної особистості характерною є варіативність вербальної та невербальної поведінки при зміні соціальних ролей в офіційно-ділових та побутових умовах спілкування, при цьому професійні навички спілкування накладають відбиток на стиль комунікації у побутовому дискурсі, і навпаки. Якщо дискурсивна особистість в офіційних обставинах використовує короткі, непоширені, еліптичні речення, притаманні лаконічному стилю «керівника», то такий стиль комунікації стає характерним для цієї дискурсивної особистості і в побутовому спілкуванні. Конфігурація соціальних ролей в офіційних умовах спілкування дозволяє мовцям залучати тактики маніпуляції у процесі комунікації, для чого вживаються імпліцитні висловлювання, негативна самореференція, комунікативний хід «апеляція до здорового глузду» та «апеляція до Авторитету». У побутовому дискурсі той самий мовець надає перевагу експліцитним висловлюванням, у яких частотним є використання вигуків, повторень реплік комунікативного партнера, повторень власних слів з метою прояву погодження. Мовлення дискурсивної особистості в неофіційних умовах спілкування відзначається вищим ступенем емоційності, а також апеляцією до емоційного стану комунікативного партнера.

Невербальні компоненти комунікації в інституційному дискурсі слугують збереженню офіційно-ділового статусу мовця. Кінесичні невербальні компоненти комунікації в інституційному дискурсі є мінімальними задля збереження ділового іміджу дискурсивної особистості. У той час як при зміні соціальних ролей в побутових умовах мовець дозволяє собі використовувати ширший спектр невербальних компонентів комунікації. У побутових умовах дискурсивна особистість оперує більшою кількістю кінесичних та просодичних невербальних компонентів. Вибір теми розмови в неофіційних умовах може відображати професійний вид діяльності дискурсивної особистості, що також є відбитком ділового стилю життя на спілкування за побутових умов. «Гнучкість» побутового спілкування дозволяє дискурсивній особистості вносити елементи мовленнєвої поведінки, характерної для інституційного дискурсу, у той час як «чіткі межі» інституційного спілкування не завжди дозволяють виходити за межі офіційно-ділового спілкування.

На реалізацію соціальних ролей дискурсивної особистості можуть впливати базові соціальні та біосоціальні змінні. Вік, соціальний клас, стать дискурсивної особистості вносять свої корективи щодо реалізації нею соціальних ролей. **Перспективним** вважаємо дослідження впливу віку та гендеру на втілення соціальних ролей дискурсивної особистості в різних типах дискурсу.

ЛІТЕРАТУРА

- Белова А.Д. Комунікативні стратегії і тактики / А.Д. Белова // Мовні і концептуальні картини світу. – К., 2004. – Вип. 10. – С. 11–16.
- Белова С.С. Структурно-семантичні та лінгвопрагматичні особливості непрямої відповіді адресата в різних типах англомовного дискурсу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.04. «Германські мови»/С.С. Белова-Харків, 2017. – 20 с.
- Зверева О.Г. Соціальні ролі сіблінгів у сімейному дискурсі / Л.В. Солощук, О.Г. Зверева // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна, 2010. – № 928. – С. 63–68.
- Ильченко М.Л. Метакоммуникативные тактики доминирования в американском электоральном дискурсе (на материале предвыборных теледебатов)/М.Л. Ильченко//Проблемы лингвистики и лингводидактики: междунар. сб. науч. ст.-Белгород, 2013.-Вып. 1.-С. 88–96.
- Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 284 с.
- Карасик В.И. Язык социального статуса / В.И. Карасик. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2002. – 333 с.
- Котов М.В. Адаптивні стратегії полікультурної дискурсивної особистості в англомовному комунікативному просторі : ... дис. канд. філол. наук : 10.02.04. «Германські мови» / М.В. Котов. – Харків, 2014. – 264 с.
- Крейдлин Г.Е. Мужчины и женщины в невербальной коммуникации // Г.Е. Крейдлин. – М. : Языки славянской культуры, 2005. – 224 с.
- Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации / Т.В. Ларина. – М. : Рукописные памятники Древней Руси, 2009. – 516 с.
- Макаров М. Л. Интерпретативный анализ дискурса в малой группе / М.Л. Макаров. – Тверь, 1998. – 200 с.
- Максименко О.В. Когнітивна класифікація жестово-вербальних висловлень / О.В. Максименко, А.П. Мартинюк // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Іноземна філологія. – 2016. – Вип. 84. – С. 6–15.
- Миронова М.В. Статусные отношения коммуникантов при неодобрении и порицании / М.В. Миронова // Ярославский педагогический вестник. – 2012. – № 4. – Том 1 (Гуманитарные науки). – С. 195–198.
- Морозова И.Б. Психолінгвістическая сущность коммуникативного лидерства: гештальт-анализ / И.Б. Морозова, Е.А. Пожарицкая // Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Іноземна філологія. – 2016. – Вип. 84. – С. 17–25.
- Солощук Л.В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англомовному дискурсі: [монографія] / Людмила Василівна Солощук. – Харків: Вид-во «Константа», 2006. – 300 с.
- Солощук Л.В. Взаємодія вербальних і невербальних компонентів комунікації у сучасному англомовному дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філол. наук : спец. 10.02.04. «Германські мови» / Л.В. Солощук. – Харків, 2009. – 37 с.
- Солощук Л.В. До питання дискурсивного аналізу невербальних компонентів комунікації / Л.В. Солощук // Каразінські читання: Людина Мова. Комунікація. Тези доповідей XVI наукової конференції з міжнародною участю. – Х.: Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 2017. – С. 122–123.
- Солощук Л.В. Дискурсивна особистість у світлі теорії поліковдовості комунікативного процесу / Л.В. Солощук // Записки з романо-германської філології. – Одеський національний університет імені І.І. Мечникова. – 2015. – №1(34). – С. 167–174;
- Суховерхая О.В. Дистанцирование субъекта дискурсивной деятельности: когнитивно-дискурсивный аспект / О.В. Суховерхая // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, 2013. – № 1052. – С. 60–64.
- Товстенюк К.В. Психологічна дистанція у комунікативному просторі співрозмовника / К.В. Товстенюк // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Серія «Філологічні науки. Мовознавство». – Луцьк: ВНУ імені Лесі Українки, 2011. – №4. – С. 101–105.
- Шевченко И.С. Метадискурсивные категории диалогического дискурса / И.С. Шевченко // Функциональная лингвистика: сб. науч. работ / Крымский республиканский институт последипломного педагогического образования; науч. ред. А.Н. Рудяков. – № 2. Том № 2. – Симферополь, 2011. – С. 292–294.
- Юровських К.А. Методологічні засади соціолінгвістичної парадигми дослідження комунікативного непорозуміння в англомовному діалогічному дискурсі / К.А. Юровських // Одеський лінгвістичний вісник. – 2017. – № 9, том 1. – С. 261–264.
- Brown P. Politeness and impoliteness / P. Brown // Oxford handbook of pragmatics. Oxford: Oxford University Press. – P. 383–399.
- Kravchenko N.K. Politeness strategies via speech acts and conversational implicatures // N.K. Kravchenko, T.A. Pasternak // Science and Education a New Dimension. Philology. – 2016. – IV(25), Issue: 105. – P. 60–63.

24. Moscovici S. The phenomenon of social representations / R. Farr, S. Moscovici (eds) // Social representations. – P.; Cambridge : Maison des Sciences de l'homme and Cambridge Univ. Press, 1984. – P. 3–69.
25. Pahta P. Language practices in the construction of social roles in Late Modern English / P. Pahta, M. Nevala, A. Numi, M. Palander-Collin. – Amsterdam & Philadelphia : John Benjamins, 2010. – 241 p.
26. Sapru A. Automatic social rolerecognition and its application in structuring multiparty interactions : diss. ... / Ashtosh Sapru. – Lausanne, EPFL, 2015. – 128 p.
27. Sorokina L. Ye. The Role of Implicature and Presupposition in Men's and Women's Manipulative Utterances / L. Ye. Sorokina // Science and Education a New Dimension. Philology. – 2016. – IV(22), Issue: 99. – P. 59–62.
28. Wierzbicka A. Cross-Cultural Pragmatics / The Semantics of Human Interaction / A. Wierzbicka. – Berlin & New York : Mouton de Gruyter, 1991. – 502 p.
29. Wodak R. Mediation Between Discourse and Society: Assessing Cognitive Approaches in CDA / R. Wodak // Discourse Studies. – 2006. – Vol. 8 (1). – P. 179–190.
30. Yemelyanova O. Features of Foregrounding of the Communicator's Status in English Conflict Discourse / O. Yemelyanova, Ye. Honcharova // Наукові записки. – Випуск 145. – Серія : Філологічні науки. Кіровоград: Видавець Лісенко В.Ф., 2016. – С. 132–136.
31. Julie and Julia [Е. пєсучр]. – Screenplay by Nora Ephron. 2009. – Режим доступу : http://www.script-orama.com/movie_scripts/j/julie-and-julia-script-transcript.html
32. Steele D. Power play / D. Steele // Power play – the US: Random House, 2014. – 203 p.
33. The Intern [Е. пєсучр]. – Screenplay by Nancy Meyers. 2014. – Режим доступу : <http://www.ivanachubbuck.com/wp-content/uploads/2012/02/The-Intern-Ben-Patty-Entire-Screenplay.pdf>

REFERENCES

1. Belova A.D. Communicative Strategies and Tactics / A.D. Belova // Language and Conceptual Picture of the World. – Kiev, 2004. – Issue 10. – P. 11–16.
2. Bielova S.Y. Structural, Semantic and Linguo-pragmatic Properties of an Addressee's Indirect Answers in Different Types of the English Discourse : Abstract Dis. for the Scientific Degree of the Candidate in Philology : spets. 10.02.04 "Germanic Languages" / S. Y. Bielova. – Kharkiv: V.N. Karazin Kharkiv National University, 2017. – 20 p.
3. Zvereva O.G. Social Roles of Siblings in the Family Discourse / L.V. Soloshchuk, O.G. Zvereva // Visnyk Kharkivskogo nacionalnogo universytetu imeni V.N. Karazina, 2010. – № 928. – P. 63–68.
4. Ilchenko M.L. Metacommunicative Tactics of the Dominance in American Electoral Discourse (on the material of Pre-election TV Debates) / M.L. Ilchenko // Problems of Linguistics and Linguistics: International Scientific Journal. – Biełgrad, 2013. – Issue 1-P. 88–96.
5. Issers O.S. Communicative Strategies and Tactics of the Russian Language / O.S. Issers. – M.: Editorial URSS, 2003. – 284 p.
6. Karasik V.I. The Language of the Social Status / V.I. Karasik. – M.: ITDGG "Gnosis", 2002. – 333 p.
7. Kotov M.V. Adaptation Strategies of a Polycultural Discursive Personality in the English Communicative Space: Thesis for a PhD Degree in Philology: 10.02.04 – Germanic Languages / Kotov Mykhailo Volodymyrovych. – Kharkiv, 2014. – 264 p.
8. Kreidlin G.E. Men and Women in Non-verbal Communication // G.E. Kreidlin. – M.: Languages of Slavic Cultures, 2005. – 224 p.
9. Larina T.V. Category of Politeness and Communicative Style / T.V. Larina. – M.: Handwritten Records of the Ancient Rus, 2009. – 516 p.
10. Makarov M.L. Interpretation Discourse Analysis in the Small Group / M.L. Makarov. – Tver, 1998. – 200 p.
11. Maksymenko O.V. Cognitive Classification of Gesture-verbal Utterances (Case Study of the American Entertaining Television Interview) / Maksymenko O.V., Martynyuk A.P. // Visnyk Kharkivskogo nacionalnogo universytetu imeni V.N. Karazina, 2016. – Issue 84. – P. 6–15.
12. Mironova M.V. The Status Relations of Communicating People at Disapproval and Reproof / M.V. Mironova // Yaroslavl Pedagogical Journal. – 2012. – № 4. – Volume 1 (Humanitarian Sciences). – P. 195–198.
13. Morozova I.B. Psycholinguistic Nature of Communicative Leadership: Gestalt-analysis / I.B. Morozova, O.O. Pozharytska // Visnyk Kharkivskogo nacionalnogo universytetu imeni V.N. Karazina. – 2016. – Issue 84. P. 17–25.
14. Soloshchuk L.V. Verbal and Non-verbal Components of Communication in the English Language Discourse: Manuscript / Soloshchuk Lyudmila Vasilivna. – Kharkiv: "Konstanta" Publ., 2006. – 300 p.
15. Soloshchuk L.V. Interaction of Verbal and Non-Verbal Components of Communication in Modern English Discourse : Abstract Dis. for the Scientific Degree of Doctor in Philology : spets. 10.02.04 "Germanic Languages" / Soloshchuk Lyudmila Vasilivna. – Kharkiv, 2009. – 37 p.
16. Soloshchuk L.V. To the Question of Discursive Analysis of Non-verbal Components of Communication / L.V. Soloshchuk // Karazin Readings: Personality. Language. Communication. The Book of Abstracts of XVI Scientific Conference with International Participation. – Kh.: Karazin Kharkiv National University, 2017. – P. 122–123.
17. Soloshchuk L.V. The Discursive Personality within the Frames of the Theory of Policode Nature of the Communicative Process / L.V. Soloshchuk // Notes on Roman-German Philology. – II. Mechnikov Odessa National University. – 2015. – № 1(34). – P. 167–174.
18. Sukhovirskaya O.V. Distancing of the Subject of Discursive Activity: Cognitive/Discursive Approach / O.V. Sukhovirskaya // Visnyk Kharkivskogo nacionalnogo universytetu imeni V.N. Karazina. – № 1052. – P. 60–64.
19. Tovstenyuk K.V. Psychological Distance in Communicative Space of the Interlocutor / K.V. Tovstenyuk // Naukovyj visnyk Volynskogo derzavnogo universytetu imeni Lesi Ukrainky. "Philological Sciences. Linguistics". – Luck, 2011. – № 4. – P. 101–105.
20. Shevchenko I.S. Metadiscursive Categories of Dialogical Discourse / I.S. Shevchenko // Functional Linguistics: Scientific Journal / Crimea Republican Institution of Postgraduate Education; sci. pub. A.N. Rudyakov – № 2. Volume № 2. – Simferopol, 2011. – P. 292–294.
21. Yurovskykh K.A. Methodological Foundations of Sociocognitive Research Paradigm of Communicative Misunderstanding in the English Dialogical Discourse / K.A. Yurovskykh // Odessa Linguistics Journal. – 2017. – № 9, volume 1. – P. 261–264.

Variability of the communicative behaviour of the discursive personality in the process of changing social roles

Yu. S. Skrynnik

Abstract. Peculiarities of the communicative behaviour of the discursive personality in the process of realization of social roles in the institutional and every day discourse are investigated in the article. In the process of implementing social roles under official and unofficial circumstances the characteristic features of the same discursive personality's speech is the variability of verbal and non-verbal components of communication that presents the object of the investigation in the article.

Keywords: *discursive personality, verbal components of communication, non-verbal components of communication, social role, institutional discourse, everyday discourse.*

Вариативность речевого поведения дискурсивной личности при смене социальных ролей

Ю. С. Скрынник

Аннотация. Статья посвящена изучению особенностей коммуникативного поведения дискурсивной личности в процессе реализации ею социальных ролей в институциональном и бытовом типах дискурса. При исполнении социальных ролей в официально-деловых и бытовых условиях для речи одной и той же дискурсивной личности характерным является варьирование вербальных и невербальных компонентов коммуникации, что является объектом исследования в данной статье.

Ключевые слова: *дискурсивная личность, вербальные компоненты коммуникации, невербальные компоненты коммуникации, социальная роль, институциональный дискурс, бытовой дискурс.*

Концептуальна та мовна картини світу в аспекті зіставного мовознавства

Л. Л. Славова

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна
Corresponding author. E-mail: slavovall16@gmail.com

Paper received 28.10.17; Revised 03.11.17; Accepted for publication 05.11.17.

<https://doi.org/10.31174/SEND-PH2017-145V41-12>

Анотація. Стаття присвячена питанням реконструкції мовної та концептуальної картин світу в аспекті зіставного мовознавства. Один із основних методів реконструкції є моделювання. Картину світу визначаємо як уявлення людини про оточення, що фіксується у мовній формі, з одного боку, та є результатом концептуальної репрезентації дійсності через систему ключових концептів, – з іншого.

Ключові слова: картина світу, модель, моделювання, реконструкція, мовна особистість.

Вступ. Підхід, націлений на виявлення особливостей відображення оточуючого світу у мовних одиницях, є актуальним у зіставних студіях. Спроби реконструкції концептуальної та мовної картин світу на основі різного мовного матеріалу, зіставлення їхніх окремих фрагментів наразі численні та надзвичайно перспективні [1, с. 79–82; 2, с. 9–14].

Короткий огляд публікацій за темою. Модель дійсності, що відображена у свідомості людини, – це картина фактів, "картина світу" [3, с. 8]. Дослідження мовних картин світу актуально для зіставної лексикології та семасіології. Зіставні дослідження у руслі когнітивно-дискурсивної парадигми спрямовані на встановлення специфіки концептуалізації та категоризації світу різнорівневими мовними засобами. Внаслідок того, що представники різних лінгвокультур мають свої особливості концептуалізації, спостерігаються відмінності в їхніх картинах світу [4, с. 265–268]. За О. С. Кубряковою, картина світу є глобальним образом світу, що є результатом усієї духовної активності людини. Вона виникає у неї під час контакту зі світом [5, с. 18].

Останнім часом картини світу розглядають як систему ціннісних орієнтацій, що закодовані в асоціативно-образних комплексах мовних одиниць, та реалізується через інтерпретації цих образних основ за допомогою звернення до еталонів та стереотипів світосприйняття, що характерні для певної лінгвоспільноти, які й зумовили їхнє існування [6, с. 374 та ін.]. Людину в мовній картині світу розглядають у двох аспектах: 1) людина є об'єктом мовної концептуалізації світу; 2) людина є суб'єктом мовної картини світу [7, с. 188].

Поняття картини світу будуватиметься на вивченні уявлень людини про світ. Кожна мова по-своєму членує світ, тобто кожна мова існує у формі особливої картини світу. Мова фіксує в лексичних значеннях слів результати пізнання та сприйняття світу людиною. Сукупність цих знань, закріплених у мовній формі, є мовною картиною світу. Ця картина світу формує тип ставлення людини до світу та задає норми її поведінки у світі, визначає його ставлення до світу [8; 9]. Картина світу фіксує певний образ світу, формування якого співвідноситься з певною логікою світорозуміння [10, с. 33].

Картина світу окремої лінгвоспільноти культурно специфічна. Проте й кожна людина має свою індивідуальну, яка виступає одним із варіантів культурно специфічної картини світу [11, с. 71]. Оскільки остання є базисним компонентом світобачення людини, то вона сприяє тісному зв'язку знань та поведінки людей у суспільстві; формує тип відношення людини до світу.

З огляду на наведені визначення доцільно, на нашу думку, визначити **картину світу** як уявлення людини про оточення, що фіксується у мовній формі, з одного боку, та є результатом концептуальної репрезентації дійсності через систему ключових концептів, – з іншого.

Мета статті полягає у визначенні основних підходів до визначення мовної та концептуальної картин світу в аспекті зіставного мовознавства та проблеми її реконструкції.

Методи. Один із основних способів реконструкції картини світу є моделювання. Метод структурного моделювання був закладений Ю. М. Карауловим, який базується та тезі про те, що будь-який об'єкт можна досліджувати лише на моделях [12, с. 227]. Моделювання передбачає таку процедуру: 1) визначення номенклатури елементів, що входять до картини світу; 2) їх структурування [13, с. 77]. Крім того, для реконструкції використовувались методи і прийоми порівняльно-історичного та зіставно-типологічного мовознавства, лінгвоперсонології та лінгводискурсології.

Виклад основного матеріалу. У створенні мовної картини світу етносу значущими є певні компоненти комунікативної компетенції [14, с. 27], а саме мовний, мовленнєвий, прагматичний і лінгвокультурний. Те, як культура відображається у свідомості людини, становить її культурну компетенцію. Культурна компетенція включає лінгвокультурну компетенцію – відображення лінгвокультури у свідомості особистості, а саме уявлення про загальні норми та традиції вербального й невербального спілкування у межах певного соціально-етнічного суспільства [15, с. 42–43]. Лінгвокультурний фактор детермінує вибір мовних одиниць мовною особистістю, зумовлює структуру презентації інформації та стиль мовця, вибір концептів, спектр прецедентних текстів. Рівень сформованості мовної і концептуальної картини світу дозволяє створити враження про те, як особа сприймає навколишній світ, як вона категоризує та вербалізує предметний світ та досягає когнітивного консонансу в комунікативній взаємодії з представниками своєї та чужої лінгвосоціоетнокультур. Мовна здатність є динамічним утворенням, механізмом, який забезпечує використання "психологічних знарядь". Процес використання цих знарядь, культурні правила їх вибору та ситуативна організація перебувають поза власне мовною здібністю. Вони належать до комунікативної компетенції, яка разом із мовною здібністю утворює мовну особистість [16, с. 223]. Належний рівень сформованості комунікативної компетенції як одна з передумов успішної дискурсивної діяльності мовної особистості є більш широким поняттям порівняно з дискурсивною компетенцією. Дискурсивна компетенція є складовою комунікативної компетенції, яка дозволяє вимірювати рівень сформованості вмінь особистості в здійсненні ефективної та результативної дискурсивної діяльності. Під комунікативною компетенцією розуміють уміння будувати ефективну мовленнєву діяльність, яка відповідає нормам соціальної взаємодії, що притаманні конкретному етносу.

Виразність мовлення як риторичний складник комунікативної компетенції мовної особистості політика

пов'язана з прагматичним впливом на адресата, виявляється в доборі елементів мовного коду, засобів риторики: ритміки мовлення, риторичних фігур, тропів, крилатих висловів тощо, а також у чіткості мовлення, умінні побудови повідомлення (висловлень) із найвищим перлокутивним ефектом [17, с. 33]. У процесі комунікації реципієнт сприймає інформацію, яка співвідноситься з його інформаційно-пізнавальною й комунікативно-прагматичною програмами, певним рівнем компетенції реципієнта та базується на його знаннях. Мовна особистість політика має не лише знання мови, а й знання про її використання, а також знання принципів мовленнєвого спілкування, крім цього, необхідно є наявність позамовних знань, що розглядаються в їх зв'язку з мовними і становлять певний континуум таких різновидів: соціального, колективного та індивідуального знання. Загальна база знань мовної особистості політика включає лінгвістичні, паралінгвістичні та фонові знання. Прецедентні феномени поступово входять до когнітивної бази особистості, і відповідно підвищується рівень сформованості фонових знань.

Носієм мовної свідомості є мовна особистість політика, тобто людина, яка існує в мовному просторі – у спілкуванні, у стереотипах поведінки, зафіксованих у мові, у значеннях мовних одиниць та смислах текстів [18, с. 8]. Мовна свідомість реалізується в мовленнєвій поведінці. Говорячи про мовну свідомість політика, ми маємо мати на увазі ті особливості мовленнєвої поведінки індивідуума, які визначаються комунікативною ситуацією, її мовним та культурним статусом, соціальною належністю, статтю, віком, психічним типом, світоглядом. Одним із способів представлення мовної свідомості є тезаурус.

Люди, які належать до різних культур, по-різному сприймають світ. Культура національно-лінгвокультурного суспільства постає для кожного конкретного представника як сукупність культурних предметів, які дані кожному конкретному членові суспільства для розпредмечування, у процесі якого в людини формуються родові здібності у вигляді умінь та навиків здійснення діяльності з вигодовлення предметів – аналогів тих, які були дані для розпредмечування [19, с. 28–29].

Мовна особистість існує в просторі культури, у поведінкових стереотипах та нормах та ін. Визначальна роль у культурі належить цінностям нації, згорнутим у концепти. Культурні цінності – це система, у якій можна виділити універсальні та індивідуальні, домінуючі та додаткові смисли. Вони знаходять вираження у мові здебільшого в пареміологічному фонді та прецедентних текстах [20, с. 119–120]. Мовна особистість є носієм культурних цінностей, як предмет зіставного дослідження – узагальненим образом носія культурно-мовних і комунікативно-

діяльнісних цінностей, знань, установок і поведінкових реакцій на кожному з рівнів мовної особистості [21].

Мовна картина світу фіксує зміни, що відбуваються в концептуальній картині світу як кожного індивіда, так і всіх її носіїв [21]. Різні системи та структури мов зумовлюються особливостями свідомості її носіїв. Зміна в мові слугує відображенням змін у мисленні її носіїв. В. фон Гумбольдт розглядав концептуальну картину світу як спосіб організації ментальної субстанції [22, с. 43–44], а О.О. Потебня як "об'єктивовану думку суб'єкта" [23, с. 17–19]. Мовна картина світу лише фіксує зміни, що відбуваються в концептуальній картині світу як кожного індивіда, так і всіх її носіїв [21]. Різні системи та структури мови зумовлюються особливостями свідомості носіїв мови. Зміна у мові слугує відображенням змін у мисленні її носіїв.

Мовна особистість як узагальнений образ носія мови відображає основні явища етнонаціонального світосприйняття за допомогою ключових концептів. Концептуальна картина світу окремої мовної особистості й лінгвокультури загалом організується у концептосферу, основною характеристикою якої є ті можливості сумісного "творення смислів", що вона відкриває перед носіями мови [24, с. 110].

Картина світу у проекції на політичний дискурс є викривленою (сконструйованою). Особливості відображення світу людиною відбиває теорія симулякрів Жана Бодрієра. У цій теорії, зокрема, йдеться про те, що нині людина живе у світі, викривленому не лише нетами логіки та мови, у світі, переграному у художніх творах, де універсум "створено заново", але у світі симулякрів, у якому "карта передреє територію" [25, с. 6] і "ера симуляції відкривається [...] через ліквідацію усіх референцій – більше того: через штучне воскресіння їх у системах знаків, матеріалі ще більш в'язкому, аніж смисл [...]" [25, с. 7]. Провідними ознаками будь-якої моделі світу є скорочення, викривлення і генералізація [26, с. 10], тобто люди стикаються не безпосередньо зі світом, а оперують моделлю того, що, як вони вірять, є світом. Мовна картина світу не є дзеркальним відбиттям реальності, оскільки в результаті скорочення, викривлення та генералізації, ми маємо справу з викривленим мовно-ментальним світом, тобто зі сконструйованою картиною світу.

Висновки. Людина є суб'єктом мовної картини світу, яка сприяє тісному зв'язку знань та поведінки людей у суспільстві та формує тип відношення людини до світу. Мова фіксує в лексичних значеннях слів результати пізнання та сприйняття світу людиною. Сукупність цих знань, закріплених у мовній формі, є мовною картиною світу. Перспектива дослідження вбачається в реконструкції образу мовної особистості в різних дискурсивних практиках.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бублейник Л.В. МКС: лексичні та словотвірні українсько-білоруські кореляції // Проблеми зіставної семантики. К. : КНЛУ, 2003. Вип. 6. С. 50–56.
2. Денисова С.П. Картина світу та суміжні поняття в зіставному дослідженні // Проблеми зіставної семантики. К. : КНЛУ, 2005. Вип. 7. С. 9–14.
3. Витгенштейн Л. Философские работы; пер. с нем. М. С. Козловой. М. : Гнозис, 1994. Ч. I. 612 с.
4. Манакин В.Н. Языковые картины мира в перспективах контрастивной лексикологии // Культура народов Причерноморья : научн. журн. / Крым. научн. центр НАН Украины. Симферополь : 2002. № 2. С. 265–268.
5. Кубрякова Е.С. Человеческий фактор в языке. Язык и порождение речи. М. : Наука, 1991. 239 с.
6. Опарина Е.О., Сандомирская И. И. Фразеология и коллективная культурная идентичность // Profilowanie w języku i w tekście. Lublin, 1998. С. 373–379.
7. Радбиль Т.Б. Основы изучения языкового менталитета : учеб. пособие. М. : Флинта: Наука, 2010. 328 с.
8. Голубовская И.А. Этнические особенности языковых картин мира: монография. К. : ВПЦ "Київський університет", 2002. 293 с.
9. Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов. М. : ЧеРо, 2003. 349 с.
10. Попко Л.П. Неологизация в языке как трансляция культурно-лингвистической ментальности : монография. Днепропетровск : ГАРККиИ, 2007. 363 с.

11. Гришаева Л.И., Цурикова Л.В. Введение в теорию межкультурной коммуникации : учебное пособие. М. : Издательский центр "Академия", 2006. 336 с.
12. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М. : Наука, 1987. 263 с.
13. Как нарисовать портрет птицы: методология когнитивно-коммуникативного анализа языка : кол. монография / [Бондаренко Е.В., Мартынюк А.П., Фролова И.Е., Шевченко И.С.]; под ред. И.С.Шевченко. Х. : ХНУ имени В.Н. Каразина, 2017. 246 с.
14. Раевская М.М. Язык в ментальном пространстве: к проблеме постижения национальной логики мышления // Вестник Московского университета. Сер. 19 "Лингвистика и межкультурная коммуникация". 2006. № 1. С. 27-41.
15. Городецкая Л.А. Лингвокультурная компетентность личности : монография. М. : МАКС Пресс, 2007. 224 с.
16. Шахнарович А.М. Языковая личность и языковая способность // Язык - система. Язык - текст. Язык - способность : сб. статей. М. : Ин-т русского языка РАН, 1995. С. 211-223.
17. Бацевич Ф.С. Нариси з лінгвістичної прагматики : монографія. Львів : ПАІС, 2010. 336 с.
18. Карасик В.И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. М. : Гнозис, 2002. 333 с.
19. Красных В.В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? (Человек. Сознание. Коммуникация) : монография. М. : Диалог – МГУ, 1998. 352 с.
20. Маслова В.А. Лингвокультурология. М. : Издательский центр "Академия", 2004. 208 с.
21. Левицький А.Е. Перспективи напрямів з'ясування меж когнітивно-дискурсивної парадигми // Мовні і концептуальні картини світу : зб. наук пр. 2007. Вип. 23. Ч. 2. С. 119-127.
22. Гумбольдт В. Язык и философия культуры; пер. с нем. [сост., общая ред. и статьи А. В. Гулыги и Г. В. Рамишвили]. М.: Прогресс, 1985. 450 с.
23. Потебня А. А. Мысль и язык. К. : Синто, 1993. 187 с.
24. Леонтович О. А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения : монография. М. : Гнозис, 2005. 352 с.
25. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция. К. : вид-во Соломії Павличко "Основи", 2004. 230 с.
26. Слухай Н.В., Снітко О.С., Вільчинська Т.П. Когнітологія та концептологія в лінгвістичному висвітленні : навчальний посібник. К. Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2011. 367с.

REFERENCES

1. Bublejny`k, L. V. MKS: leksy`chni ta slovotvorni ukrayins`kobilorus`ki korelyaciyi // Problemy` zistavnoi semanty`ky`. K. : KNLU, 2003. Vy`p. 6. S. 50-56.
2. Deny`sova, S. P. Karty`na svitu ta sumizhni ponyattya v zistavnomu doslidzhenni // Problemy` zistavnoi semanty`ky`. K. : KNLU, 2005. Vy`p. 7. S. 9-14.
3. Vitgenshtejn, L. Filosofskie raboty; per. s nem. M. S. Kozlovoj. M. : Gnozis, 1994. - Ch. I. 612 s.
4. Manakin, V. N., Jazykovye kartiny mira v perspektivah kontrastivnoj leksikologii // Kul'tura narodov Prichernomor'ja : nauchn. zhurn. / Krym. nauchn. centr NANUkrainy. Simfropol' : 2002. № 2. S. 265-268.
5. Kubrjakova, E. S. Chelovecheskij faktor v jazyke. Jazyk i porozhdenie rechi. M. : Nauka, 1991. 239 s.
6. Oparina, E. O., Sandomirskaja, I. I. Frazеологія і колективна культура ідентичності // Profіlowanie w języku i w tekście. Lublin, 1998. S. 373-379.
7. Radbil', T. B. Osnovy izuchenija jazykovogo mentaliteta : ucheb. posobie. M. : Flinta: Nauka, 2010. 328 s.
8. Golubovskaja, I. A. Jetnicheskie osobennosti jazykovyh kartin mira : monografija. K.: VPC "Kiivs'kij universitet", 2002. 293 s.
9. Kornilov, O. A. Jazykovye kartiny mira kak proizvodnye nacional'nyh mentalitetov. M. : CheRo, 2003. 349 s.
10. Popko, L. P. Neologizacija v jazyke kak transljacija kul'turno-lingvisticheskoj mental'nosti: monografija. Dnepropetrovsk : GARKKil, 2007. 363 с.
11. Grishaeva, L. I., Curikova, L. V. Vvedenie v teoriju mezhkul'turnoj kommunikacii : uchebnoe posobie. M. : Izdatel'skij centr "Akademija", 2006. 336 s.
12. Karaulov, Ju. N. Russkij jazyki jazykovaja lichnost'. M. : Nauka, 1987. 263 s.
13. Kak narisovat' portret pticy: metodologija kognitivno-kommunikativnogo analiza jazyka : kol. monografija / [Bondarenko E.V., Martynjuk A.P., Frolova I.E., Shevchenko I.S.]; pod red. I.S.Shevchenko. H. : HNU imeni V.N. Karazina, 2017. 246 s.
14. Raevskaja, M. M. Jazyk v mentalnom prostranstve: k probleme postizhenija nacional'noj logiki myshlenija // Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 19 "Lingvistika i mezhkul'turnaja kommunikacija". 2006. № 1. S. 27-41.
15. Gorodeckaja, L. A. Lingvokul'turnaja kompetentnost' lichnosti : monografija. M. : MAKS Press, 2007. 224 s.
16. Shahnarovich, A. M. Jazykovaja lichnost' i jazykovaja sposobnost' // Jazyk - sistema. Jazyk - tekst. Jazyk - sposobnost' : sb. statej. M. : In-t russkogo jazyka RAN, 1995. S. 211-223.
17. Bacevich, F. S. Narisi z lingvistichnoi pragmatiki : monografija. L'viv : PAIS, 2010. - 336 s.
18. Karasik V. I. Jazyk social'nogo statusa. M. : Gnozis, 2002. 333 s.
19. Krasnyh, V. V. Virtual'naja real'nost' ili real'naja virtual'nost'? (Chelovek. Soznanie. Kommunikacija) : monografija. M. : Dialog – MGU, 1998. 352 s.
20. Maslova, V. A. Lingvokul'turologija. M. : Izdatel'skij centr "Akademija", 2004. 208 s.
21. Levy`cz'ky`j, A.E. Perspektivni napryamy` zistavny`x doslidzhen` u mezhax kognity`vno-dy`skursy`vnoyi parady`gmy` // Movni i konceptual`ni karty`ny` svitu : zб. nauk pr. 2007. Vy`p. 23. Ch. 2. S. 119-127.
22. Gumbol'dt, V. Jazyk i filosofija kul'tury; per. s nem. [sost., obshhaja red. i stat'i A. V. Gulygi i G. V. Ramishvili]. M. : Progress, 1985. 450 s.
23. Potebnja, A. A. Mysl'i jazyk / A. A. Potebnja. K. : Sinto, 1993. 187 s.
24. Leontovich, O. A. Russkie i amerikancy: paradoksy mezhkul'turnogo obshhenija : monografija. M. : Gnozis, 2005. 352 s.
25. Bodriyar, Zh. Sy`mulyakry` i sy`mulyaciya. K. : vy`d-vo Solomiyi Pavly`chko "Osnovy`", 2004. 230 s.
26. Sluxaj, N. V., Snitko, O. S., Vil`chy`ns'ka, T. P. Kognitologija ta konceptologija v lingvisty`chnomu vy`svitlenni : navchal'ny`j posibny`k. K. : Vy`davny`cho-poligrafichny`j centr "Ky`yivs`ky`j universy`tet", 2011. 367 s.

Conceptual and Language Pictures of the World

L. L. Slavova

Abstract. The article is devoted to the issues of language and conceptual pictures of the world reconstruction from the perspectives of comparative linguistics. One of the main methods of reconstruction is modeling. The picture of the world is defined as the imagination of a person about the surrounding world, fixed in a linguistic form, on the one hand, and as the result of a conceptual representation of reality through a system of key concepts – on the other hand.

Keywords: picture of the world, model, modeling, reconstruction, language personality.

Концептуальная и языковая картины мира в аспекте сопоставительного языкознания

Л. Л. Славова

Аннотация. Статья посвящена вопросам реконструкции языковой и концептуальной картин мира в аспекте сопоставительного языкознания. Одним из основных методов реконструкции является моделирование. Картину мира определяем как представление человека об окружающей действительности, что фиксируется в речевой форме, с одной стороны, и является результатом концептуальной репрезентации действительности через систему ключевых концептов, – с другой.

Ключевые слова: картина мира, модель, моделирование, реконструкция, языковая личность.

Smell and Taste Metaphors in J. Harris' and E. Bauermeister's Novels: a Functional Aspect

T. Sydorenko

Kyiv National Linguistic University
Corresponding author. E-mail: tomsol91@gmail.com

Paper received 28.10.17; Revised 03.11.17; Accepted for publication 05.11.17.

<https://doi.org/10.31174/SEND-PH2017-145V41-13>

Abstract. This article considers the issue of smell and taste sensory imagery in terms of its verbal representation in *Chocolat* and *Blackberry Wine* by the British writer Joanne Harris and in *The School of Essential Ingredients* by the American author Erica Bauermeister. The research focuses on the role and functions of olfactory and gustatory imagery in the novels, as well as their metaphoric expression. Smell and taste imagery is regarded in terms of personality identification, social situation and cognition, as well as a reflection of empirical, aesthetic, and psychological experience.

Keywords: *smell, taste, sensory imagery, metaphoric expression, personality identification.*

Introduction. Smell and taste have been of interest to scholars for quite a long time. They belong to the traditional five senses, first singled out in Aristotle's *De Anima* alongside with sight, hearing and touch. As it is stated in the introduction to *Olfaction, Taste and Cognition*, 'olfactory experience is difficult to define: from ineffable to unmentionable, it seems to remain in the limbo of cognition' [8, p. 2]. However, this experience can be and is reflected in fiction, using various stylistic means. Throughout the literary history, smells performed the descriptive, plot-moving and even plot-defining function. Taking into account the fact that most of what we perceive as taste is actually smell, we can state that gustatory images have similar functions. Therefore, it is impossible to underestimate the role of smell and taste imagery in the world of fiction.

Metaphors have traditionally been viewed only as expressive means, but after a number of works on cognitive linguistics [6, 7] it began to be considered as "a mind operation on concepts, as a way of conceptualization that allows to experience a particular sphere of reality" [1, p.82]. Abstract notions generally belong to target domain, whereas the source domain is typically concrete. In the novels under analysis, we single out a number of conceptual metaphors based on linguistic ones. In some cases, source and target domain can switch places.

Results of investigation and their discussion. The novel *Chocolat* is centred around the influence of chocolate on the life of Vianne Rocher, the owner of the chocolate shop, and the inhabitants of the town. But apart from images directly linked to chocolate, there is an abundance of sensory images that refer to people, places and even feelings. *Blackberry Wine*, on the other hand, tells the story of a writer, Jay Mackintosh, whose interaction with wine leads him to discovering and rediscovering himself. It should be mentioned here that a bottle of wine itself tells the story, and this choice of narrator is quite unusual. It reminds us of the writings of Postmodernist authors, who gave the word to characters that were previously considered insignificant. Thus, the reader gets more insight into the events that are described from the viewpoint of outside observer. *The School of Essential Ingredients* gives insight into the way Lillian, a chef in a restaurant, manages to transform her cooking school students' lives by means of influence of smells and tastes.

Smells in *Chocolat* are often intensified by means of enumeration (e.g. *a scent of primary school, of secrets*

whispered, of poster paint and newsprint and half-forgotten friends [5, p. 67] and detachments (e.g. *I could smell the grief on him, a sour tang like earth and mildew* [5, p. 189]). These contribute to a multiple perception of the smell. Furthermore, multiple epithets used by the narrators express their way of thinking. Vianne is under the influence of her memories and torn between the impulse of freedom and the desire to stay at one place for her daughter's sake. Her antagonist Reynaud is also overwhelmed by contrary feelings and emotions he is trying to suppress. The clustering of epithets in his speech reveals his inner conflict. Compare Reynaud's description of Vianne's chocolaterie: *the place is transformed; the air perfumed with bewildering scents of ginger and spices. I tried not to look at the shelves of sweets: boxes, ribbons, bows in pastel colours, sugared almonds in gold-silver drifts, sugared violets and chocolate rose leaves.* [5, p.74] Olfactory images are not only direct but also imagistic (usually metaphorical) descriptions. When Vianne says that the smell is *like daylight trapped for years until it has gone sour and rancid* [5, p.17] or describes grief as such that has *a sour tang*, she implies something unpleasant, endowing a particular smell with negative connotations. Therefore, the conceptual metaphor SOUR IS BAD can be brought to mind. Other metaphors include:

A. LIFE IS COOKING – this metaphor is especially vivid in the novel *The School of Essential Ingredients*. Based on plot analysis, its very name has double meaning: school that gives knowledge both about the ingredients essential for cooking and about necessary elements of life. In particular, love is linked to the process of cooking: *the scent, tinged with vanilla, travelled across the room in soft, heavy waves, filling the space with whispers of other kitchens, other loves* [3, p.54]. By contrasting the tastes of cake and frosting, the difference between marriage mates, who are students of the cooking school, is illustrated: *it's subtle, the difference in texture between the cake and the frosting as they cross your tongue* [ibid, p.55].

B. PEOPLE ARE INGREDIENTS – students of Lillian's cooking school from *The School of Essential Ingredients* from their teacher's viewpoint *were elements that would become more complex and intriguing as they mixed with one another, but at the beginning...their essence was clear* [ibid, p.9]. Using notions from the semantic field of cooking (*elements, mixed, essence*), Lillian meditates about changes in her students' personalities throughout the course. Later, she tells one of them: *We're*

all just ingredients, Tom. What matters is the grace with which you cook the meal (ibid, p.85), comparing people to components of a meal that must be properly cooked, or be successful in life (the grace with which you cook the meal. Lillian explains a young man's indecisiveness to propose: we all know some bread just takes more time to rise [ibid, p.105], metaphorically conveying a person's maturity to bread rising. And through the simile we approach the food we will be preparing like the guest list for a dinner party – each guest invited for its own personality [ibid, p.62] the metaphor PEOPLE ARE INGREDIENTS is transformed into INGREDIENTS ARE PEOPLE.

C. PEOPLE ARE SPICES – the process of self-discovery and interaction with others is compared to the influence of spices: at some moment...each one's eyes would widen with joy or tears or resolution –it always happened. The timing and the reason would be different for each... No two spices work the same [ibid, p.10]. The wife of one of the characters describes him in terms of spices: 'you're the oregano', she said simply [ibid, p.79], implying his special personality. Spices are also personified, for example, as a child, Lillian discovers the maturity of a spice's taste: Lillian knew...that the spice was more grown-up than she was [ibid, p.24].

D. PERSONALITY IS WINE – in *Blackberry Wine* a bottle of wine is the narrator and active participant in the events narrated. Its expression *the uneducated palate finds in us a brashness, a garrulousness which belies the deeper feelings...some things are not meant to be bottled for too long* [4, p.135] has a double meaning, because the word combination *uneducated palate* which denotes the process

of tasting is combined with *brashness, garrulousness*, that describe the personality of Jay, one of the main characters. In this way, a person who cannot appreciate the taste of wine is also unable to understand him fully.

E. SMELL IS PROTECTION/WEAPON– Jay's friend Joe carried a sachet with dry herbs as an amulet, without describing it as something supernatural: *just a mixture of herbs and roots, gathered under favourable planetary conditions* [ibid, p.56]. Jay is skeptical about that at first, but later believes in the power of smells when, thanks to the sachet, he somehow goes unnoticed by local bullies. Even when Joe is facing eviction, smells remain his only weapon: [*Joe*] was wearing one of his red flannel sachets around his neck...a similar charm adorned every tree, every bush [ibid, p.75]. In *Chocolat*, Vianne, the owner of the chocolate shop, uses the smell of chocolate as an emotional weapon against her antagonist, he describes it in the following way: *the creamy smell of chocolate is maddening... pulling the threads of my senses apart, reaching into my mind* [5, p. 156], that conforms the statement about aggressiveness of smells that we often have to perceive against our will [2, pp. 326-327].

Conclusions. We have singled out three main functions of smell and taste imagery in the story. These are triggers of memories, a way of self-presentation and a way of relating to and judging others. As for conceptual metaphors, they reveal the double nature of smells and tastes and their key role in the lives of characters and plot development. Olfactory and gustatory components can function both as source and target domains.

REFERENCES

1. Ткачик О.В. Концептуальна метафора як спосіб пізнання дійсності [Е. ресурс]/ О. В. Ткачик // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки. - 2013. - № 14(1). - С. 81-87. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vluf_2013_14\(1\)_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vluf_2013_14(1)_17)
2. Черниговская Т. В. Семантика запахов: вербализация, синестезия, память / Т.В. Черниговская // Чеширская улыбка кота Шрёдингера: язык и сознание. – М.: Языки славянской культуры, 2013. – С. 326 – 330.
3. Bauermeister E. The School of Essential Ingredients / Erica Bauermeister. – N. Y.: Berkley Books, 2010. – 261 p.
4. Harris J. Blackberry Wine / Joanne Harris. – N. Y.: Random House, 2007. – 334 p.
5. Harris J. Chocolat / Joanne Harris. – N. Y.: Random House, 2007. – 382 p.
6. Kövecses Z. Metaphor: A Practical Introduction / Zoltan Kövecses. – Oxford: Oxford University Press, 2002. – 285 p.
7. Lakoff G. Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson. – Chicago: University of Chicago Press, 1980. – 242 p.
8. Olfaction, Taste and Cognition / [ed. C. Rouby, B. Schaal]. – New York: Cambridge University Press, 2002. – 462 p.

REFERENCES TRANSLATED

1. Tkachyk O.V. Conceptual Metaphor as a Means of World Cognition (an e-source) / O.V. Tkachyk // Lugansk National University named after T. Shevchenko Journal. Philological Sciences. – 2013. – № 14(1). – P. 81– 87. – [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vluf_2013_14\(1\)_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vluf_2013_14(1)_17)
2. Chernigovskaya T. V. Semiotics of Smells: Verbalization, Synesthesia, Memory / T.V. Chernigovskaya // Cheshire Smile of Schroedinger's Cat: Language and Consciousness. – М.: Language and reasoning? 2013. – P. 326 – 330.

Метафори запаха и вкуса в романах Дж. Харрис и Э. Бауэрмайстер: функциональный аспект Т. В. Сидоренко

Аннотация. В статье рассматривается сенсорная образность запаха и вкуса в ее вербальной репрезентации в романах «Шоколад» и «Ежевичное вино» британской писательницы Джоан Харрис и «Школа основных ингредиентов» американской писательницы Эрики Бауэрмайстер. Целью исследования являются роль и функции ольфакторной и густаторной образности в романах, а также их метафорическая выраженность. Образность запаха и вкуса анализируется с позиций идентификации личности, социальной ситуации и познания, а также отражения эмпирического, эстетического и психологического опыта.

Ключевые слова: запах, вкус, сенсорная образность, метафорическая выраженность, идентификация личности.

Елементи подільського говору у прозі Михайла Стельмаха

Т. В. Врублевська

Вінницький національний медичний університет імені Миколи Пирогова

Paper received 06.11.17; Revised 08.11.17; Accepted for publication 09.11.17.

<https://doi.org/10.31174/SEND-PH2017-145V41-14>

Анотація. Стаття присвячена аналізу подільських діалектонімів (фонетичних, лексичних), зафіксованих у прозових текстах Михайла Стельмаха. Фонетичні діалектизми класифіковано відповідно до фонемних особливостей подільського говору (сильне «укання», вживання вставних [л], [н], наявність протетичного приголосного [г], заміна губного [ф] сполученням [хв], явища синкопи та еферези). Лексичні діалектизми за семантичним показником розподілено на лексико-тематичні групи. З'ясовано функціональне навантаження діалектної лексики Поділля у прозі письменника-земляка.

Ключові слова: подільська говірка, діалектна лексика, діалектоніми, фонетичні подолізви, лексичні подолізви.

Вступ. Мова художнього твору вказує на виразне «територіальне обличчя» письменника, який зображав життя персонажів на знайомій йому території, частіше за все – батьківщині. Обличчя Михайла Стельмаха у географічному плані – подільське, що яскраво прослідковується завдяки залученню елементів подільського говору до мовної тканини творів.

Діалектна лексика відбиває місцевий колорит, знайомить читача з мовними особливостями краю, правдиво зображає географічну територію, адже «діалектне слово в словнику – це літературне слово з територіальним і письменницьким «портретом», а діалектне слово в тексті – це стилема, експресема, засіб художньо-образної конкретизації» [1, с. 49]. Діалектизми дають «можливість авторові підкреслити територіальне походження персонажів, їх характери, індивідуальні особливості, освіту, розвиток, гумор, дотепність, душевний настрій у момент зображення» [5, с. 244]; є засобами «створення докладного, максимально наближеного до дійсності опису життя і праці людей з усіма її подробицями» [14, с. 234].

Короткий огляд публікацій з теми. Дослідження просторових відмінностей мови в ідіостилях письменників, входження діалектонімів у канву прозових текстів та їх функціонування знаходяться у полі зору багатьох науковців: С. Бевзенка, П. Гриценка, Л. Дикої, М. Вакуленка, С. Ємоленко, В. Жилка, Й. Дзендзелівського, А. Коваль, І. Матвіяса, В. Чабаненка, О. Юсікової. Гуцульський діалект на матеріалі сучасної літератури досліджував В. Гришук, у текстах Гната Хоткевича – О. Шлемко, Т. Бикова, О. Подолянчук, у белетристичних текстах – В. Гришук. Структурні діалектної лексики у творчості М. Матіос присвячені праці К. Сільвестрових та Т. Мисливої. Л. Спанатій вивчала місце діалектонімів в мовному і метамовному дискурсі (на матеріалі роману «Століття Якова» В. Лиса).

Подільська діалектна лексика, виокремлена із творів Михайла Стельмаха, стала об'єктом дослідження Т. Ткаченко. Дослідниця класифікувала діалектизми на фонетичні та лексичні: фонетичні подолізви виявляються через сильне «укання» та у вживанні приставного г, лексичні – класифіковані за лексико-тематичними групами (назви рослин, страв, засобів пересування, людей, окремих частин тіла людини, назви ознак і властивостей). Зауважимо, що проблема функціонування діалектизмів у творчості письменника потребує доопрацювання та систематизації, адже Т. Ткаченко виділила не усі фонемні особливості подільського говору (опущено вживання вставних [л], [н]; фонетично видозмінені форми числівника один; явища синкопи та еферези), а серед лексичних подолізмів знаходимо чимало прикладів

просторічної лексики. Актуальність нашої наукової розвідки вбачаємо у поглибленому вивченні аналізованого питання, розширенні діалектних особливостей подільської говірки у прозових текстах Михайла Стельмаха та доповненні запропонованої Т. Ткаченко класифікації лексичних подолізмів.

Мета статті – виокремити та класифікувати подільські діалектоніми у прозі Михайла Стельмаха, описати їх функціональне навантаження.

Матеріали і методи. Джерельною базою дослідження послужили романи («Велика рідня», «Дума про тебе», «Кров людська – не водиця», «Правда і кривда», «Хліб і сіль», «Чотири броди») і повісті («Гуси-лебеді летять», «Щедрий вечір») Михайла Стельмаха. Для дослідження подільської говірки у мовотворчості письменника нами застосовувався як основний описовий метод, за допомогою якого виділені й представлені подільські діалектоніми. Метод спостереження над мовним матеріалом та метод компонентного аналізу уможливили упорядкування та класифікацію діалектної лексики.

Результати та їх обговорення. Вживання подільських діалектизмів зумовлене бажанням Михайла Стельмаха максимально точно відтворити описані ним реалії та особливості усного мовлення персонажів – представників сільського населення Поділля. Серед діалектної лексики письменника виділяємо фонетичні та лексичні діалектоніми.

Фонетичні подолізви класифікуємо відповідно до характерних фонемних особливостей подільської говірки зафіксованих С. П. Бевзенком у праці «Українська діалектологія» [2]:

1) повне заступлення ненаголошеного [о] звуком [у] – сильне «укання»: збруя (1), кумедія (4), кумерція (7), кумпанія (4); сурйозний, сурйозні, сурйозно (7). Напр.: – Тепер хоч сам на себе цю збрую настягуй, – потряс вуздечкою сивобородий і раптом, як людина, яка пустилась берега, викидає з глибини грудей: – Господи, хоч би вже червоні прийшли! [12, Т.2, с. 49]; Ти б їй якусь пісеньку проспівав, кумедію розказав, з віришком, значить, підсипався, сее-теє на вухо шепнув, щоб якась кумерція була [7, с. 184]; У нас не люблять крепко сурйозних, у нас гості повинні орудувати язиком, щоб і якась кумерція, і якась політика була [12, Т.6, с. 11]; А далі вже вся кумпанія, забувши за торг і незважаючи на переляканого корчмаря, співала про ту закохану дівчину, що придбала козакові за юбку – губку, за гребінь – кремій, за сало – кресало, а за душу – тютюнову папушу. [9, с. 493 – 494]; А мені, Марто, пізніше, коли Ніна одужає, треба сурйозно поговорити з тобою [8, с. 126];

2) вживання вставних [л], [н]: сумліватися / засумліватися (5), мендалі (2): – Усе буде в акурат, не сумлі-

вайтєсь, бо діло йде – контора пише! – засміявся другий чолов'яга, вискочив на сани і вийкнув на коней [10, с. 89-90]; Відповідь хоч і сподобалась Мотрі, та все одно вона **засумлівалася**, чи старий, як це вінуміє, не передав куті меду [10, с. 199]; – Я ними, пане, вітри переганяє! – пожвавішав Терешко. – **І мендалі** мав за них! [12, Т.5, с. 319]; – Але хай він збере з десяток справжніх господарів. / – Яких саме? Тих, що мали **мендалі** за царя чи за більшовиків? [12, Т.5, с. 368];

3) наявність протетичного приголосного [г]: **гобід** (2): – Так точно. Значить, хай голова підготує добрий **гобід**? / – Можна обійтись і без **гобїду** [12, Т.5, с. 368];

4) заміна губного [ф] сполученням [хв]: **галіхве** (3), **хвантазія** (1), **хвартух** (1), **Хведько** (4), **хверзь** (2), **хвіртка** (4). Напр.: – Ти, може, хочеш уже начальницьке **галіхве** надіти і хромом їх заду попідишувати? [12, Т.2, с. 28]; – То яким же тобі, без **галіхве**, начальством будеш? [12, Т.2, с. 28]; – І в закон божий кажуть – це **хвантазія** [10, с. 32]; Ти любив її колись, і твій батько любив, – метнулась до закутка, звідки винесла зрізок бочечки, **хвартухом** обтерла його, поставила на току, перевернула догори дном, вместила на днице горня, що здіймало пару, глечик з холодним кисляком, хліб і огірки – просту селянську вечерю, яка нагадала йому ті літа, коли ще жили його тато й мама [12, Т.6, с. 245]; – Отак навіть беркицьнутись можна! – ледве втримався на санках **Хведько** і з співчуттям обернувся до Безсмертного [10, с. 17]; – **Хверзь**. / – **Не хверзь**, а ферзь! – строго поправив мене панич [9, с. 540]; Збираючи книжки, я почув, як на дворі загуркотів віз, як заскрипіла **хвіртка**, обізвалася радісно качка, залупали швидко кроки, забряжчали одні й другі двері, і на порозі, наче весняночка, стала розрум'янена і осяйна Мар'яна [9, с. 575];

5) використання фонетично видозмінених форм числівника один – їдному (2), їдне (1): А я питаю тебе: коли кожен із нас по **їдному** чужинцю зведе – чи багатьох їх з наської землі введе? По **їдному** тільки [11, с. 321]; От що, хлопче, ми сьогодні на прозулянку в **їдне** місце підем, а ти вже не забудь нас, каші навару [11, с. 322];

6) явище синкопи – випадання голосного звуку або групи звуків у слові: **все'дно** (6) – все одно, **мо'** (2) – можливо, **нех** (1) – нехай, **щасно** (1) – щасливо. Напр.: Позавидували фашисти на наші душі, то й самі без тіла залишаться, бо як хто у світі не викручує темні мізки, а **все'дно** кривда ніяк і ніде не переможе правди [10, с. 34]; **Не все'дно**, хто раніше заспіває: чи якийсь там чижик-пижик, чи горихвістка? [13, с. 432]; – А зараз і побачимо, чи є щось тут, чи **мо'**, дівчата позаганяли все живе в очерети [12, Т.6, с. 173]; – Чого ви, тату, **мо'**, болить? – затурбувалася. / – Лягли б відпочили [7, с. 268]; Не велике щастя покину у вас, **нех** воно горить! / – Швидко вишов з істайні і подався до воріт, на ходу обтрушуючи з одягу золотисту розсип січки [13, с. 97]; Мене теж, – погодилась молодиця і **щасно** заворкотіла дитині: Ой ходила журавочка / Да по колмишу, / Ая своєю дитиночку / Да заколишу [12, Т.5, с. 86];

7) явище ефезези – усичення звуків на початку слова: **відки** (1) – звідки, **драстуйте** (4) – здраствуйте, **гряниця** (2) – заграниця, **Ликсандре** (3) – Олександрє, **огонь** (2) – вогонь, **рихметика** (3) – арифметика, **ромадяни** (1) – громадяни. Напр.: – **Відки** ж я знаю? [13, с. 195]; – **Драстуй**, дівчино. / – **Драстуйте** і вам, – вклонилась, підійшла до огорожі чорнявка. – Ви до нас? Тоді захо-

дьте в двір [12, Т.6, с. 336]; Це ж **гряниця**, а не свинячий брїд! [13, с. 436]; – У тебе, **Ликсандре**, видать, за вечір місяць двічі сходить, – насмішувато і радісно задзвенів такий тенор, на який, здавалося, пісні самі повинні нанизуватись, немов корали на сільянку [13, с. 536]; Від однієї запахло димом, і в щільні замерехтів **огонь** [13, с. 366]; Купуєш ти у мене, скажми, хуру дров, то до панської ціни і прикинь три копійчки на дітей вірника, щоб вони **рихметику** вчили, – підморгує **Шкапонд**, і тепер за нього бабкуватим обличчям **сторож** [13, с. 227]; – Постараюсь, **ромадяни**. / – Скочив на віз, ледве приховуючи усмішку: завжди його село сміялося з багринських селян, які в розмові, і особливо перед літерою «р», випускали «г» [7, с. 236].

Лексичні діалектизми у Михайла Стельмаха представлені іменниковими, дієслівними, та, зрідка прислівниковими номінаціями. До запропонованої Т. Ткаченко класифікації лексичних подолізмів [14] ми пропонуємо додати такі групи діалектонімів, що дозволять розширити їх тематичний діапазон: **номінації продуктів харчування**; **номінації предметів побуту, будівництва**; **емоційно-оцінні номінації осіб**; **номінації на позначення ткацьких виробів, одягу та його частин**; **номінації на позначення фінансових прибутків громадян**; **номінації на позначення абстрактних понять**. Ми також переглянули онімне наповнення тематичних груп, запропонованих Т. Ткаченко, наповнивши їх новим ілюстративним матеріалом, який, разом із вжитим раніше, створює повну картину використання письменником-земляком діалектної лексики. Отже, класифікація лексичних подолізмів, зафіксованих у прозових текстах Михайла Стельмаха, складається із таких лексико-тематичних груп:

1) номінації страв, продуктів харчування: **балабуха** (1) – невелика булочка [6, Т.1, с. 93]; **валашок** (3) – касторований баран [6, Т.11, с. 283]; **деруни** (1) – млинці картопляні [3, с. 31]; **кандьор** (8) – суп гороховий [3, с. 47]; **кисляк** (2) – молоко кисле [3, с. 49]; **маторжаник** (3) – корж із маком [6, IV, с. 652]; **підпалок** (3) – перепічка [6, VI, с. 532]; **півхлібина**, формою нагадує паляницю [3, с. 74]; **пундики** (3) – оладки [3, с. 80]. Напр.: **Син** разом **вихилив** **питво**, **хекнув**, **вибалушувочі** на богів, які одразу **ожили** – **закліпали** **перестояними** **віями**, – і **почав** **запахати** **рота** **ще теплою балабухою** [12, Т.6, с. 24]; **Ми** для **дорогого** **гостя** **приготували** **свіженького** **валашка** [12, Т.5, с. 369]; **То** **прошу**, **самі** **внесіть** **валашка** з **другої** **хати**. **Я** **оце** **тільки** **вийняла** **його** з **печі** [12, Т.5, с. 373]; **На** **простому** **батьком** **змайстрованому** **столі** **їх** **чекає** і **святий** **хліб**, і **картопля**, і **варена** **кукурудза**, і **голубці**, і **деруни**, і **ота** **пляшка**, **що** **вершиться** **иматком** **кукурудзяного** **качана** [12, Т.5, с. 339]; **Як** **не** **було** **його** **якось** **тижнів** **три**, **то** **хоч** **краще** **кандьор** **заправляли** [13, с. 241]; **Не** **мало** **панських** **корів** **пішло** **людям** **з** **його** **рук**, **а** **от** **собі** **посовістився** **узяти**, **тому** **й** **приносять** **інколи** **йому** **з** **бідняцьких** **дворів** **то** **кисляку** **гладишку**, **то** **кружок** **сиру**, **то** **грудку** **масла** [12, Т.2, с. 102]; – **Бараболо** **у** **мене** **є**, **кисличок** **теж** і **хліб** **святий** **є**, **тільки**, **здається**, **душі** **нема**, – **почала** **хусткою** **витирати** **журні** **очі** [12, Т.5, с. 258]; – **На** **чому** **ви** **тоді** **сиділи**? **Га?** **На** **воді** **та** **біді**, **маторжаники** **з** **тертого** **хрїну** **та** **листу** **жували**, **бо** **збіднились** **до** **решти** [12, Т.5, с. 118]; **Вода** і **рушник** **стирають** **з** **мене** **осипані** **клаті** **сну**, і **тепер** **я** **чую**, **як** **на** **всю** **хату** **прокислим** **хмелем** **пахне** **тісто**, **свіжозварена** **розсипчаста** **картопля** і **підпалок** [9, с. 533]; – **Правильно**, **Василю**, **у** **них** **було** **багато** **пундиків**, **м'яса** і

печеної картоплі [10, с. 153]; Мар'яна метнулись до мисника, вихопила з якоїсь блакитної, у лілях, посуду **пундики**, посипані справжнім цукром, і почала запихати в мою торбину [9, с. 515];

2) номінації засобів пересування: хура (2) – віз, навантажений сіном, соломою або гноєм [3, с. 101], дровами: *І громаддя чужих хур, і думи, і темрява аж сутулять Безбородька, та все одно він тримає фасон – на когось покрикує, когось розпікає за безгосподарність, Мамурі наказує нагородувати хуричників, а потім кладе руку на плече Безсмертного...* [10, с. 239]; *Купуєш ти у мене, скажімо, хуру дров, то до панської ціни і прикинь три копійчки на дітей вірника, щоб вони рихметику вчили, – підморгує Шкапонд, і тепер за нього бабкуватим обличчям стороже* [13, с. 227];

3) номінації предметів побуту, будівництва: ванькир (1) – кухня [3, с. 15]; варцаби (1) – одвірки [12, Т.6, с. 228], лудки [3, с. 16], лудка, одвірок [6, Т.1, с. 295]; гамазей (2) – магазин [3, с. 26]; нецьки (1) – ночви [6, Т.5, с. 402]; притвор (1) – те, чим причиняється, закривається що-небудь; засув [6, Т.8, с. 58]; цурпалка (1) – шматок [6, Т.11, с. 251]. Напр.: *Коли простидали перші півні, Данило Васильович повів Марка у ванькир, де густо пахли сухі васильки і чорнобровці* [10, с. 220]; *Корній відчинив двері дзвіниці, і враз така слабкість охопила його, що мусив, тримаючись за варцаби, опуститися на східці* [12, Т.6, с. 228]; *Навманья, вгрузаючи в кучугури, бреде з гамазею додому Мирослава* [12, Т.6, с. 274]; – *Підеш, бабо, в гамазей до магазинчика і на цей папірець він собі відважить десять фунтів жита* [13, с. 188]; – *Коли ти, суко, ще покладеш мені дитя в нецьки, то я тебе в домовину вкладу!* [13, с. 116]; *Він зупинився біля правого притвору і невідомо в кого запитав: / – Тут Марко Безсмертний?* [10, с. 8]; – *Чи не зарання, сиңу? – журливо і радісно дивилась, як розліталися костури на цурпалки* [10, с. 303];

4) номінації рослин: нежир (1) – нескошена трава [7, с. 55], торішня трава [6, Т.5, с. 304]; патлама (1) – збірна назва поганого болотяного різнотрав'я [13, с. 487]; *Він перескакує через вибиту колію, плутається в торішньому нежирі і зразу ж опиняється в лісі* [7, с. 55]; *Від Круглика до самого лісу ішов луг, його звивисто обрізала темноводна річечка, навколо неї вже росла не трава, а патлама, яку ніхто ніколи не косив* [13, с. 487];

5) емотивно-оцінні номінації осіб: «гон, кумо, не журися» (1) – так на Поділлі звали махновців [12, Т.2, с. 41]; лайдак (1) – ледащо, ледацюга, нероба, лінивець, ледар [3, с. 55], вбога, бездомна людина [6, Т.4, с. 437]; опришок (1) – бешкетник [6, Т.5, с. 729]; отряха (2) – бешкетник, розбишака, зірвіголова [6, V, с. 812]; пудзирі (1) – так бурсаки Західного Поділлі прозивали селяків [13, с. 75]. Напр.: – *Кругом же бандити, кругом. Як не Гальчевський, то Шепель, як не Шепель, так хтось з кумпанії «гон, кумо не журися» вирветься, і все на безголов'я наше* [12, Т.2, с. 41]; *Лайдак, зажера, заздришник, дрантогуз, мерзопакосник, що легкого хліба і масла шукає* [10, с. 167]; *Ну, а як потім було сум'яття, ви, напевне, догадуєтесь: спершу з мене вибивали дурування і примовляли, який я бузувір, опришок, урвіголова, харциз, каламут і навіть химорот* [9, с. 453]; *Вбивайте, вбивайте оту рихметику в мого отряху, не жалійте своєї лінійки!* [13, с. 225]; *Різко скрикнули двері, і до світлиці вбіг чотирнадцятилітній Меркурій, мизинчик Варавиноного роду, який нелегко здобуває науку в духовно-*

му училищі; в його білеті завжди рясно рябіє низькими балами по поведінці, бо не стільки жив бурсак наукою, скільки побойцями з своїми однокласниками і особливо з пудзирями [13, с. 75];

6) номінації на позначення ткацьких виробів, одягу та його частин: кичка (2) – старовинний головний убір заміжною жінки [6, Т.4, с. 156]; пальчатка (1) – рукавичка з відділеннями для кожного пальця [6, Т.6, с. 35]; рябцуни (2) – різнобарвний, домотканий килим [6, Т.8, с. 921]; церемонія (1) – ремінчик на картузі [10, с. 139]. Напр.: *Навіки покладе вона свій вінок у скриню, заховає коси під кичкою* [7, с. 212]; *Одну бережно скручує і зав'язує замість кички навколо голови, другу похапцем накидає поверх* [7, с. 212]; *А щоб на руках для людського і школярського ока не залишилися сліди просмоленої драгви, натягнув блазенькі пальчатки* [12, Т.2, с. 98]; *Росте слава про чудо, ростей про святого, і вже, окрім грошей, біля його ніг лягають сувої полотна, грубі селянські рябцуни, мішки з пашнею* [7, с. 67]; *А увечері до неї прийшов Марко з вишневою гілочкою за церемонією* [10, с. 139];

7) номінації на позначення фінансових прибутків громадян: зарібок – заробіток [6, Т.3, с. 291]; *Бо я їм віддаю увесь зарібок* [10, с. 374];

8) номінації на позначення абстрактних понять: осмута (1) – смуток [6, Т.5, с. 775]; пахілля (2) – пахощі [6, Т.6, с. 100]; *Дмитро сказав: рана не страшна. Але хто нас не втішає в годину осмути?* [12, Т.6, с. 401]; *Тому в Щербин завжди від зерна віяло грушевим пахіллям* [13, с. 130];

9) діалектизми на позначення дій: гайнувати (2) – витратити марно, розтринькувати, переводити [6, Т.2, с. 17]; гібіти (1) – зазнавати труднощів від нестачі чого-небудь, страждати, нездужати, хворіти [6, Т.2, с. 79]; дибати (2) – ходити поволі, ледве ходити [3, с. 31]; закасати (2) – закачувати [6, Т.3, с. 140]; пораяти (1) – дати пораду, порадити [6, Т.7, с. 249]; роздебендювати (1) – знічев'я розмовляти, займатися балачками [6, Т.8, с. 663]. Напр.: *Це ж уже пора сапкою уклонитися землі! – бідкається в думках, що даремне гайнує час...* [13, с. 255]; *І навіть п'ятеро дітей, які б гібіли на вдовиних достатках, у такі часи не могли захистити її, і ніхто в світі не міг струсоннути холодні краплини болю, що обнизували її, як обнизує роса нерозвите дерево* [10, с. 144]; *Марко дибуляв своїм рідним скрижанілим селом, неначе по шматку якоїсь омертвілої планети* [10, с. 49]; *Чоловік одразу відчув темне діло, дибнув од верби ближче до дороги і в цей час почув знайомий голос Антона Безбородька...* [10, с. 89]; *Закасаючи рукава, він побачив на руках плямисту розсип червоних бугорців* [12, Т.6, с. 546]; *Він, Меркурій Юхримович, придивляючись до діянь і розкошування Пасикевича, теж подумав наламатися на управителя, та на його шляху трапилась добра людина, вона пораяла взятися за книгу і допомогла вступити до вчительської семінарії* [12, Т.5, с. 219]; – *Хоч ви не каркайте. Не тямте нічого, то їй не роздебендюйте* [13, с. 339];

10) діалектизми на позначення ознак дій і станів: видко (4) – видно [3, с. 17]; допіру (1) – тільки що, щойно [6, Т.2, с. 372; 3, с. 33]; завжди (1) – завжди [3, с. 87]; кріпко (1) – дуже сильно [6, Т.4, с. 357]; ниньки (1) – тепер, зараз, сьогодні [6, Т.5, с. 414], нині [3, с. 67]; чимскорше (1) – чимскоріше [6, Т.11, с. 324]. Напр.: *Але доля, видко, здогадалась, яке в нього буде прохання, та й скоріше втекла* [10, с. 52]; *Видко, скучила за медициною*

[12, Т.6, с. 564]; *А пісня може початись допіру*, – *підійшов ближче до стовпа* [10, с. 60]; *Тому в Щербин завжди від зерна віяло грушевим пахллям* [13, с. 130]; *Придивлявся до Югини, сподобалась кріпко* [7, с. 224]; *Люди як люди – налякані вони тепер, бо ниньки й не такі голови позбуваються плечей* [12, Т.5, с. 211]; *Нарешті, коли німому хлопцеві минуло чотири роки, люди пораяли батькам відвести його чимскорше до Києва* [7, с. 258].

Висновок. Отже, елементи діалектної лексики подільського регіону використані письменником з метою

відображення регіональної говірки за допомогою окремих деталей (фонемні особливості). Функціональне навантаження діалектонімів у прозових текстах Михайла Стельмаха вказує на «територіальне обличчя» письменника, локалізацію описуваних у просторі подій, характеризує образи персонажів, відтворює мовне обличчя представників різних суспільних верств. Нами також доведено (у попередній науковій розвідці), що діалектна лексика, використана у художньому творі, є важливою складовою, яка об'єктивує концептосферу письменника [4].

ЛІТЕРАТУРА

1. Бабик С. Діалектне слово в словнику і в тексті / С. Бабик // Семантика мови і тексту: зб. ст. VIII Міжнар. конф. – Ів.-Франківськ: Плай, 2003. – С. 46-50.
2. Бевзенко С. П. Українська діалектологія / С. П. Бевзенко. – К.: Вища школа, 1980 р. – 248 с.
3. Брилінський Д. М. Словник подільських говірок / Д. М. Брилінський – Хмельницький ред.-видавн. відділ, 1991. – 117 с.
4. Врублевська Т. В. Структурно-змістове наповнення топонімичного концепту «Поділля» (на матеріалі прози Михайла Стельмаха) / Т. В. Врублевська // Virtus: Scientific Journal / Editor-in-Chief М. А. Zhurba. – July # 15, 2017. – 269 р.
5. Жилко Т. В. Нариси з діалектології української мови: навч. посібник / Т. В. Жилко. – К.: Рад. шк. – 1966. – 308 с.
6. Словник української мови: в 11 т. / АН УРСР, Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні / [Редкол.: І. К. Білодід та ін.] – К.: Наукова думка, 1970 – 1980.
7. Стельмах М. П. Велика рідня: Роман-хроніка. Книга перша / М. П. Стельмах. – К.: Веселка, 1981. – 525 с.
8. Стельмах М. П. Велика рідня: Роман-хроніка. Книга друга / М. П. Стельмах. – К.: Веселка, 1981. – 413 с.
9. Стельмах М. П. Вибрані твори / М. П. Стельмах. – К.: Сакцент Плюс, 2005. – 736 с.
10. Стельмах М. П. Твори в 5-ти томах / М. П. Стельмах. Т.4 – К.: Державне видавництво худ. літ., 1962 р. – 452 с.
11. Стельмах М. П. Твори в 6-ти томах / М. П. Стельмах. Т.6 – К.: Дніпро, 1973 р. – 512 с.
12. Стельмах М. П. Твори в 7-ти томах / М. П. Стельмах. – К.: Дніпро, 1982 – 1983 рр.
13. Стельмах М. П. Хліб і сіль / М. П. Стельмах. – К.: Видавництво художньої літератури «Дніпро», 1978. – 576 с.
14. Ткаченко Т. Діалектизм в мові прози Михайла Стельмаха [Е. ресурс] / Т. Ткаченко // Мовознавчий вісник: зб. наук. праць. Вип. 12 – 13. – С. 232 – 235. / Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe

REFERENCES

1. Babyk S. A Dialectal word in the dictionary and in the text / S. Babyk // Semantika movy i tekstu: zb. st. VIII Mizhnar. konf. – Iv.-Frankivsk: Plai, 2003. – S.46-50.
2. Bevenko S. P. Ukrainian dialectology / S. P. Bevenko. – K.: Vyshcha shkola, 1980 r. – 248 s.
3. Brylinskyi D. M. Dictionary of Podillia dialects / D. M. Brylinskyi. – Khmelnytskyi red.-vydav. viddil, 1991. – 117 s.
4. Vrublevska T. V. Structurally meaningful content of the toponymical concept “Podillia” (based on the material of Mykhailo Stelmakh’s prose) / T. V. Vrublevska // Virtus: Scientific Journal / Editor-in-Chief M. A. Zhurba. – July # 15, 2017. – 269 p.
5. Zhylo T. V. Essays on the dialectology of the Ukrainian language: teaching manual / T. V. Zhylo. – K.: Radianska shkola. – 1966. – 308 s.
6. Dictionary of the Ukrainian language: 11 volumes / AN URSR, Instytut movoznavstva im. O. O. Potebni / [Redkol.: I. K. Bilodid ta in.] – K.: Naukova dumka, 1970 – 1980.
7. Stelmakh M. P. The Large Family. The first part / M. P. Stelmakh. – K.: Veselka, 1981. – 525 s.
8. Stelmakh M. P. The Large Family. The second part / M. P. Stelmakh. – K.: Veselka, 1981. – 413 s.
9. Stelmakh M. P. Selected works / M. P. Stelmakh. – K.: Saksent Plus, 2005. – 736 s.
10. Stelmakh M. P. Works in 5 volumes / M. P. Stelmakh. Т.4 – К.: Derzhavne vydavnytstvo khud. lit., 1962 r. – 452 s.
11. Stelmakh M. P. Works in 6 volumes / M. P. Stelmakh. Т.6 – К.: Dnipro, 1973 r. – 512 s.
12. Stelmakh M. P. Works in 7 volumes / M. P. Stelmakh. – К.: Dnipro, 1982 – 1983 rr.
13. Stelmakh M. P. Bread and Salt / M. P. Stelmakh. – К.: Vydavnytstvo khudozhnoi literatury «Dnipro», 1978. – 576 s.
14. Tkachenko T. Dialecticism in a language of Mykhailo Stelmakh’s prose [E. resurs] / T. Tkachenko // Movoznavchiy visnyk: zb. nauk. prats. Vyp. 12-13. – S.232 – 235. / Rezhym dostupy: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe

Elements of the Podillia Dialect in Mykhailo Stelmakh's Prose

T. V. Vrublevska

Abstract. The article is devoted to the analysis of Podillia dialects (phonetic, lexical), recorded in the Mykhailo Stelmakh's prose texts. Phonetic dialecticisms are classified according to the phonemic peculiarities of the Podillia subdialect (a complete substitute of the unstressed [o] by the vowel [y], the use of the inserts [л], [н], the presence of a prosthesis consonant [r], the replacement of the labial [ф] by the combination of [хв], the phenomenon of syncopation and apheresis). Lexical dialecticisms are semantically divided into lexical-thematic groups. The functional load of the dialect vocabulary of Podillia in the prose of the writer is studied out.

Keywords: Podillia dialect, dialectal vocabulary, dialecticisms, phonetic podolizm, lexical podolizm.

Элементы подольского говора в прозе Михаила Стельмаха

T. V. Vrublevska

Анотация. Статья посвящена анализу подольских диалектонимов (фонетических, лексических), зафиксированных в художественной прозе Михаила Стельмаха. Фонетические диалектизмы классифицированы в соответствии с фонемными особенностями подольского говора (полное замещение безударного [o] звуком [y], употребление вставных [л], [н], наличие протетического согласного [r], замена губного [ф] сочетанием [хв], употребление синкопы и афезы). Лексические диалектизмы по их семантическому наполнению разделены на лексико-тематические группы. Определено функциональное значение диалектной лексики Подолья в произведениях писателя.

Ключевые слова: подольский говор, диалектная лексика, диалектонимы, фонетические подолзмы, лексические подолзмы.

Editor-in-chief: Dr. Xénia Vámos

The journal is published by the support of
Society for Cultural and Scientific Progress in Central and Eastern Europe

Készült a Rózsadomb Contact Kft nyomdájában.
1022 Budapest, Balogvár u. 1.
www.rcontact.hu