

друга частина слогану є запозиченням мовної структури реклами іспанського лікеру «Campari», рекламним слоганом до якого виступає риторичне запитання «*Campari. Was sonst*». [7], яке викликає інтерес у реципієнта перш за все тим, що спрямоване ніби особисто до нього. Створюючи слоган «*Lucky Strike. Sonst nichts*», творці реклами замінюють поставлене у прецедентному салогані риторичне питання на стверджувальну відповідь, маніпулюючи свідомістю реципієнтів та фактично закликаючи до покупки рекламованого, безумовно найкращого товару.

5) Запозичення зображень в рекламній комунікації є яскравим прикладом не лише інтертекстуальної, а й інтерсеміотичної діалогічності. Через відмінність знаків за їх субстанцією рекламні тексти є прикладом інтерсеміотичних відношень, які полягають у взаємодії або діалозу не лише у плані вербального, а й невербального вираження. Прикладом візуальної інтертекстуальності може виступати зображення Білосніжки та семи гномів в рекламі інженерного бюро доктора Рональда Мішека – «*Mischek*» (Рис. 5), яке займається будівництвом висотних будівель.



Рис. 5 Реклама інженерного бюро «Mischek» [8]

Образ Білосніжки та семи гномів апелює до відомої однойменної казки братів Грім, в якій здійснилися мрії та сподівання бідної дівчинки. Слова-мрії Білосніжки «*Und Morgen hab ich mein eigenes Zimmerchen*» та слоган будівельної компанії «*Man lebt nur einmal*» дають реципієнтам не лише надію, а й впевненість у завтрашньому дні та новому житті.

Маркованість інтертекстуальної взаємодії на смислового рівні відбувається за допомогою як експліцитних (цитати), так і імпліцитних (алюзії, запозичення синтаксичної та мовної структур, лексичних елементів та зображень) маркерів. Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у дослідженні проявів типологічної інтертекстуальності та інтеріконічності у рекламних текстах.

Література:

1. Кристева Ю. Бахтин, слово, діалог и роман // Вестн. Моск. уннта. Сер. Филология. 1995. № 1. – С. 97–124.
2. Літературознавчий словник-довідник / Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів та ін. – К. : ВЦ «Академія», 1997. – 752 с.
3. Чернявская В. Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. Учебное пособие. – М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 248 с.
4. Broich U., Pfister M. Intertextualität: Formen, Funktionen, anglist. Fallstudien / hrsg. von Ulrich Broich u. Manfred Pfister. Unter Mitarb. von Bernd Schulte-Middelich. – Tübingen : Niemeyer, 1985. – 364 S.
5. Kessler K. Visualisierte Intertextualität als Kontext für Bedeutungskonstruktionen in Karikaturen, politischen Plakaten und Werbeanzeigen / K. Kessler, T. Hellwig // Stabilität und Flexibilität in der Semantik. Peter Lang, 2004. – S. 389–399.
6. Janich N. Werbesprache. Ein Arbeitsbuch mit einem Beitrag von Jens Runkehl. 6., durchgesehene und korrigierte Auflage. – Tübingen : Narr Verlag, 2013 – 320 S.

Джерела ілюстративного матеріалу:

1. Реклама маркетингової компанії «Incredible India» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.incredibleindia.org/>
2. Реклама кави «Tchibo» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.bpb.de/>
3. Реклама гардин компанії «IKEA» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.riesenmaschine.de/>
4. Реклама торгової марки «Die Kärtner Fleischer» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.kaerntner-fleischer.at/>
5. Реклама «iPad» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://neuewerbung.org/>
6. Реклама цигарок «Lucky Strike» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.schierl.de/portfolio/lucky-strike-2>
7. Реклама лікеру «Campari» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://inforverzeichnis.org/flickr.de>
8. Реклама інженерного бюро «Mischek» [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://jetzt.sueddeutsche.de/>

УДК 81'42:82,94

Л. П. Сердійчук,

Житомирський державний університет ім. Івана Франка, м. Житомир

МОВЛЕННЄВІ ОСОБЛИВОСТІ АВТОБІОГРФІЧНОГО ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ АВТОБІОГРАФІЙ ЛАУРЕАТІВ НОБЕЛІВСЬКОЇ ПРЕМІЇ)

Стаття присвячена дослідженню творчої мовної особистості в аспекті виразних особливостей. Виділено головні підходи до розуміння творчої особистості в процесі створення нею автобіографічного дискурсу.

Ключові слова: автобіографічний дискурс, автобіографічний текст, творча мовна особистість, засоби мовленнєвої виразності, стилістична конвергенція.

В статье рассматривается творческая языковая личность в аспекте выразительных средств. Выделены основные подходы к пониманию творческой личности в процессе создания автобиографического дискурса.

Ключевые слова: автобиографический дискурс, автобиографический текст, творческая языковая личность, средства выразительности, стилистическая конвергенция.

The article studies the creative linguistic personality of Nobel laureates in the aspect of produced expressive means. The main approaches to the understanding of linguistic personality in the process of creating autobiographic discourse have been distinguished. The article analyses the characteristic features of the creative personality and the level of its linguistic creativity.

The study shows that autobiographic texts focus on the concepts of the personality of the author, his/her relatives, colleagues, friends, studies, work, scientific problems, etc. The characteristic feature of the Nobel laureates autobiographic texts is their axiological marking i.e. the clearly expressed positive colouring actualized by the numerous figures of speech and expressive means of positive semantic.

The study shows that the authors of the texts being the representatives of exact science like physics, chemistry and mathematics are capable of perfect stylistic mastery. The high level of linguistic excellence proves the great creative potential of the authors of the studied autobiographies.

High frequency of using stylistically marked expressive means and figures of speech like stylistic convergences, epithets, metaphors and similes has been observed. Special attention is paid to the description of the usage of multi-component stylistic convergences.

Key words: *autobiographic discourse, autobiographic text, creative linguistic personality, expressive means, stylistic convergence.*

Одною з центральних проблем сучасної лінгвістики є проблема мовної особистості (Ю. М. Караулов, О. М. Шахнарович, П. В. Зернецький, О. О. Пушкін, С. О. Сухих). Важливим напрямом у вивченні цього складного комплексного явища є аналіз окремих типів дискурсів, продукованих представниками певних соціальних груп – вікових, професійних і т. д. (О. І. Дев'яткін, В. І. Карасик, О. Б. Сиротиніна). Твори та мовлення видатних особистостей викликає особливий дослідницький інтерес в лінгвістичному аспекті, оскільки мовлення особистості є віддзеркаленням притаманних їй ментальних когнітивних процесів.

Нобелівські лауреати є особливою групою творчих особистостей не тільки в професійному і науковому аспекті, але й тому, що вони виділяються особливим типом визнання, і тому їх когнітивна діяльність, представлена, зокрема, у їх письмових творах, привертає увагу не тільки колег, а і психологів та лінгвістів.

Метою даної статті є аналіз засобів мовленнєвої виразності автобіографій лауреатів Нобелівської премії у галузі фізики і хімії.

Об'єктом дослідження є автобіографічний дискурс. Предметом вивчення є система засобів мовленнєвої виразності, які виявилися характерними для текстів аналізованих автобіографій.

Актуальність роботи зумовлена майже повною відсутністю досліджень, присвячених виразності автобіографічного дискурсу на вказаному матеріалі.

Сучасна психологія розуміє **творчість** як «1) високосвідому діяльність людини, спрямовану на створення нових продуктів матеріальної і духовної культури, які мають суспільно-історичну цінність; 2) теоретичну і практичну діяльність людини, яка зумовлює одержання об'єктивно нових результатів. Такими результатами можуть бути нові знання, оригінальні способи розв'язання певної проблеми, наукові відкриття, нові технології, високомистецькі художні твори тощо. Особистісний аспект творчості передбачає наявність у людини певних знань і вмінь, розвинених здібностей, високої мотивації діяльності, які поєднані з уявою, добре розвинутою інтуїцією і прагненням до реалізації своїх можливостей [7; 8].

Творча особистість характеризується, перш за все, такими особливостями, як здатність бачити проблеми, готовність відкласти знайдене рішення й шукати нове, толерантність до невизначеності, прагнення до оригінальності, інформованість і достатньо високий рівень базових знань, працьовитість, самокритичність і низький рівень соціального конформізму [4]. Творчим особистостям притаманні ряд особливих рис: самостійність суджень, впевненість у собі, здатність бачити в труднощах цінність, естетична орієнтація, здатність ризикувати. Їх самовпевненість, наполегливість, сміливість, свобода, самоповага, сприяють самореалізації особистісного потенціалу [10].

Центральний момент творчої діяльності – отримання нових результатів при використанні нових методів. Творча особистість відзначається здатністю генерувати оригінальні ідеї, робити відкриття, винаходи, творити мистецтво [4].

Отже, можна виділити головні риси, що є характерними для творчих особистостей:

- креативність,
- високий рівень творчої потреби,
- високий інтелект,
- сміливість і самостійність суджень,
- значний творчий потенціал і творча активність,
- здатність генерувати ідеї, робити відкриття та винаходи.

У нашій роботі під **мовною особистістю** розуміється особистість, виражена в мові (текстах) і через мову, реконструйована в своїх основних рисах на базі мовних засобів [3, с. 38].

Під **творчою мовною особистістю** ми розуміємо творчу особистість як носія мови у її здатності здійснювати мовленнєву діяльність, тобто комплекс психофізіологічних якостей індивіда, що дозволяє продукувати і сприймати висловлення та текстові повідомлення різного обсягу [1, с. 65]. Це – сукупність особливостей вербальної поведінки творчої людини, що використовує мову як засіб спілкування, узагальнений образ носія культурно-мовних і комунікативно-діяльницьких цінностей, установок і реакцій [9, с. 3].

Філологічне дослідження особистості передбачає звернення до продукованого нею дискурсу. В нашому дослідженні творчу особистість розуміємо як компонент дискурсу, оскільки його наступний компонент – текст – відображає особливості картини світу Нобелівського лауреата – автора. Автобіографічний дискурс творчих мовних особистостей – лауреатів Нобелівської премії дає можливість осмислити ступінь творчої індивідуальності автора, пізнати складники мовної особистості, фрагменти картини світу, її ставлення до дійсності, оточення та самої себе.

Лінгвістичне дослідження автобіографій дозволяє виділити цілу низку притаманних їм особливостей, однією з яких є аксіологічне забарвлення автобіографій. Текстовий матеріал показує, що предметом оповіді є в першу чергу не сама особистість, а родина, заклади, де автори навчалися, колеги, друзі, певні етапи професійної, творчої діяльності, де в центрі уваги стоїть не сам автор, а фактично ті обставини і люди, які його оточують. Особливо привертає увагу те, що усі вище названі події, предмети та особистості описуються з позитивною оцінкою, при чому об'єкти і явища позитивної забарвленості становлять 80% в порівнянні з об'єктами і явищами негативної забарвленості.

Важливою рисою аналізованих автобіографічних дискурсів є особливості їх стилістичного забарвлення, а саме висока частотність вживання стилістичних конвергенцій різних конфігурацій, прагматичним ефектом чого є підвищення вираз-

ності, яскравості створених образів, майстерності в розкритті висловлюваних ідей і думок. Під стилістичною конвергенцією ми розуміємо накопичення і сполучення різних стилістичних засобів, що надає висловленню особливої експресивності [8, с.70-71]. Накопичення стилістичних засобів у певних фрагментах тексту, їх різноманітність є певним сигналом для читача про важливість авторської думки. Компонентами стилістичної конвергенції найчастіше виступають тропи:

We examined the hundreds of millions of measurements in a myriad ways (George F. Smoot).

Основними компонентами конвергенції у наведеному вище прикладі є алітерація, гіпербола (*hundreds of millions of measurements, myriad ways*) та градація (*hundreds, millions, myriad*), які з особливою емоційністю підкреслюють працьовитість науковців-колег і надають тексту особливої виразності.

I also liked English, was bad at maths and hopeless at history, and fanatical about cricket, though not terribly good (Tim Hunt).

Накопичення таких стилістичних засобів як антитеза (*bad – good*), синонімічний повтор (*bad, hopeless; liked, was fanatical*) та оксиморон (*terribly good*) мають на меті затримати увагу читача на уподобаннях автора.

I noticed the moon was following us mile after mile tagging along like my dog but with greater speed and persistence (George F. Smoot).

Поєднуючи у наведеному вище прикладі метафору (*the moon... tagging along*) підсилену порівнянням (*like my dog...*), науковець-астрофізик насичує текст особливою образністю.

Life at Bell Labs, like Mary Poppins, was «practically perfect in every way» (Steven Chu).

У даному прикладі автор вживає літературну алюзію *Mary Poppins* у функції порівняння.

Варто відмітити високий ступінь ідіоматичності автобіографічних текстів, що вивчаються – часте вживання ідіом, що входять до складу стилістичних конвергенцій:

It was a good, well-resourced school, but I was very exam oriented and most of the other boys came from wealthier and more academic families which sometimes made me feel like a fish out of water (Paul Nurse).

Вживання епітетів *good, well-resourced, exam oriented* та порівняння на основі ідіоми *like a fish out of water* робить мову автора більш образною.

Завдяки використанню багатоконвергентних конвергенцій виразність стилістичних фігур концентрується, підсилюється і сприяє точності, яскравості вираження авторської думки.

У процесі аналізу текстів названих автобіографій було відзначено високу кількість стилістичних фігур та виразних засобів взагалі (від 8 до 20 на сторінку). На наш погляд, на особливий дослідницький інтерес заслуговує те, що автори текстів – не письменники чи лінгвісти, а представники точних наук, які не є спеціалістами щодо мовної виразності. Проте, стилістична майстерність є яскравим чинником автобіографій, написаних ними.

Серед виділених нами виразних засобів високою частотністю вирізняється епітет, який використовують як ізольовано, так і в складі названих вище стилістичних конвергенцій.

Позитивно марковані епітети з дуже високим ступенем вираження ознаки *wonderful, brilliant, tremendous, excellent, glorious, stimulating, talented, supportive*, тощо, є засобом надання експресивної оціночної характеристики. Матеріал показує, що часто предметом оцінки в автобіографіях є не самі автори, а і люди, що їх оточують – рідні, колеги, тощо:

My parents were [...] extremely supportive of my academic efforts (Paul Nurse). My mother also was a tremendous role model (George F. Smoot). I am fortunate to have two wonderful daughters (Myron S. Scholes); my extraordinarily talented LTCM colleagues (Robert C. Merton).

У наведених вище прикладах позитивно забарвлені лексеми виконують інформативно-емотивну функцію, при чому емотивна оцінка підсилюється за допомогою кваліфікаторів-інтенсифікаторів *extremely, extraordinarily, enormously*.

Позитивно марковані епітети з дуже високим ступенем вираження ознаки при оцінці закладів, де навчались чи працювали науковці, сприяють формуванню у читача стійкого позитивного образу цих закладів: *Cambridge was an extraordinarily active place during that decade (John Pople). Lowry's department was a stimulating place for research (Robert F. Furchgott).*

Метафори в автобіографічному дискурсі нобелівських лауреатів характеризуються високим ступенем оригінальності, сприяючи виникненню асоціацій, які відображають суб'єктивне авторське сприйняття дійсності і дають можливість надати додаткового емоційного забарвлення предметам чи явищам та передати оцінку їх мовною особистістю:

He quickly hammered into my head the importance of making conducting polymers processible (Alan Heeger).

У даному прикладі особливо виразно підкреслюється наполегливість і працьовитість керівника при поясненні наукового матеріалу.

It was my first exposure to «molecular biology» and I became hooked (Richard J. Roberts).

В наведеному вище прикладі автор наголошує, що проблем і питання цієї галузі науки настільки його захопили, що він, як рибка, попався на гачок. Типовим для аналізованих дискурсів є функціонування яскравих оказіональних метафор, що підкреслює високий рівень креативності автора, сміливість та самостійність суджень:

They decided that some baby-snatching was in order, and offered it (professorship of economics) to me in 1968 (James A. Mirrlees). In the spring of 1985, shopping around for a graduate school and a research project, I met Dave Pritchard at MIT (Erik A. Cornell).

Яскравістю відзначаються метафори *baby-snatching* і *shopping around*.

Метою вживання **порівнянь**, є прагнення надати тексту емоційності та образності:

Like farm's peaches and tomatoes, the eight of us grew and ripened in a healthy and carefree environment on the eastern bank of Delaware River (Joseph H. Taylor).

Len lit up like a light bulb (Richard E. Smalley).

У другому прикладі виразність тексту підкреслюється метафоричним порівнянням.

Проведений аналіз дозволяє зробити такі **висновки**:

- творчим мовним особистостям – Нобелівським лауреатам притаманна висока ступінь мовної креативності;
- в центрі уваги автобіографічних текстів поряд із особистістю автора знаходяться такі поняття як родичі, колеги, друзі, етапи навчання та роботи над вирішенням наукових проблем тощо;
- проаналізовані автобіографії відзначаються стилістичною майстерністю вираження думки, незважаючи на те, що їх автори є не філологами, а представниками точних наук. Така мовленнєва майстерність непрямо свідчить про креативний потенціал авторів досліджуваних автобіографій;
- характерним чинником досліджуваних текстів є особливості аксіологічного забарвлення, а саме чітко виражений позитивний тон, який актуалізується шляхом використання у першу чергу численних стилістичних фігур та виразних засобів з яскравою позитивною семантикою;

– в аналізованих текстах було відмічено високу частотність використання стилістично маркованих засобів, серед яких було виділено стилістичні конвергенції, епітети, метафори, порівняння, алітерація, градація;

– в текстах автобіографій було відмічено високу частотність використання багатокомпонентних стилістичних конвергенцій.

Перспективу досліджень вбачаємо у подальшому вивченні текстів автобіографій Нобелівських лауреатів у когнітивно-концептуальному аспекті.

Література:

1. Воркачев С. Г. Лингвокультурология. Языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании / С. Г. Воркачев // Филологические науки. – 2000. – № 1. – С. 64–72.
2. Галин А. Л. Психологические особенности творческого поведения / А. Л. Галин. – Новосибирск : Новосибирский государственный университет, 2001. – 232 с.
3. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : Наука, 1987. – 263 с.
4. Копець Л. В. Психологія особистості: [навчальний посібник] / Л. В. Копець. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 458 с.
5. Лук А. Н. Мышление и творчество / А. Н. Лук. – М., 1976. – 144 с.
6. Пономарев Я. А. Психология творчества / Я. А. Пономарев. – М. : Наука, 1976. – 304 с.
7. Психологічна енциклопедія / Автор-упорядник О. М. Степанов. – К., 2006. – 424 с.
8. Риффатер М. Критерии стилистического анализа / М. Риффатер // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1980. – Вып. IX. Лингвостилистика. – С. 69–97.
9. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации / Е. А. Селиванова. – К. : ЦУЛ «Фитосоциоцентр», 2002. – 336 с.
10. ТВОРЧЕСКАЯ ЛИЧНОСТЬ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/psihologiya_i_pedagogika/LICHNOST_TVORCHESKAYA_LICHNOST (2011)

Джерело ілюстративного матеріалу:

11. Autobiographies [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.Nobelprize.org>

УДК 811.161.2'373.45

Н. В. Слобода,

ДВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ

ДОЦІЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ТРАНСКРИБОВАНИХ АНГЛІЦИЗМІВ (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКИХ ЕРГОНІМІВ)

У статті розглянуто різні випадки використання неадаптованих англіцизмів у назвах організацій. Проаналізовано специфіку їх функціонування як частини складних багатокомпонентних ергонімів. Наголошено на необхідності узгодженості та семантичної точності у використанні таких одиниць.

Ключові слова: англіцизм, транскрибування, графіка, адаптація, ергонім.

В статье рассмотрены разные случаи использования неадаптированных англицизмов в названиях организаций. Проанализирована специфика их функционирования как части сложных многокомпонентных эргонимов. Подчеркнута необходимость согласованности и семантической точности в использовании таких единиц.

Ключевые слова: англицизм, транскрибирование, графика, адаптация, эргоним.

The article deals with different cases of non-adapted Anglicism usage in organization names. Their functioning specificity as a part of complex many-component ergonyms is analyzed. In such situations graphical adaptation facilitates perception of the name as a whole. Consistency and semantic correctness necessity is stressed in usage of units like these. Usage of words borrowed from other languages in their English phonetic form is considered to be inadvisable. They are difficult to understand and violate the linguistic norms.

Keywords: Anglicism, transcribing, graphics, adaptation, ergonym.

Сучасні суспільні процеси позначені активізацією використання слів іншомовного походження в українському лексиконі. Серед них переважають англіцизми, вживання яких нерідко не мотивується семантичною необхідністю в мові й не регламентується орфографічними і граматичними нормами. Такі лексеми, передані за допомогою кириличної графіки з метою спрощення їх вживання, перестають сприйматися як одиниці англійської мови. Але у той же час вони ще не кодифіковані в українській мові й не адаптовані до її норм.

Питання використання англіцизмів, їх засвоєння слов'янськими мовами висвітлюються у працях, присвячених різним аспектам цього процесу. Привертають увагу роботи щодо англійських лексем, переважно абревіатур, а також гібридних латинічно-кирилических утворень – графіксатів (Л. А. Баранова, Л. Д. Кадирова, Т. В. Попова), публікації з питань словотворення на базі нещодавно запозичених лексем (Н. Ф. Клименко, Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк), а також дослідження, що стосуються власне процесу засвоєння англіцизмів в українській мові (А. В. Зеніна).

До способів фонетичної адаптації англіцизмів (а відповідно і їх графічної передачі) А. В. Зеніна відносить транскрипцію, транслітерацію і змішане транскодування [3, с. 7], причому провідним принципом передачі іншомовних слів вважають саме транскрипцію [6, с. 12].

У той же час питання викликає сам статус англіцизмів, доцільність їх використання у різних дискурсах, а також проблема вибору найбільш вдалого способу їх репрезентації. «Нове слово іншомовного походження, адаптоване до системи української мови шляхом транскрибування або транслітерування» Є. А. Карпіловська називає неозапозиченням [5, с. 19]. Однак, за словами І. В. Нечаєвої, передача іншомовного слова засобами кирилическої графіки ще не означає його адаптацію до системи письма [6, с. 9]. Крім того, англіцизми нерідко замінюють питоми українські лексеми з тим же значенням (вкраплення або варваризми) [5, с. 19], при цьому будучи незрозумілими більшості носіїв мови і не закріпленими у словниках.

Високочастотне функціонування таких одиниць як в оригінальному вигляді, так і в кирилическому оформленні спостерігається у назвах українських організацій, причому переклад або пояснення значень цих слів не подається. Проана-