

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ “ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ”

А.О. ХУДОЛІЙ

**ФУНКЦІОНАЛЬНІ ЗМІНИ У МОВІ
АМЕРИКАНСЬКОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ
КІНЦЯ ХХ – ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ**

Острог, 2006

УДК: 81'373.611 +

811.111

ББК: 81.2 (7 США)

Функціональні зміни у мові американської публіцистики кінця XX – початку XXI століття. – Острого: Вид-во НаУОА, 2006. – 382 с.

Монографію присвячено функціональним змінам лексико-фразеологічного складу сучасної англійської мови на основі функціонально-семантичного, функціонально-прагматичного та функціонально-когнітивного факторів. Встановлено й обґрунтовано лінгво-когнітивні засади функціональних змін у мові американських публіцистичних текстів. Розглянуто когнітивні механізми стереотипізації уявлень американської спільноти про суспільно-політичне життя. Проаналізовано особливості концептуалізації дійсності та чинники впливу на процеси формування концептуальних метафор. Виокремлено основні напрями лексичної та фразеологічної динаміки у мові американської публіцистики, зокрема: лексико-семантичні, словотворчі, морфолого-синтаксичні та синтаксичні зміни.

Книга спрямована на широку аудиторію дослідників англійської мови, та етнічної психології.

Монографію рекомендовано до друку Вченою радою Національного університету «Острозька академія» (протокол № від червня 2006 року).

Автор: Худолій Анатолій Олексійович,

Кандидат філологічних наук, доцент

Національного університету «Острозька академія»

Рецензенти:

Левицький А.Е , доктор філологічних наук, професор Київського національного університету ім. Тараса Шевченка

ISBN 966-7631-958

© Анатолій Худолій, 2006

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	7
ЧАСТИНА I. СУЧАСНА АМЕРИКАНСЬКА ПУБЛІЦИСТИКА У КОМУНІКАТИВНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОМУ АСПЕКТІ	11
РОЗДІЛ 1. ФУНКЦІЇ СУЧАСНИХ АМЕРИКАНСЬКИХ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ.....	12
РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ МОВИ АМЕРИКАНСЬКОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ	28
2.1. Мовні засоби досягнення успішності комунікації у сфері публіцистики США.....	37
2.2. Мовні показники прагматичної спрямованості американських публіцистичних текстів.....	44
2.2.1. Лексичні показники	46
2.2.2. Семантико-стилістичні показники	53
2.2.3. Синтактико-стилістичні показники.....	59
2.3. Соціальна зумовленість функціональних змін у мові американських публіцистичних текстів.....	62
2.4. Тенденції мовних змін в американській публіцистиці кінця ХХ – початку ХХІ століття.....	64
ВИСНОВКИ.....	70
ЧАСТИНА II. ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ЗМІН У МОВІ АМЕРИКАНСЬКОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ.....	72
РОЗДІЛ 1. СОЦІОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВИ АМЕРИКАНСЬКИХ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ	72

РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ АМЕРИКАНСЬКИХ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ.....	80
2.1. Метафора як показник динаміки мовних змін у публіцистичних текстах.....	81
2.2. Функції метафори у текстах американської публіцистики.....	85
2.3. Когнітивні особливості метафор у публіцистичних текстах.....	91
РОЗДІЛ 3. КОНЦЕПТУАЛЬНО-МЕТАФОРИЧНИЙ ПРОСТІР АМЕРИКАНСЬКОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ.....	96
3. 1. Концептуалізація дійсності як підгрунття функціональних змін у мові американських публіцистичних текстів.....	96
3.2. Групи концептуальних метафор у мові сучасних американських публіцистичних текстів.....	109
3.2.1. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – МОРЕ.....	109
3.2.2. СУСПІЛЬНО–ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ПРИРОДА, де ЛЮДИ / ПОЛІТИКИ – ЗВІРІ.....	116
3.2.3. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ПОЛЮВАННЯ.....	123
3.2.4. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ВІЙНА.....	126
3.2.5. СУСПІЛЬСТВО – ЛЮДИНА.....	131
3.2.6. СУСПІЛЬСТВО – ХВОРА ЛЮДИНА.....	133
3.2.7. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – КУЛІНАРІЯ.....	137
3.2.8. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – БУДІВНИЦТВО.....	141
3.2.9. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ДЕНЬ/ НІЧ / СВІТЛО-ТЕМРЯВА.....	148
3.2.10. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ДОРОГА.....	152
3.2.11. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – СПОРТ.....	158
3.2.12. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ТЕАТР.....	163
3.2.13. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ОБРАЗОТВОРЧЕ МИСТЕЦТВО.....	170

3.2.14. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ХІМІЧНИЙ ПРОЦЕС.	171
3.2.15. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – БРУД.....	174
3.2.16. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ІМПЕРІЯ, ЦАРСТВО.	174
3.2.17. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – НАВЧАННЯ.....	176
3.2.18. НАЦІЯ – СІМ'Я.....	177
ВИСНОВКИ.....	180

ЧАСТИНА ІІІ. ОСНОВНІ НАПРЯМИ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ЗМІН У МОВІ АМЕРИКАНСЬКОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ.....184

РОЗДІЛ 1. ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ЗМІНИ.....184

1.1. Зміни у суспільно-політичній термінології.....185

1.2. Особливості тематичного використання новотворів у сучасній американській суспільно-політичній публіцистиці.....196

1.2.1. Сфера економічного життя.....198

1.2.2. Сфера сучасних технологій.....206

1.2.3. Суспільно-політична сфера.....214

1.2.4. Сфера військових конфліктів.....221

1.2.5. Сфера розваг і відпочинку.....226

РОЗДІЛ 2. СЛОВОТВІРНІ ЗМІНИ.....231

2.1. Афіксальний словотвір.....235

2.2. Телескопійне словотворення.....254

2.3. Утворення слів за допомогою афіксоїдів.....256

2.4. Скорочення262

РОЗДІЛ 3. МОРФОЛОГО-СИНТАКСИЧНІ ЗМІНИ.....268

3.1. Основні моделі функціональної переорієнтації однорівневих мовних одиниць.....270

3.2. Основні моделі функціональної переорієнтації різнорівневих мовних одиниць.....	281
РОЗДІЛ 4. СИНТАКСИЧНІ ЗМІНИ.....	285
ВИСНОВКИ.....	297
ПІСЛЯМОВА.....	301
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	308
ДОДАТОК А.....	369
ДОДАТОК Б.....	372
КОРОТКИЙ СЛОВНИК ТЕРМІНІВ.....	375

ПЕРЕДМОВА

Однією з проблем сучасних лінгвістичних досліджень є виявлення змін, яких зазнає мова у процесі функціонування [Левицький, 1998; Левицький, 2001; Бондарко, 1984; Бондарко, 1999; Полюжин, 1997; Полюжин, 1999; Рудяков, 1998]. Розвиток мови як динамічної системи нерозривно пов'язаний з проблемою функціонування її одиниць, до яких, у першу чергу, відносяться лексичні та фразеологічні одиниці як інструменти, призначені для виконання мовленнєвого завдання [Полюжин, 1999: 36]. Орієнтація системи засобів номінації на виконання комунікативних завдань переплітається із функціями конкретних мовних засобів у ході виникнення висловлення та його реалізації [Левицький, 1999: 1]. Важливим напрямом у вивченні розвитку сучасної англійської мови є аналіз лексичних змін, зокрема, з позицій функціонального [Гак, 1998: 24; Левицький, 1998: 69], прагматичного [Заботкина, 1991: 32; Заботкина, 1982: 64; Зацний, 1997: 244; Зацний, 1999: 15; Крючкова, 1991: 135], когнітивного [Арутюнова, 1999; Болдырев, 2000; Воробьева, 1997; Караулов, 1987; Traugott, 1988] та комунікативного [Воробьева, 1993; Дейк, 1989] підходів. Функціональний підхід у сучасній лінгвістиці передбачає різносторонній опис мовної одиниці в реалізації її синтагматичних і парадигматичних зв'язків у мовленнєвому спілкуванні [Полюжин, 1999: 13]. До основних завдань функціонального підходу до вивчення мовних змін ми відносимо вивчення змін їхніх семантичних, синтаксичних і прагматичних функцій у висловлюванні. Мова публіцистичних текстів привертала й продовжує привертати увагу мовознавців в аспекті виявлення основних семантико-синтаксичних [Дейчаківська, 1997], структурних і семантичних [Dale, 1976; Омельченко, 1981, 1989] та морфолого-синтаксичних [Givon, 1993, Givon, 1994] властивостей лексичних і фразеологічних одиниць.

У монографії розглянуто динаміку функціональних змін у мові американської публіцистики кінця ХХ – початку ХХІ століття.

Функціональний підхід, застосований до опису змін у мові сучасної американської публіцистики, ґрунтується на здатності лексичних і фразеологічних одиниць розкривати свої потенційні можливості в процесі комунікації. До основних напрямів функціональних змін у мові американської публіцистики відносимо лексико-семантичні, морфолого-синтаксичні та синтаксичні зміни. Розвиток суспільно-політичного життя супроводжується появою нових узуальних й оказіональних номінативних одиниць у складі мови публіцистики. Нові одиниці з'являються внаслідок словотвірних процесів, основу більшості з яких складає процес функціональної переорієнтації [Левицкий, 1998: 228]. Запропонований нами підхід до опису змін у мові американської публіцистики ґрунтується на їхній спроможності безпосередньо відображати особливості розвитку мови, тобто розкривати свої потенційні можливості в ході реального використання. Зміни у мові американської публіцистики кінця ХХ – початку ХХІ століття поки що не знайшли відображення в сучасній лексикографічній практиці.

Актуальність обраної теми зумовлено спрямованістю сучасної когнітивно-дискурсивної парадигми на розгляд змін у системі номінативних одиниць, особливостей лексичної номінації, дериваційних процесів та їх результатів. Дослідження процесів номінації та словотворення дозволяє простежити вектор змін у мові сучасної американської публіцистики.

У сучасній англійській мові відбуваються лексичні, словотвірні, морфологічно-синтаксичні та синтаксичні зміни, які виникають унаслідок дії мовних та позамовних чинників.

Метою дослідження є виявлення тенденцій динаміки функціональних змін шляхом встановлення особливостей функціонування новотворів у мові американської публіцистики кінця ХХ – початку ХХІ століття.

У монографії розглянуто процес змін у мові американських публіцистичних текстів. Розгляд динамічного аспекту мови передбачає виявлення нових мовних явищ і співставлення, порівняння їх з існуючими явищами мовної системи. У праці розглянуто як існуючі лексичні та фразеологічні одиниці, так і оказіональні утворення. Для повноти викладу, порівняння та обґрунтування певних положень у праці ми послуговувалися узуальними одиницями.

Аналіз мови друкованих видань (публіцистичних текстів) надає широкі можливості для ілюстрації реального функціонування нового слова в мовленні. Мова публіцистичних текстів дозволяє виявити ті зміни, що відбуваються в суспільстві сьогодні. Газети та журнали швидко відбивають події кожного дня, це чутливий реєстратор всіх нових мовних явищ. Новотвори у мові преси як номінативні наслідки змін в соціумі, дозволяють відтворити мовну картину американського соціуму епохи кінця ХХ-початку ХХІ століття. Обмеження матеріалу досить вузькими межами (кінець ХХ – початок ХХІ століття) має певне позитивне значення, оскільки дозволяє зробити висновок про кількість новотворів, про продуктивність тієї чи іншої словотворчої моделі, зафіксувати факти активізації того чи іншого новотвору в чітко визначений період. Інтенсивне збагачення американського варіанта англійської мови викликано екстралінгвістичними чинниками.

У центрі уваги цього опису ставляться питання, пов'язані як з використанням тексту для виявлення механізму утворення – сприйняття і стимулів появи похідного слова, так і з встановленням закономірностей його мотивації тією чи іншою одиницею тексту. Водночас висвітлюються закономірності семантичної компресії та приховані елементи значень похідних одиниць. Зв'язок між похідним словом і контекстом вивчається з двох боків: по-перше, похідне слово виступає як специфічна складова одиниця тексту, виконуючи при цьому текстоутворюючі функції, по-друге, текст виступає вмістилищем похідних одиниць, місцем їхньої апробації,

джерелом виявлення і тлумачення значень слів і їхніх властивостей. Так на межі лінгвістики тексту та словотворення виникають і вирішуються проблеми, пов'язані вже не тільки з тим, як використовуються явища словотворення в інтересах тексту, але й з тим, як сам текст може бути використаний в інтересах словотворення.

У цій роботі запропоновано опис функціональних особливостей похідного слова, при якому звернення до тексту пов'язано з можливістю глибшого вивчення як семантичної структури самого похідного, так і певних механізмів розумової діяльності, що стосується виникнення, уживання і сприйняття описуваної одиниці номінації.

Проведений у дослідженні опис функціональних змін зазначеного періоду є внеском у вивчення динаміки розвитку американського варіанта англійської мови та неологічного потенціалу лексики англійської мови, сукупної взаємодії мовних структур і механізмів. Дослідження поглиблює та розширює знання про функціонування лексичних одиниць у мовленні та сприяє подальшому розвитку принципів функціонального підходу до вивчення мовних явищ.

ЧАСТИНА I

СУЧАСНА АМЕРИКАНСЬКА ПУБЛІЦИСТИКА У КОМУНІКАТИВНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОМУ АСПЕКТІ

У першій частині монографії розглянуто мову американської публіцистики як складне явище, в якому спостерігаються процеси функціональних змін. Під функціональним аспектом розуміється цільове призначення лексичної одиниці. Оскільки публіцистичний текст має своє спрямування, то цільова потенція визначає поведінку даного елемента мовної системи та його взаємодію з іншими складовими при реалізації його функції в мовленні [див., напр., Бондарко, 2002: 21].

Публіцистичний текст як одиниця мовлення найповніше реалізує комунікативну функцію мови [Мороховский, 1991: 223]. Письмова комунікація передбачає, що адресант намагається передати своє бачення світу адресату, тобто, підкреслює тісний взаємозв'язок комунікативної функції з когнітивною. Пізнання світу є системним, оскільки воно органічно пов'язане зі знаннями, які виражені мовними засобами публіцистичного тексту.

Публіцистичний текст є динамічним утворенням, за допомогою якого здійснюється предикативний зв'язок явищ оточуючого світу з безпосереднім вираженням його мовними засобами [Кубрякова, 2000: 23]. Інтегрований когнітивно-дискурсивний підхід до вивчення публіцистичних текстів передбачає синтез когнітивного, прагматично орієнтованого опису та багатofакторний аналіз досліджуваного явища з точки зору його ролі у здійсненні комунікативних і когнітивних процесів [Александрова, 2002: 63].

РОЗДІЛ 1. ФУНКЦІЇ СУЧАСНИХ АМЕРИКАНСЬКИХ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ

Засоби масової інформації (ЗМІ) відіграють важливу роль у житті американського суспільства, телебачення, радіо та преса є складовою частиною повсякденного життя американця. Вони впливають на спосіб мислення людини, на стиль світосприйняття та на тип культури. ЗМІ визначають мовний клімат країни [Володина, 2000: 149]. З погляду аналітичності, об'єктивності, дієвості виступів, пресі справедливо належить першість порівняно з іншими засобами масової комунікації [Сербенська, 1991: 3; Deedes, 1999: 74].

Преса є одним із видів соціальних інститутів країни, а тому суспільна система покладає на неї як на кожний соціальний інститут певні функції, виконання яких необхідне для повноцінної діяльності цієї системи. Під функцією ми розуміємо “властиву засобам масової інформації здатність до виконання певного призначення” [Левицкий, 1998: 110].

Питаннями функцій преси займалися як українські, так і зарубіжні вчені, серед яких особливий внесок зробили: Є.М. Верещагін, В.Г. Костомаров [Верещагін, 1980, 1983], Г.В. Колшанський [Колшанский, 1984, 1990], А.М. Васильєва [Васильєва, 1982], Т.А. ван Дейк [Дейк, 1989], Т.К. Гембл [Gamble, 1996] та інші. Американській публіцистиці присвятили свої дисертаційні дослідження Л.П. Береза [Береза, 1985], С.Г. Ваняшкін [Ваняшкин, 1985], С.Г. Винник [Винник, 1986] та ін.

Серед функцій преси, які характеризують її діяльність, вітчизняні науковці виділяють: інформаційну [Гальперин, 1981: 28], організаторську, виховну [Москаленко, 1998: 26], впливу [Кожина, 1977: 181], пропагандистську [Швейцер, 1974: 181; Шерковин, 1973: 118], контр пропагандистську [Шерковин, 1973: 119], соціологічну [Harrigan, 1996: 150].

Інформаційна й організаторська функції належать до основних напрямів діяльності органів інформації. В останні роки ХХ століття відбулась помітна активізація цих функцій, що зумовило зростання впливу публіцистичного слова. Виховна функція має важливе значення для підвищення політичної культури, формування економічного мислення. В американській пресі виховна функція націлена на розвиток ініціативи і підприємництва, на творчий пошук, на підвищення діловитості [Москаленко, 1998: 26].

Публіцистичні тексти здійснюють вплив на читачів, формуючи суспільну думку. Пропагандистська функція пов'язана з настійною потребою роз'яснювати проблеми розвитку демократичної держави, розуміння загальнолюдських цінностей, питань ментальності американського народу. Зростає роль контрпропагандистської функції, що викликана зовнішніми факторами, зокрема конкуренцією з іншими державами в умовах розвитку ринкових відносин і викриттям випадків інформаційної експансії. Посилення соціологічної функції зумовлено зростанням ролі преси як виразника громадської думки.

Американські вчені, на відміну від вітчизняних, виділяють такі функції преси: переконання, артикуляції [Dominick, 1997: 31-41], соціалізації [Buerkel-Rothfuss, 1985: 196-199], критики та контролю [Nobbs, Hine, 1975: 142], кореляції [Dominick, 1997: 85], обслуговування [Buerkel-Rothfuss, 1985: 196-199], розваг, реклами [Dominick, 1997: 31-41; Buerkel-Rothfuss, 1985: 196-199; Nobbs, Hine, 1975: 142].

Інформаційні повідомлення можуть змінити погляди і переконання читачів, реалізуючи функцію переконання. Функція артикуляції реалізується через надану читачам можливість висловлювати власну думку, виражати свої потреби, радощі та турботи. Соціальна функція преси кодифікує вірування та колективні уявлення, які сприяють соціальним відносинам, захищає суспільні цінності і норми, накладаючи певні заборони. Згідно з функцією контролю, з одного боку, преса повинна

наглядати за роботою усіх, хто має владу. З іншого боку, вона інформує про політичні події і контролює їх.

У коментарях подій і ситуацій у світі, періодичні видання реалізують функцію кореляції, тобто у складних подіях, непередбачених випадках читачі шукають у пресі координати для орієнтації та підтримку. Газети і журнали допомагають читачам вирішувати власні юридичні, освітні, соціальні проблеми, радять, як зберегти здоров'я та знайти робоче місце. Преса також виконує свою функцію обслуговування читачів.

Читачі чекають від періодичних видань (ПВ) задоволення потреби у розвагах. Цю функцію виконують ілюстровані журнали, бульварні газети та меншою мірою класичні газети. В американському суспільстві преса є важливим поширювачем реклами, яка є певним видом передачі інформації.

Окрім вищезазначених функцій, публіцистичні тексти виконують комунікативно-когнітивну та прагматичну функцію. Комунікативний підхід у публіцистичному стилі визначається значною мірою комунікативною природою тексту. Під текстом вітчизняні науковці розуміють “організований за законами даної мови завершений комунікативний акт” [Коваль, Солганик, Пинчук, 1983: 5]. Текст виступає продуктом, результатом мовленнєвої діяльності і в той же час “відбитком самого процесу мовленнєвої діяльності в тому значенні, що в тексті відображається послідовність протікання акта комунікації” [Мороховский, Воробьева, Лихошерст, 1991: 201]. Під публіцистичним текстом ми розуміємо лаконічну та компресивну одиницю комунікації, яка інформаційно насичена та має чітку прагматичну установку. Він є комунікативно завершеним продуктом мовленнєвої діяльності.

Тексти публіцистичного стилю характеризуються переважно логіко-поняттєвим способом висвітлення фактів, подій, явищ і процесів життя, що, у свою чергу, створює сприятливі можливості для орієнтації читачів в навколишній дійсності, дає уявлення про світ, в якому вони живуть [Москаленко, 1994: 117]. У публіцистичних текстах є інформація на будь-

який смак: політичні новини, біржові курси, романи, недільні проповіді, портрети красунь і, звісно, реклама.

Тексти періодичних видань, подані в письмовій монологічній чи діалогічній формі, можна комплексно описати з погляду їх загальної організації. Т.А. ван Дейк виділяє декілька елементів публіцистичного тексту: кластер (сценарій) – семантична макроструктура (топіки або теми) – суперструктура [Дейк, 1989: 128-130]. Так, кластер вміщує всю загальнодоступну в даній культурі інформацію про конкретний стереотипний варіант якого-небудь епізоду. Аналіз змістовного боку інформаційного потоку демонструє наявність стійких тематичних структур, навколо яких організуються всі тексти масової інформації. Можна сказати, що тексти друкованих ЗМІ організують, впорядковують динамічно-мінливу картину світу з допомогою стійкої системи топиків, або регулярно відтворюваних тем, до яких відносяться, наприклад, такі, як політика, бізнес, спорт, культура, погода, новини тощо. Водночас в текстах масової інформації відбувається своєрідне накладання мовної та інформаційної картин світу, що виявляється в наборі постійних тематичних складових, характерних для тієї чи іншої країни, тієї чи іншої культури [Добросклонская, 2004: 14]. До семантичної макроструктури відносяться топіки, або теми тексту. Одночасно цей термін характеризує загальну когерентність тексту. Під макроструктурою розуміється найважливіша інформація, яка виражена в повідомленні. Макроструктури є визначальними елементами як в процесі творення текстів новин, так і в процесі сприйняття, нагромадження та запам'ятовування інформації споживачами.

Так, наративна схема складається з таких категорій: коротке повідомлення – обстановка – спрямованість – ускладнення – розв'язка – оцінка і коди [Дейк, 1989: 130]. Для читача важливим є початок тексту, оскільки він вміщує найважливішу інформацію. Особливість організації публіцистичних текстів полягає в тому, що макроструктури виводяться з

тексту чи приписуються йому на основі знань і переконань читача, а це означає, що текст може бути тенденційно тематично та схематично структурованим адресантом, наприклад, коли важливу інформацію розміщують у кінці повідомлення, а то і взагалі випускають з тексту. Когнітивний аналіз процесу обробки дискурсу новин ґрунтується на взаємодії між репрезентаціями й операціями в пам'яті. В основних процесах інтерпретації гнучко використовуються поверхневі (морфологічні, синтаксичні та лексичні) структури тексту, контекстуальна інформація та різні типи репрезентації знань у пам'яті, які вміщують: сценарії, моделі контексту. Стереотипні соціальні ситуації представлені в пам'яті у формі сценаріїв таким чином, що люди можуть взаємодіяти один з одним чи спілкуватися на основі цих загальних знань [Дейк, 1989: 140-141]. Важливе значення відіграє той факт, що правильність сприйняття тексту забезпечено не тільки мовними одиницями, а й необхідним загальним фоном знань, комунікативним фоном. Стосовно публіцистичних текстів комунікативний фон розуміється як сукупність умов і особливостей виробництва, поширення і сприйняття текстів, загалом всього того, що стоїть за його мовним наповненням. Власне тому концепція комунікативного фону охоплює досить широке коло явищ: від здатності соціокультурної реконструкції подій і діапазону інтерпретації до категорії ідеологічної модальності та поняття метаспільноти в сукупності з факторами, які зумовлюють його сприйняття [Добросклонская, 2004: 14].

Когнітивна структура публіцистичного тексту вміщує:

1. Репрезентації, представлені сценаріями людської пам'яті, установками, моделями.
2. Стратегічні процеси, у межах яких застосовуються та модифікуються такі репрезентації.
3. Систему контролю, яка керує процесом пошуку інформації в пам'яті [Дейк, 1989: 140].

Уявлення, організовані у певні схеми про загальні погляди, оцінні уявлення про соціальні явища утворюють установки. Під стратегічними процесами ми, слідом за Т.А. ван Дейком, розуміємо аналіз та інтерпретацію інформації, що надходить одночасно із різних джерел. Ефективні стратегії допомагають обробляти значну кількість інформації публіцистичних текстів і зберігати її на майбутнє [Дейк, 1989: 145]. У процесі обробки тексту контролююча система визначає, яка із головних тем чи яка “суперструктурна схема” найрелевантніша на даному етапі [Дейк, 1989: 145].

Когнітивна обробка текстів орієнтована на соціальні характеристики: “Процес формування мовленнєвого мислення є процесом функціонування мови, як би її міжіндивідуальна субстанція, іншими словами, суспільна природа. Не окрема людина, а все суспільство виробляє та закріплює в мові пізнавальні акти, що створює складний, але єдиний комплекс: мислення – мова – спілкування” [Колшанский, 1990: 11]. Мовна традиція, яка сформувалася в американській пресі, має свою соціально-комунікативну спрямованість і зумовленість. Згідно з традиціями американської преси, журналіст повинен дотримуватись відповідних пропорцій між стилістично-нейтральними одиницями та одиницями, характерними для книжково-писемного мовлення.

В 1947 році, у своїй праці “Політика і англійська мова”, Дж. Оруелл узагальнив п’ять правил, типових для мови суспільно-політичної тематики:

1. Уникати кліше;
2. Використовувати короткі слова замість довгих;
3. Викладати думки чітко, лаконічно;
4. Надавати перевагу активному стану перед пасивним;
5. Не користуватися запозиченнями, термінами та жаргоном, якщо можливо скористатися англійським еквівалентом [David Crystal, 1995: 2].

Р. Канінг узагальнив 10 принципів, що гарантують успіх журналіста:

- 1) загалом слід використовувати короткі речення; 2) надавати перевагу

простому перед складним; 3) уживати знайомі слова; 4) уникати лишніх слів; 5) вживати сильні дієслова; 6) писати розмовним варіантом; 7) вживати терміни, які читачі можуть зрозуміти; 8) співвідносити написане з досвідом читачів; 9) урізноманітнювати мову; 10) писати, щоб виражати, а не вражати [Itule, Anderson, 1984, p. 255].

Окрім того, тексти повинні бути інформативними, зрозумілими, лаконічними та компресивними [Серажим, 2002: 46; Швейцер, 1973: 194-196]. Зокрема, побутує думка, що ХХ століття – це століття “середнього читача” і журналіст повинен керуватися його стилістичним смаком і звичками [McLuhan, 1994: 214]. Важливим аспектом американської преси виступає загальномовленнєвий вжиток нації як основа правильності [Олдырева, 1978: 17]. Цей вжиток є природною формою застосування мови суспільством. Не тільки загальні норми, цілі та цінності, а й інтереси втілюються в те, що журналісти знають і думають про інші соціальні групи та соціальні структури [Дейк, 1989: 149]. Соціальні схеми, які існують в уявленнях журналістів, оперативно втілюються в створювані ними моделі новин.

У процесі сприйняття текстів у свідомості читача публіцистичного тексту активізуються знання, які поділяються на дві групи: лінгвальну й екстралінгвальну [Иванов, 1991: 14-20; Стриженко, 1988: 48; Дейк, 1989: 250]. У сукупності ці фактори визначають структуру критерію релевантності конкретного повідомлення як для автора-журналіста, так і для читача.

Тексти публіцистичного стилю як основні одиниці комунікації характеризуються комунікативно-прагматичною спрямованістю на їхніх реципієнтів. Вони інформаційно насичені та мають чітку прагматичну установку. Акт номінації передбачає прагматичну спрямованість – бажання щось пояснити своєму співрозмовнику, пов’язати свої інтенції зі знанням адресата, його характеристиками, емоціями [Кубрякова, 1997: 44]. У даному випадку йдеться про спрямованість публіцистичних текстів на

читача. Ми вбачаємо реалізацію прагматичної функції публіцистичних текстів на кількох рівнях:

1. На рівні слова. Слово, що функціонує на шпальтах газет і журналів є відображенням думки і почуття, віддзеркаленням взаємодії середовища, суспільства і людини в широкому плані ставлення до світу [Сербенська, 1989: 19].

2. На рівні речення. Прагматичний зміст речення розкривається в системах “речення - журналіст” і “речення - читач” [Сусов, 1980: 6].

3. На рівні тексту, який виступає ціллю мовленнєвої діяльності [Телия, Графова, Шахнарович, 1991: 180].

У публіцистичних текстах інформація може бути 2 типів: 1) відволікати від дій (майбутніх чи минулих); 2) відволікати від самого повідомлення. Остання пов’язується з тенденцією до боротьби за визначення “порядку денного”, коли мас медіа піднімають ті проблеми, які важливі для суспільства. У цілому публіцистичні тексти володіють двома суттєвими можливостями впливу: за рахунок відбору новин і зміни значущості новин. Вплив публіцистичних текстів спрямовується на масову свідомість. Через кожного окремого читача здійснюється вплив на маси [Почепцов, 2000: 103; Пронин, 1981: 17]. Зокрема для текстів американської публіцистики, з одного боку, характерним є надзвичайно низький ступінь співучасті автора в описаних подіях, фактах. Ця особливість інформаційних текстів визначається свідомою установкою на неупереджену манеру викладу матеріалу, на відмову від будь-яких оцінних суджень [Швейцер, 1976: 111], а з іншого боку, публіцистичний текст без експліцитно висловлюваних авторських оцінок чітко виражає позицію автора повідомлення. Крім цього, журналісти використовують і мовні засоби імпліцитної оцінки тих чи інших подій, фактів у інформаційних повідомленнях. Наведені факти яскраво свідчать про функцію впливу, яку здійснюють інформаційні тексти на читачів [Засурский, Пронин, 1990: 51; Кожина, 1977: 180].

Комунікативно-прагматична спрямованість текстів публіцистичного стилю виявляється у тому, щоб у процесі подачі змістово-фактуальної інформації (за термінологією І.Р. Гальперина) не стільки інформувати, скільки здійснювати соціально-психологічний вплив на аудиторію через переконання, навіювання, емоційне “втягування”, що й є сутністю змістово-концептуальної інформації [Гальперин, 1981: 28; Серажим, 2002: 219].

Найчастіше ці два види інформації, а саме, змістово-концептуальна та змістово-фактуальна, об’єднуються. Для дешифрування концептуальної інформації враховуються: 1. Інтерсуб’єктивні рамки комунікації між комунікантом і реципієнтом; 2. Спільні пресупозиції; 3. Попередні знання лінгвістичних маркерів “сфери суб’єктивного, можливого значення мовних одиниць” [Стриженко, 1988: 48].

Для досягнення повної й усесторонньої реалізації функції впливу такі риси тексту, як доступність і загальноприйнятність викладу, ми розглядаємо як одне із джерел комунікативної виразності, таких як природність і звичність традиційних способів мовленнєвого оформлення. Одним із прагматичних положень ефективного впливу є апеляція до релігійних почуттів читачів [Почепцов, 2000: 233]. Прикладами на підтвердження цієї думки є конфесійна лексика, яка легко проходить фільтри свідомості та здійснює вплив на читачів [Почепцов, 2000: 190]. Напр.: *at the altar of, mantra, hallelujahs, anathema, brethren.*

It was anathema to Frank’s no-fuss esthetics (Newsweek, May 25, 1998, p.62). Під словом *anathema* розуміється заборона, пересторога, прокляття. Термін *anathema* запозичено із лексики православної релігії і широко використовується журналістами в публіцистичних текстах.

У поданому нижче реченні *mantra* має значенням “лозунг”, “кредо”:

Their magic mantra: ”Aid should not be 0,07 percent of GDP” (Newsweek, September 7, 1998, p.2). Термін *mantra* запозичено із буддизму [див. докладніше частину 3].

Психофізіологічні та фізичні умови сприймання матеріалів американських газет і журналів визначають їх сильну сторону – аналітичність [Москаленко, 1994: 117]. Крім аналітичності, преса розвиває такі специфічні якості, як послідовність і систематичність. Так, скажімо, повністю проблему можна розкрити у серії публікацій. Публіцистичний текст прагне не тільки дослідити, поставити в центр громадської уваги ту чи іншу проблему, але й усебічно, крок за кроком розглянути найефективніші засоби її вирішення [Москаленко, 1994: 117].

Провідна цільова комунікативна спрямованість публіцистичного тексту реалізується через додаткові установки, однією з яких є функція зацікавлення читача. Зацікавленість адресата поданим матеріалом є запорукою успіху газет і журналів. У соціально-політичних текстах, чутливих до сильного впливу стильових тенденцій реклами, в основі цілеспрямованої мети вплинути на адресата лежить принцип сенсаційності, несподіванки, рекламності [Береза, 1985: 106; McLuhan, 1994: 204-206].

Публіцистичним текстам притаманна оцінність, емоційність і сенсаційність [Костомаров, 1971: 92; Швейцер, 1976: 110]. Таке поєднання максимально затримує увагу читачів і якнайповніше відповідає прагматичним функціям американської публіцистики. У мові періодичних друкованих видань трапляються архаїзми, які ми розділили на дві підгрупи:

1) власне архаїзми: *Yea or Nay* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 23); *what has she wrought?* (*Time*, May 6, 1996, p. 2); *never the twain shall meet* (*Business Central Europe*, March 1999, p. 56); *well hast thou fought the better fight* (*Travel and Leisure*, December 1997, p. 86); *she hath done her part* (*Travel and Leisure*, December 1997, p. 84). Незвичність форми наведених прикладів привертає та затримує увагу читачів, підсилюючи функціональну спрямованість публіцистичних текстів. Побутує думка про те, що архаїзми є показниками ввічливого звертання в розмові, є

маркерами урочистого поетичного стилю та виступають маркерами емоційного навантаження мовленнєвої ситуації [див. Crystal, 1995, p. 71]. Ми схильні думати, що використання застарілих форм зумовлено емоційним навантаженням комунікації.

2) архаїзми-поетизми. Наприклад: *heal thyself* (*Newsweek*, December 22, 1997, p. 82); *art thou* (*Newsweek*, December 22, 1997, p. 82); *tolls for thee* (*Men's Health*, July/August 1997, p. 46); *thou shalt not* (*Newsweek*, September 17, 1999, p. 4); *do thou but thine* (*Travel and Leisure*, December 1997, p. 84). Друга підгрупа прикладів ілюструє виразність мови газет і журналів, оскільки етимологія наведених лексичних одиниць пов'язана з застарілими поетизмами та ораторським мистецтвом. Перераховані вище ЛО мають прагматичну спрямованість.

“Мова газет і журналів – це прагматичне функціонально-стильове явище” [Костомаров, 1971: 246]. Публіцистичний стиль (ПС) є консервативним і рухомим водночас. Мова газет і журналів переповнена штампами, оскільки важко писати без використання кліше [Омельченко, 1989: 91]. Водночас, мовні засоби впливу потребують постійного оновлення, без якого мовлення стає непереконливим, оскільки в ньому зникає прагматично-експресивний компонент плану змісту як ефективного засобу прихованого впливу на читача.

Прагматику текстів публіцистичного стилю зумовлено кількома обставинами: 1) широким колом питань, які розглядаються в ньому; 2) зверненням до широкої аудиторії; 3) комплексністю функцій [Костомаров, 1971: 246].

Виконання публіцистичними текстами не тільки інформативної функції, але й функції впливу передбачає формування громадської думки, тобто управління свідомістю та поведінкою мас [Москаленко, 1998: 23]. Відповідно до цих вимог, публіцистичний текст має бути зрозумілим, логічним, переконливим та експресивним [Мороховский, Воробьева, Лихошерст, 1991: 257; Hunston, 2002: 87].

Проте поряд із раціоналізмом однією з важливих сторін є емоційність, яка виступає основною складовою впливу публіцистичних текстів, оскільки в процесі впливу необхідно здійснити “переклад тексту з мови раціональної на мову емоційну” [Почепцов, 2000: 188]. Так, описуючи політичну кар’єру віце-президента США Ела Гора, журналіст американського щотижневика “*Newsweek*” порівнює його з Джимі Картером і Білом Клінтоном, підкреслюючи, що вони також були вихідцями з провінції та починали свою кар’єру губернаторами. Змальовуючи події, автор статті “*Al Gore’s Best Hope*” використовує метафоричний вираз *to have the mud of the province on one’s new dress shoes*:

...Jimmy Carter and Bill Clinton who could claim to have the mud of the province on their new dress shoes (Newsweek, May 24, 1999, p.51).

Бажання сподобатися читачам спостерігається в орієнтації на мову аудиторії. Емоційність яскраво виявляється в лексиці, яка перейшла у загальний вжиток із такої сфери як картярська гра. У поданому нижче уривку словосполучення *foul play* зі значенням “нечесна гра” теж перейшло зі сфери азартних ігор в узус. Наприклад:

Abubakar called in foreign experts to certify that there had been no foul play, released most other political prisoners...(Newsweek, May 24, 1999, p.33).

Гра в карти на гроші поширена у США й подобається американцям. Особливо часто термін *foul play* зустрічається у політичних статтях, підводячи до висновку, що політика нагадує гру в карти.

Емоційно забарвлена інформація легше проходить фільтри аудиторії, краще запам’ятовується та сприймається як зрозумілий і знайомий варіант. Мовленнєвим корелятом висловлювання виступає судження як розумовий акт, що виражає відношення мовця до змісту висловлюваної думки через ствердження модальності висловленого. У такому сенсі судження є завжди модальним і таким, що має оцінний характер. Авторська модальність лежить в основі судження, а отже, і висловлювання, передбачаючи різні форми існування того, про що йдеться (з погляду мовця) і розуміння змісту

висловленого, що говорить про існування безперервного кола процесів мислення – судження – модальність – мовлення, які й складають своєрідну форму інтелектуального змісту [Смущинська 2004: 21].

Г.Г. Почепцов визначає три шляхи “імплантації” емоцій у публіцистичному стилі: 1. Конкретизація – розповідь про конкретний об’єкт може стати головним джерелом емоцій; 2. Співпереживання – так автор позначає налаштування на чужі емоції; 3. Запозичення чужих емоцій – це відсилання на чужі перемоги, щоб зробити їх своїми [Почепцов, 2000: 190].

Виконання пресою прагматичної функції неможливе без широкого інформування населення про важливі факти суспільного життя. Оцінка громадською думкою подій та їх розуміння здійснюється на основі тієї інформації про явища і закономірності дійсності, які нагромаджуються у вигляді знань, норм, цінностей і є тією базою, на основі якої відбувається процес формування думок, переконань, поглядів і ідеалів читачів.

Публіцистичним текстам як одному із основних соціокультурних детермінантів мовної ментальності американського суспільства належить вирішальна роль у формуванні соціокультурних стереотипів сприйняття світу, що є своєрідними фільтрами свідомості [Дридзе, 1980: 111]. Стереотипізація мисленнєвого процесу ефективно відбувається в процесі виховання й освіти, коли встановлену у соціумі систему поглядів індивід засвоює підсвідомо [Пронин, 1981: 113]. Засвоєні стереотипи у подальшому процесі поглинання інформації стають фільтрами свідомості, які аргументують спрямовані настанови сприйняття, що і визначає попередню оцінку фактів та ідей ще до того, як вони стануть об’єктом нашого пізнання [Шерковин, 1973: 136].

Соціалізація особистості в суспільстві відбувається за допомогою преси, яка частину накопиченої соціумом інформації передає індивідові у вигляді стереотипізованих понять, значень, які Л.С. Виготський визначив як “єдність узагальнення та спілкування, комунікації та мислення”

[Выготский, 1996: 51]. Суспільство детермінує поведінку індивіда у багатьох вербальних і невербальних ситуаціях спілкування через соціально-санкціоновану стереотипізацію. **Стереотип** – соціально-стандартизований, стійкий, емоційно-насичений, ціннісно-детермінований образ, уявлення про соціальний об’єкт [Шихирев, 1971: 170]. Стереотипи виконують захисну функцію, тобто соціальні стереотипи захищають цінності групи, раціоналізують вчинки індивідів, які входять до цієї групи [Шихирев, 1971: 172-174]. Тому при подачі інформації особливим параметром структурування інформації, що презентує всі рівні публіцистичних текстів є структурування за принципом релевантності. У класифікації Г.П. Грайса ця максима разом із максимами повноти інформації, якості та манери, утворює підсистему фундаментального “принципу кооперації” [Арутюнова, 1990: 2-22; Белова, 1997: 86].

В основі соціального стереотипу знаходиться реально-психологічний феномен узагальнення, схематизації даних свого та чужого досвіду. Функціональне призначення соціальних стереотипів полягає в тому, щоб феноменологічно поляризувати у протилежних образах соціальні суперечності, психологічно мобілізувати й організувати на їх вирішення учасників соціального процесу. Такий соціальний стереотип – образ, полярний за знаком оцінки, не допускає найменшого сумніву у своїй істинності та спонукає читачів до чіткої однозначної дії [Арутюнова, 1990: 223].

Крім соціальних стереотипів, ми вирізняємо в текстах публіцистичного стилю мовні стереотипи, кліше та штампи, до яких ми відносимо ідіоми, прислів’я, приказки. Під мовним стереотипом розуміється слово, мовний зворот, який повторюється без змін, автоматично, як усталена формула, мовний шаблон, трафарет [Енциклопедія української мови, 2000: 599].

Мовні стереотипи виникають у процесі формування мисленнєвих стереотипів, однак набувають певної автономності та впливають на

мислення, оскільки мовні вирази є довговічнішими від вираженого ними мисленнєвого змісту. Мовні форми продовжують існувати навіть тоді, коли мисленнєвий зміст вже втратив своє первісне значення [Стриженко, 1980: 145].

В оцінці стереотипу ми розрізняємо прагматичний підхід, який виявляється в тому, що стереотипізація висвітлює головне завдання пропаганди, оскільки “за допомогою стереотипів можна виставляти аудиторії стандарти мислення, норми поведінки, еталони зовнішності, мовні норми” [Пронин, 1981: 115]. Таким чином, публіцистичні тексти експлікують функціональний аспект стереотипів як засобів уніфікації індивідуальної свідомості та свідчать про привнесення у свідомість соціально-детермінованих фокусів сприйняття дійсності, впливу на свідомість на ірраціональному рівні. Комунікація перетворює індивідуальний зміст повідомлення на соціальне явище через мовлення індивіда та демонструє абсолютну єдність основних функцій мови: комунікативної, когнітивної, прагматичної та соціальної.

Розглядаючи публіцистичний текст з точки зору теорії комунікації та соціальної психології, доходимо висновку, що він є комунікативно-складним, прагматично-зумовленим і змістовно-завершеним явищем.

Поліфункціональність преси вимагає від мови гнучкості, масовість – універсалізації, постійна динаміка розвитку суспільства – оновлення. Із розвитком суспільства відбувається розширення функцій преси у соціальному плані:

1. Кореляції реагування окремих верств суспільства на навколишнє середовище, тобто тлумачення певним чином інформації про середовище, формування настанов, думок і поведінки при реакції на події, подані відповідно до загальноприйнятих у суспільстві норм [Москаленко, 1998: 70].

2. Упровадження нових соціальних норм за рахунок публічного засудження поведінки порушників цих норм [Москаленко, 1998: 32; Почепцов, 1999: 307; Телия, Графова, Шахнарович, 1991: 150].

3. Синхронізації вчинків та дій соціальної групи у просторі та часі за яких подібна група буде володіти сильнішим потенціалом виживання у порівнянні з іншими [Buerkel-Rothfuss, 1985: 206-207].

У соціально-психологічному плані з'являється ще чотири групи функцій:

1. Посилення впливу моральних, культурних цінностей та етичних норм на поведінку та діяльність людей.

2. Малих змін – прагнення поділити нову думку або точку зору.

3. Конверсії – свідомого відхилення від групових норм, змін ціннісної орієнтації. Вияв цієї функції спостерігається у нестабільному суспільстві або при виникненні конфліктних ситуацій [Москаленко, 1998: 70].

4. Задоволення потреб людини у розумінні соціального світу, у розумовій діяльності та досягненні успіху [Почепцов, 1998: 88]

У функціональному аспекті преса США розширює свої функції щодо збігу поставлених цілей та отримання результатів. Слідом за А.З. Москаленком, ми розглядаємо функціональні ефекти як відкриті функції, а непередбачені – як приховані [Москаленко, 1998: 33].

Публіцистичні тексти задовольняють читачів з точки зору впливу на аудиторію, оскільки: 1. Дають інформацію, яка необхідна їм при вирішенні різноманітних життєвих, соціальних і побутових проблем [Dominick, 1987: 48]; 2. Забезпечують інформацією, яка прямо або опосередковано підтримує цінності певної соціальної групи; 3. Задовольняють інформацією, яка підтримує думку читачів щодо певного суперечливого питання [Москаленко, 1998: 34].

Розширення функцій преси привело до того, що теорія комунікації доповнює класичну лінійну модель: джерело – канал – повідомлення –

реципієнт, іншими моделями, а саме: “корисності та задоволення”, потенції “сильний – слабкий”, активності “активний – пасивний”, офіційності “вільне – формальне” та уподобань “захоплююче – незахоплююче” [Почепцов, 1999: 243], добра/зла “хороший – поганий”, напруження “напружений – розслаблений”, швидкості “швидкий – повільний” [Crystal David, 1995: 103]. Поява нових моделей свідчить про увагу читацької аудиторії до матеріалів публіцистичного стилю. Читачі обмінюються інформацією для вироблення спільної думки, “ланцюгової реакції”, яка передбачає поширення впливу періодичних видань, що спричиняє реакцію соціальної структури, до якої належить реципієнт [Почепцов, 1999: 243; Швейцер, 1976: 85; Miller, 1993: 213].

Отже, преса розширює свої функції для того, щоб забезпечувати зростаючі потреби читачів. Розширення й ускладнення функцій американської преси є закономірним процесом, який відображає динаміку соціальних змін і пов’язаний з існуванням і розвитком суспільства.

РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ МОВИ АМЕРИКАНСЬКОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ

Дослідження функцій публіцистичних текстів перетинається з функціональним аспектом мови сучасної американської преси: комунікативно-прагматичним [Кайда, 1989; Білодід, Пилинський, Ленець, Колесник, Сологуб, 1979; Стецула, 1994; Стриженко, 1980; Стриженко, 1988; Фоменко, 1998], стилістичним [Томахин, 1988; Вовчок, 1979; Горбунов, 1974; Ипполитова, 1988; Стюфляева, 1982], словотвірним [Омельченко, 1989], комунікативно-когнітивним [Аль-Саїд Мохамед, 2001], соціолінгвістичним [Швейцер, 1971, 1973, 1974, 1978; Голованевский, 1987; Дешериев, 1980, 1988; Сербенська, 1989, 1991], лексикографічним [Зацный, 1990, 1997, 1999].

Ми підходимо до мови інформаційних текстів як до складного явища, в якому відбуваються важливі динамічні процеси за умов змін у багатьох сферах суспільного життя і передусім у людській психіці. Оскільки мова є чутливим приладом, який реєструє багато соціальних процесів, а мова преси визнана їх індикатором [Лабов, 1975: 120], то комплексний прагмалінгвістичний аналіз зміни параметрів функціонування публіцистичних текстів дає змогу не лише усвідомити певні закономірності інтелектуальної та психологічної екзистенції соціуму, а й визначити вектор загальних тенденцій у творенні політичних настанов, аксіологічних констант, а отже, і вектор формування континууму дій як окремих особистостей (урядовців, політиків), так і всього суспільства.

Сучасна англійська мова грає роль світової мови спілкування, її існування – політична та культурна реальність [Кристал, 2001: 9]. Однією з головних причин, через яку мова набула статус міжнародної, виступає політична, економічна та військова могутність англійських держав, зокрема США, Великобританії, Канади та інших. ЗМІ належить вирішальна роль у поширенні англійської мови.

До загальних рис, характерних для мови публіцистичних текстів сучасного інформаційного суспільства [Володина, 2000: 150], відносяться такі:

- 1) урізноманітнення норм мовленнєвої поведінки окремих соціальних груп, яке знаходить відображення в мовній дійсності преси;
- 2) демократизація публіцистичного стилю та розширення нормативних меж мови публіцистики;
- 3) наслідування розмовного варіанту мови;
- 4) свідомий відхід від літературно-мовленнєвої норми [Володина, 2000: 150].

Найповніший опис сучасної англійської мови та її функцій у публіцистичних текстах базується на комунікативно-прагматичних і когнітивних даних. Сучасний стан теоретичної лінгвістики

характеризується виокремленням в ній двох головних парадигм наукового знання – когнітивної та комунікативної. В одній з них мова та її аналіз пов'язані в основному з дослідженням функції спілкування, в іншій – пізнання. Одна парадигма передбачає вивчення комунікативної діяльності і вплив на цю діяльність контексту, а інша – зв'язок мови з пізнавальними процесами, способами отримання, обробки, фіксації, зберігання інформації про світ і їхню кореляцію з мовними формами [Кубрякова, 1997: 12].

Комунікативний підхід до аналізу мовленнєвих даних ставить на меті дослідження їх особливостей в умовах виконання різних комунікативних завдань, факторів їх реалізації в контексті [Левицкий, 1998: 9]. Основна функція мови пов'язана з комунікацією, “оскільки завдяки комунікації мова продовжує існувати та розвиватися” [Гак, 1998: 180; Стриженко, 1980: 201; Гальперин, 1981: 28]. Комунікативний підхід відображає в лексиці та семантиці існування реальних зв'язків, які встановлюються між мовними одиницями в мовленнєвих ситуаціях [Левицкий, 1998: 9]. На основі того, що мовна одиниця в комунікативному акті виступає одночасно як номінативна одиниця й елемент комунікації, ми визнаємо збіг основних цілей і завдань комунікативного та функціонального підходів до аналізу мовних даних і розглядаємо мову як засіб, спрямований на аудиторію [Швейцер, 1971: 27].

Акт комунікації має цілеспрямований характер, він орієнтований на читача. Комунікативний вплив публіцистичних текстів носить ідеологічний характер. Архітектура, театр, музика, спорт, одяг, зачіска можуть виражати політичні погляди, як і показ насильства у вигляді спалення книг, самовбивства та тероризму. Словесне та символічне вираження можна зобразити такою схемою: зміни в комунікації → зміни в моделі світу → зміни в поведінці [Почепцов, 2000: 97]. Взагалі, як відзначає З.І. Шмідт, будь-яка соціальна дія міцно пов'язана з мовою, цим досконалим засобом для конструювання значення, формою передачі інформації, засобом комунікації, а відтак, і підготовки дії та впливу

[Schmidt, 1972: 81; Hunston, 2002: 117]. Слова та тексти можуть самі собою передавати політичні погляди в завуальованій формі, форма вираження у ряді випадків може закривати реальний зміст, виступати важливим засобом впливу.

Публіцистичні тексти спрямовані на створення у читача відчуття “глобального села”, коли реципієнт змушений споживати інформацію про віддалені від нього події, які не мають реальних наслідків для повсякденного життя. У процесі сприйняття інформації спостерігається феномен перетворення індивіда на людину натовпу, яка, перебуваючи вдома, одночасно співпереживає з усіма [Почепцов, 2000: 37; McLuhan, 1994: 23].

Єдність комунікативної та пізнавальної функцій мови є природною, оскільки пізнання як соціальний процес неможливе без спілкування. Засобом матеріалізації набутих знань на певному історичному відрізку розвитку самої людини виступає мова [Колшанский, 1984: 170]. Між мовою та пізнавальною діяльністю людини існує тісний зв'язок. О.Л. Каменська виокремлює три важливих аспекти у цьому питанні:

1. Мова є засобом забезпечення двостороннього зв'язку між індивідуальним і колективним знанням.
2. Мова відіграє роль одного з потужних інструментів створення нових знань.
3. Мові притаманна властивість, яку можна назвати “стискуванням” коду [О.Л. Каменская, 1990: 11].

Закріплення індивідуального знання в звуковій формі в пам'яті окремих індивідуумів, а потім засобами письма, дало змогу зберігати знання, забезпечило його передачу від одного члена суспільства до іншого і на цій основі формування колективного знання. З іншого боку, головним чином мова дозволяє індивідууму засвоїти те колективне знання, яким володіє його соціальне оточення [О.Л. Каменская, 1990: 11].

Останнім часом усе зростаюча кількість дослідників пов'язує вирішення різних питань теорії мовного значення та функціонування мови з когнітивною діяльністю людини [див., напр., Павиленис, 1983: 15; Колшанский, 1990: 11; Минский, 1979: 127; Серебренников, 1988: 112; Леонтьев, 1997: 268; Дейк, 1989: 233; Кравченко, 1996: 9; Wierzbicka, 1992: 145; Langacker, 1987: 12-13; McLuhan, 1994: 213; Jackendoff, 1990: 19; Fauconnier, 1997: 18; Pinker, 1994: 76]. У зв'язку з розвитком когнітивістики, лінгвістика поповнилась такими поняттями як “мовна картина світу”, “загальний фонд знань”, “когнітивна модель” (концепт, образ), “концептуальна система” (фрейм), які беруть початок з ідей В. Гумбольда про мову як особливий вид світобачення. Під мовною картиною світу О.О. Леонтьев розуміє “відображення в психіці людини предметного світу, через предметні значення та відповідні когнітивні схеми, які піддаються свідомій рефлексії” [Леонтьев, 1997: 268]. Його зміст полягає в тому, що в системі мови, в її граматиці та лексиконі відображено те, як людина концептуалізує навколишній світ і своє місце в ньому, а відтак “умови природного середовища окремого народу відіграють вагому роль у формуванні концептуальної картини тієї чи іншої мови” [Гачев, 1995; Фесенко, 1993; Колшанский, 1990]. Визначені інституційні та соціальні рамки чи структури забезпечують виробництво новин як одну із форм “конструювання дійсності”. Вони визначають те, як журналісти “бачать” соціальний світ і звідси – події, новини цього світу. Значна частина цих новин формується такими впливовими джерелами інформації, як поліція й інші державні чи корпоративні заклади. Їхні звіти передають журналістам існуючу точку зору на ситуацію, що склалася. Такого типу підходи мають цікаве когнітивне забарвлення, оскільки вони мають відношення до правил, категорій і процедур інтерпретації, які використовують журналісти при відтворенні ситуації, що лежить в основі повідомлень новин [Дейк, 1989: 233].

Саме поняття світу, модель якого описується, слід розуміти як людину та середовище в їхній взаємодії. У цьому розумінні світ є результатом переробки інформації про середовище і саму людину [Кравченко, 1996: 9].

В основі мовної картини світу кожного народу також лежить концептуальна система поглядів на світ, яка, у свою чергу, відображається в мові. Бачення довкілля людиною знаходить свій відбиток у граматичній будові та лексиконі мови. А оскільки лексика мови – це модель світу, що оточує нас, то у ній специфічно фіксується певна сукупність знань про його структуру та функціонування [Гумбольд, 1984; Кацнельсон, 1972]. Семантичний простір мови знаходить свій відбиток в мозку людини: мовна картина світу має свого двійника у внутрішньому лексиконі [Кубрякова, 1997: 36]. Перша характеризується мовними формами, друга – ментальними репрезентаціями цих форм. Результати пізнавальної діяльності людини фіксуються у мові, яка в цьому значенні є безпосередньою дійсністю думки та виникає лише з необхідності спілкування з іншими людьми. Мова відображає пізнання, виступає основним засобом вираження думки, тому вивчення мови – опосередковане вивчення пізнання. Імовірно також, що мова впливає на хід пізнання, оскільки впливає на формування понять і хід думок [Кубрякова, 1997: 20]. Завдяки своїй комунікативній і соціальній функціям, мова є не тільки засобом вираження, повідомлення, а й на певному етапі засобом формування думки [Павиленис, 1983: 16]. Ми розглядаємо мову як невід’ємну й органічну складову частину людського розуму, яка тісно пов’язана з іншими когнітивними структурами: фреймами, сценаріями [Шенк, 1980: 14] і процесами – сприйняттям, мисленням, увагою та пам’яттю [Дейк, 1989: 141; Минский, 1979: 127]. Т.А. ван Дейк основним типом репрезентацій знань вважає “модель ситуації”, яка відіграє фундаментальну роль у соціальному пізнанні. На його думку, в основі ситуаційних моделей лежать не абстрактні знання про стереотипні події та

ситуації, а особистісні знання носіїв мови, які акумулюють їх попередній індивідуальний досвід, настанови і наміри [Дейк, 1989: 9]. З пізнавальної точки зору метою читання газетної (журнальної) статті є побудова специфічної моделі ситуації чи події, які описані в тексті, а крізь призму моделі конкретної ситуації оновлення й уточнення загальніших моделей.

З погляду на мову як соціально-зумовлений продукт суспільства, засіб мислення, пізнання та спілкування Р.Й. Павільоніс висловлює думку, що “відображення об’єктивно-існуючої дійсності в свідомості людини як і її розуміння й осмислення є діяльністю, яка спрямована на пізнання об’єктивного світу, його властивостей і закономірностей і на цій основі – на його перетворення” [Павиленис, 1983: 15]. Процес створення новин виявляється процесом, який суміщає при цьому соціальні та когнітивні акти і стратегії. Так, основною ланкою зв’язків у загальному ланцюгу виступає: повідомлення-новина – структури новин – когнітивна обробка та репрезентація структур новин соціальними суб’єктами – побудова моделі її оновлення – соціальні репрезентації [Дейк, 1989: 152-153].

Мова як система, крім комунікативного, вміщує ще й прагматичний компонент, який пов’язаний з управлінням і координацією людської діяльності [Швейцер, 1976: 23]. Преса виступає збільшувальним склом для об’єктів, які читач міг би побачити сам. Модель впливу публіцистичних текстів на читача можна охарактеризувати таким набором складників: вхід (В), підсилення (П), резонанс (Р). Комунікативний ланцюжок набирає такого вигляду: $V \rightarrow P \rightarrow R$ [Почепцов, 1999: 26]. Тематика входу забезпечує масовість одночасного проникнення в масову свідомість. Систематика підсилення спрямована на змістовні характеристики, тобто ефективне повідомлення відповідає потребам аудиторії. Інформація, що поширюється, створює комунікативний резонанс. Резонанс виникає за допомогою вдалих вербальних висловлювань, які починають жити самостійним життям після їх появи [Почепцов, 1999: 26]. Порівняємо приклади таких вербалізацій: *to build a bridge to the 21st century* (William

Jefferson Clinton); *he who learns must suffer* (*Martin Luther King*); *jaw, jaw is better than war, war* (*Winston Churchill*); *Better dead than Red* (*Ronald Reagan*). Вони орієнтовані на ідеологічні координати своєї системи. Дія ідіом, кліше, які відображають життя суспільства, поширюється завдяки їхній вдалій вербальній формі. Влучне використання цитат відомих політиків, діячів культури руйнує перепони осмислення інформації і тим самим підсилює вплив мовних засобів публіцистичного тексту.

As Winston Churchill once said, there are certain circumstances in which “jaw, jaw is better than war, war” (*Newsweek, April 12, 1999, p.37*). Цитата політика підсилює висловлену думку про мирний шлях вирішення проблем і конфліктів між державами.

Oh, you know, government is in your pocket, better dead than Red (*Newsweek, October 4, 1999, p.67*). Цитатою *better dead than Red* мовець підсумовує поступливість і корумпованість уряду.

Семантика резонансу покликана викликати рух від однієї соціальної групи до ширших прошарків населення. Резонансна технологія (в термінах Г.Г. Почепцова) є ситуацією, яка базується на уявленнях, що існують у масовій свідомості, а саме: а) когнітивних схемах; б) комунікативних схемах; в) власне резонансних схемах [Почепцов, 1999: 98; Каменская, 1990: 103]. Когнітивні схеми виступають у вигляді айсберга. Масова свідомість отримує вказівку на верхівку айсберга, за якою йде весь об'єм пов'язаної з нею інформації. Наприклад, у статті американського щотижневика “*Newsweek*” від 11 жовтня 1999 року йдеться про генетично модифіковану їжу, яку журналіст назвав *Frankenstein Food*. Цей вираз містить сукупність значень, які викликають, якщо не страх, то щонайменше відразу (див. додаток А): *GM organisms are not Frankenstein Food. They are major advancements in technology and science* (*Newsweek, Oct. 11, 1999, p.18*). При цьому назва одного з елементів подібного стереотипу автоматично викликає у свідомості інші елементи, тобто, вказуючи на

одне, можна отримати зовсім інше. Крім того, інформація також вказує на певні дії.

Використання подібних виразів опирається на сценарії, фрейми, що відображають структурування дійсності. Під фреймом розуміється когнітивна структура, що існує у феноменологічному полі людини та ґрунтується на вірогіднісному знанні про типові ситуації, очікування з приводу властивостей та відношень реальних або гіпотетичних об'єктів [Левицкий, 1998: 163]. Фрейм репрезентує не одну конкретну ситуацію, а найхарактерніші, основні моменти ряду близьких ситуацій, які належать до одного класу. Графічно фрейм можна зобразити у вигляді сітчастої структури, яка складається із вузлів, пов'язаних між собою. Кожний вузол (термінал) виступає певним поняттям. Термінали формують нижній рівень структури, тоді як на верхніх рівнях розташовуються поняття, які завжди істинні стосовно репрезентованої фреймом ситуації. Сукупність вузлів утворює основу для розуміння будь-якої конкретної ситуації. Розуміння відбувається шляхом конкретизації терміналів і узгодження понять із певною обстановкою зовнішнього світу. З лексикою пов'язані семантичні фрейми [Минский, 1979: 124-129].

Вузол фрейма верхнього рівня презентує загальні поняття, наприклад їжу. Вузли нижчих рівнів (термінали) заповнюються конкретною інформацією у процесі пристосування фрейма до ситуації, пов'язаної з їжею та іменем людини. Прості умови встановлюються маркерами, які вказують на інший фрейм, пов'язаний з іменем Франкенштейна. Декілька терміналів встановлюють між собою зв'язок і створюють образ *Frankenstein Food*.

Комунікативна доцільність у відборі мовних засобів, прагматична спрямованість, інформаційна компресія, максимальна референційна адекватність – ці чинники визначають параметри мовного функціонування сучасних публіцистичних текстів.

2.1. Мовні засоби досягнення успішності комунікації у сфері публіцистики США

Для того, щоб здійснювати свій вплив на читачів, інформаційні тексти повинні бути ефективними у сфері комунікації. До мовних засобів досягнення успішності публіцистичних текстів ми відносимо їх зрозумілість і доступність, використання елементів сенсаційності та прецедентних текстів.

Успішність текстів у сфері комунікації залежить від кількох критеріїв, одним з яких є декодування текстів, тобто система фіксації інформації, а саме: зрозумілість і доступність текстових повідомлень для певної аудиторії. До цієї групи критеріїв відноситься і вимога до журналістів користуватися тільки таким “кодом культури, такою запозиченою образністю, такими історичними, філософськими, літературними, географічними та іншими поняттями, які відомі аудиторії. Якщо не будуть викликані із пам’яті й актуалізовані відповідні ресурси культури, то це приведе до нерозуміння та негативного ставлення до публіцистичного тексту, оскільки викличе відчуття зневаги до аудиторії, зарозумілої байдужості до неї” [Прохоров, 1990: 63].

Ефективність публіцистичних текстів у комунікативному аспекті зростає за умови, коли журналіст піднімає реальну проблему суспільного життя [Прохоров, 1990: 64]. Для цього йому слід використовувати соціальний матеріал, який би був зрозумілим усім – тобто був би універсальним. Такий матеріал журналіст знаходить у культурі суспільства, у його поєднанні матеріального та духовного розвитку, в застосуванні суспільством культурних традицій. Будь-яка соціальна ситуація осмислюється на основі знань, норм і цінностей, зафіксованих у культурі даного суспільства.

Успішність публіцистичних текстів залежить від мовленнєвої компетенції, до якої ми відносимо правильне володіння мовленнєвою та

лінгвістичною ситуацією та вжиток допустимих засобів мови, навіть якщо вони не є нормативними [Левицкий, 1998: 283].

Важливим фактором успішності публіцистики у сфері комунікації є елемент сенсаційності, несподіванки [Москаленко, 1994: 10; Лысакова, 1981: 84]. Для привернення уваги читачів журналісти змальовують події, кризові ситуації в економіці, політиці, суспільному житті, уводячи певні символи. Американська публіцистика, як і суспільство в цілому, переповнена символами та міфами. Міфи формують культурний і соціальний світ, визначаючи дозволені або заборонені типи символічних дій в американській культурі. У кризових ситуаціях символічний світ одночасно охоплює як майбутнє, так і минуле, переносячи з минулого у теперішнє або майбутнє відповідні символічні фігури. До одиниць, що відбивають категорії культури ми відносимо прецедентні феномени (ПФ). Ці одиниці володіють когнітивною пам'яттю і входять до когнітивної бази (КБ), що виступає структурованою сукупністю знань і уявлень, якими володіють всі представники тієї чи іншої лінгво-культурної спільноти. До прецедентних феноменів відносяться прецедентні тексти, прецедентні ситуації, прецедентні імена та прецедентні висловлювання [див. Красных, 1997: 86; 2000: 44]. Прецедентні висловлювання є феноменом власне лінгвістичної природи, оскільки неодноразово відтворюється в мовленні носіїв і функціонує як одиниця дискурсу. Як будь-який вербальний феномен, ПВ можна розглядати в системному аспекті. Говорячи про системний аспект, В.В. Красных виділяє в плані змісту: 1) поверхнєве значення, яке дорівнює сумі значень компонентів висловлювання; 2) глибинне значення, яке не дорівнює сумі значень компонентів висловлювання, але є результатом поєднання компонентів ПВ, що формують його лексико-граматичну структуру. За прецедентним висловлюванням завжди стоїть прецедентний феномен – прецедентний текст або прецедентна ситуація, що відіграють важливу роль у формуванні змісту висловлювання [Красных, 1997: 95].

До старих і нових символів американської публіцистики ми відносимо такі прецедентні тексти, імена та висловлювання:

1. Біблійні персонажі, сюжети.
2. Символи давньогрецької міфології.
3. Легенди, перекази, прислів'я, приказки, афоризми.
4. Улюблених літературних персонажів.
5. Теле- та кінозірок.

Культура американського народу тісно пов'язана з віруваннями людей. Переважна більшість жителів США – християни, тому біблійні сюжети знаходять свій відбиток у публіцистичних текстах. До біблеїзмів, які зустрічаються в періодичних виданнях, ми відносимо: ідіоми – *Noah's Ark (Reader's Digest, May 1997, p. 83)* (всяка всячина); *Tower of Babel (U.S. News and World Report, July 2, 2001, p. 9)* (суміш мов); антропоніми – *theatrical Lazarus (Newsweek, April 26, 1999, p. 76)* (театральне чудо, незвична постановка); *Moses-like (Newsweek, October 5, 1998, p. 26)* (пророк і вождь); цитати – *Let my people go; Let my people in (U.S. News and World Report, July 2, 2001, p. 9)*.

На основі існуючих біблійних виразів виникли нові. Напр.: *prodigal son* → *prodigal daughter (Newsweek, August 10, 1998, p. 52)* (блудна дочка); *comeback son* → *comeback city (U.S. News and World Report, September 24, 2001, p. 59)* (блудне місто); *the Promised Land (Israel)* → *the Promised Land (Europe, the USA) (Newsweek, August 3, 1998, p. 25)* (обітована земля); *good Samaritan* → *bad Samaritan (Time, September 7, 1998, p. 59)* (байдужий до чужого горя) (див. додатки).

Біблійні мотиви несуть відбиток глибинного пласту культури. Їхній символічний світ – найдавніший із усіх символічних світів. Ісус Христос є домінуючим символом американської культури, а Біблія – невичерпним джерелом цінностей американського суспільства. Сюжети, висловлювання, біблійні персонажі – згущення загальнолюдської моралі.

Біблійну тематику доповнює грецька міфологія, яка представлена значною кількістю виразів: *industry Cassandras* (*Newsweek*, December 29, 1997/ January 5, 1998, p. 85) – економічні радники; *divide-and-rule mentality* (*National Geographic*, December 1996, p. 53) – правління з позиції сили; *Prometheus* (*Time*, June 8, 1998, p.42) – безкорислива людина; *to be Minotaur* (*Time*, June 8, 1998, p. 39) – бути чудовиськом. Деякі з них зазнали трансформації і набули нового значення. Порівн.: *divide-and-survive strategy* (*Newsweek*, September 13, 1999, p. 40) – вміння правити і виживати.

Окрім виразів грецької міфології у публіцистичних текстах зустрічаються прецедентні висловлювання (ПВ), під якими розуміємо репродукований продукт мовомисленневої діяльності, складний знак, сума значень компонентів якого не дорівнює його змісту. До ПВ відносяться цитати із текстів різного характеру та прислів'я. Ми поділяємо їх на дві групи. До першої групи належать канонічні ПВ, тобто висловлювання є незмінною цитатою. До другої групи належать трансформовані прецедентні висловлювання, що зазнали змін [Красных, 1997: 92].

Цивілізація самоідентифікується з допомогою міфологічних образів сучасності. Якщо в минулому то були казки, міфи, фольклор, то сьогодні це ЗМІ, кіно та масова література. Література також є джерелом появи нових виразів, пов'язаних із культурою народу. Серед них найчастіше зустрічаються імена: *Dr. Jekyll and Mr. Hyde* (*Time*, June 8, 1998, p. 21) для позначення підступності; *Oliver Twist* (*Newsweek*, August 23, 1999, p. 46) – бідності; *to be Elmer Gantry* (*Time*, August 31, 1998, p. 80) – для позначення облудної поведінки за розмовами про порядність; *to be Huck Finn* (*Newsweek*, June 1, 1998, p. 60) – невинного вигляду.

His “Dr. Jekyll and Mr. Hyde ” metaphor is brilliantly executed in a rare analogy cleansed of breathless speculation (*Newsweek*, September 21, 1998, p. 15). “*Dr. Jekyll and Mr. Hyde*” – людина, в якій співіснують 2 особистості: добра (Джекіл) і зла (Хайд). Вираз запозичено із книги британського

письменника Р.Л. Стівенсона “Дивний випадок лікаря Джекіла та містера Хайда” (1886).

Продукуючи фільми, кіноіндустрія постачає нові лексичні одиниці. Напр.: *a blow to the empire* (*Newsweek*, December 29, 1997/January 5, 1998, p. 61) – завдати удару по злу; *to be Titanic* (*Time*, June 8, 1998, p. 9) – бути приреченим; *new Titanics* (*Time*, June 8, 1998, p. 8) – безнадійні задуми; *Batman, Wonder Woman, Superman and Spiderman* (*U.S. News and World Report*, October 22, 2001, p. 54) – сучасні герої, борці за справедливість; *may the force stay with them* (*U.S. News and World Report*, September 3, 2001, p. 56) – благословення, побажання сили духу в складних ситуаціях; *Terminator* (*U.S. News and World Report*, December 3, 2001, p. 5) – руйнівник (див. додатки).

Do not underestimate the empire. Bill Gates may be wondering if the force is indeed with him (*Newsweek*, December 29, 1997/January 5, 1998, p. 61). У статті йдеться про судовий процес департаменту юстиції США проти компанії Майкрософт, яку очолює Біл Гейтс. Цитата *the force is indeed with him* запозичена із кінофільму “Зоряні війни”, який став надзвичайно популярним у ЗМІ США.

Автор статті ставить під сумнів виробництво суден, на які витрачають гроші американські платники податків. Під виразом *new Titanics* маються на увазі безнадійні задуми.

It seems American taxpayers are the steerage passengers on these new Titanics (*Time*, June 8, 1998, p. 8).

Сучасний міф набирає форм, які описують буденні події. При цьому його активно застосовують до нетипових ситуацій, втілених у сучасність. Відбираючи найяскравіші події, американська публіцистика рухається шляхом їх міфологізації. Важко згадати, що конкретно говорили Гак Фінн, Елмер Гентрі, Джекіл і Гайд, хоча добре пам’ятаємо події, основний зміст. ”Це говорить не тільки про кращу пам’ять на невербальні події, але й про давнішу форму функціонування героя міфу. Це герой радше без слів, ніж зі

словами” [Почепцов, 2000: 210]. Герої міфу допомагають не втратити віру в справедливість, а здоровий глузд, раціоналізм створює однорідний світ без хвилювань. Отже, міф у публіцистиці – це психологічно доступна всім відповідь на проблеми загального значення. Предметом публіцистики є сучасність як сукупність характерних ситуацій, які демонструють взаємодію людини й навколишнього середовища [Стюфляева, 1982: 29].

Біблія, фольклор і література є невичерпним джерелом постачання лексичних одиниць для публіцистики. В основі казок, легенд, міфів, прислів'їв, приказок лежать життєві факти, які автори з давніх часів “просіювали, спресовували”, щоб вийшла повчальна модель. Будь-яка казка відповідно до свого жанру містить узагальнені типажі, які виділені самим життям. Вони існують поза часом. Казкові герої: *Snow Whites*, *Cinderellas*, *Goldilocks*, *Humpty-Dumptyes* та ін. дозволяють переносити їх у будь-яку епоху, вони співзвучні будь-якому відрізку часу, особливо при узагальненні людської природи. Уведення казкового мотиву до публіцистичного тексту передбачає освоєння одного світу іншим, тільки тепер казкова ситуація проектується на реальність. У кожній казці вказані чіткі орієнтири, що є добро, а що – зло, що є хоробрість, а що – підступність. Казка, так само як міф і біблійний сюжет, намагається ідентифікувати читача з правильним набором цінностей [Почепцов 2000: 209] при якому виникає коло образних значень [Стюфляева, 1982: 114]. “Нові структури, які входять до контекстного фону, не відмінюють старих значень, а вступають з ними в семантичні стосунки, збагачують інформаційний зміст тексту” [Стюфляева, 1982: 115].

У публіцистичних текстах зіставляються несхожі явища, умови одного середовища переносяться в інше. Вони значною мірою корелюють одне з одним, створюючи системну когнітивну картину світу. Співвіднесеність казкової ситуації та моралі з життєвою ситуацією свідчить про спадковість культурних цінностей, які американський народ передає із покоління в покоління.

Наприкінці ХХ – початку ХХІ століття публіцистичні тексти наростили новий аспект міфологічності, якому притаманні такі параметри:

1. Їх важко перевірити, оскільки вони часто з іншого простору і часу. Пересічний читач не може відвідати Югославію або Ірак, щоб переконатися у правдивості описаних подій, а тому змушений вірити повідомленням преси.

2. Для них характерна певна пізнавальність – це не нова інформація, а начебто реалізація вже відомої нам схеми [Почепцов, 2000: 215; Buerkel-Rothfuss, 1985: 223].

У. Гемсон визначає два рівня публіцистичних текстів: культурний і когнітивний [Gamson, 1996: 11-12]. У першому випадку йдеться про оформлення повідомлення за допомогою таких засобів, як метафора, візуальні образи, посилення на мораль. Когнітивний рівень пов'язується із суспільною думкою, на рівні якого відбувається пристосування отриманої інформації до життєвого досвіду кожної людини. [Почепцов, 1999: 209; Gamson, 1996:12]. Процесу обробки інформації та формування значення сприяють три види засобів, а саме: культурні резонатори, діяльність спонсорів і практики мас-медіа. Під культурними резонаторами Г.Г. Почепцов розуміє символи, які мають однакову потенцію для розвитку значень і до яких читачі сприйнятливіші, ніж до інших [Почепцов, 2000: 209], оскільки вони відображають культурні цінності, установки і норми. Для американця, наприклад, таким природним резонатором стає ідея успіху (*American Dream*) в ситуації, коли звичайний громадянин починає з нуля, заробляє гроші та здобуває повагу. Дуже часто публіцисти наводять приклади про емігрантів, які змушені виживати в нових для них умовах: *“Better Life in a New Land” (Business and Technology, November 16, 1998, p. 1)*. Починаючи, як рядові робітники будівельної компанії, без знань англійської мови, вихідці з колишнього СРСР завдяки праці та наполегливості піднялися до статусу власників компанії. При цьому важливо, коли кілька ідей резонують одночасно: ідея успіху (*American*

Dream) та ідея еміграції. Вони генетично успадковані американцями і підсилюються з покоління в покоління.

Міф вільно входить у дійсність. Він позитивно сприймається масовою свідомістю, оскільки всі герої цієї дійсності перемагають завдяки своїй праці та вмінню, незважаючи на низький соціальний статус. Ця вільна повторюваність схем міфу в публіцистичних текстах свідчить про його принципову універсальність.

На зміну міфологічним образам минулого (казкам, фольклору) прийшли образи сучасності (ЗМІ, кіно та масова література), зумовивши появу нових ЛО, пов'язаних із культурою. Нові вирази і міфологічні образи свідчать про динаміку змін не тільки у концептуальній картині світу американського народу, а й про трансформацію факторів успішності публіцистичних текстів у сфері комунікації.

2.2. Мовні показники прагматичної спрямованості американських публіцистичних текстів

Розвиток людської цивілізації супроводжується змінами в усіх сферах життя суспільства. Оскільки мова і соціум взаємозалежні, то соціальні фактори знаходять своє відображення в мові. Публіцистичні тексти, з одного боку, впливають на розвиток мови загалом, а з іншого боку, – відображають мовні зміни в конкретному соціумі. Вплив преси, або соціально-орієнтованого спілкування передбачає зміни в соціальній структурі суспільства через вплив на психіку членів певної соціальної групи [Леонтьев, 1997: 256]. Соціальний характер ЗМІ помітно впливає на лексико-семантичну систему публіцистичних текстів, активно сприяючи вияву у ній рис соціальності: змінюється набір лексичних засобів, частотність уживання тих чи інших одиниць.

Письмовий публіцистичний текст, прагматичний як і мовлення, передбачає багатопланову реалізацію повідомлення. Письмовий текст є

завершеним мовленнєво-творчим процесом, об'єктивованим у вигляді письмового документу, літературно-обробленим, об'єднаним різними типами лексичних, граматичних та стилістичних зв'язків, які мають певне спрямування та прагматичну настанову [Гальперин, 1981: 88]. У публіцистичних текстах інтенсивно проходить процес засвоєння іншостильових елементів [Білодід, 1979: 29]. На сучасному етапі публіцистичний стиль є сферою найінтенсивніших семантико-стилістичних процесів, характерних для лексики різних стилістичних шарів. Поряд з нормативними лексичними одиницями (ЛО) спостерігається вживання розмовної лексики, елементів сленгу, актуалізації периферійних (вузькоспеціальних) сфер мови, відродження лексем із пасивного фонду (конфесійної лексики, застарілих маловживаних слів). Процес взаємопроникнення стилів посилюється під впливом такого соціального чинника, як процес демократизації англійської літературної мови, а семантичні зміни слів є результатом протиріччя між потребою в номінації і існуючим лексичним потенціалом, між новими досягненнями в процесі пізнання і обмеженістю лексичної системи [Омельченко, 1989: 100]. Якщо врахувати факт інтенсивної демократизації мови, яка привела до різкого збільшення зниженої лексики, то до перерахованих вище причин слід віднести:

- 1) серйозні зрушення в сфері економіки та політики;
- 2) низький рівень мовленнєвої культури;
- 3) намагання деяких засобів масової інформації завоювати популярність будь-яким шляхом [Плотникова, 2000: 175].

У газетах і журналах США мовні засоби підпорядковані виконанню основних прагматичних функцій: інформувати, впливати і поширювати культуру [Nobbs, 1975: 142]. Прагматичні функції здійснюють суттєвий вплив на принципи відбору та характер функціонування мовних засобів, які за останні роки ХХ століття зазнали суттєвих змін. Відбір і сполучення слів відбувається залежно від того, що хоче повідомити мовець, а відтак –

від здатності слів і їх сполучень передавати потрібну інформацію. Тому відбір лексики завжди визначається не тільки інформативною функцією чи функцією впливу на читача, а й тими умовами, тією ситуацією, за яких здійснюється повідомлення [Шмелев, 1973: 254].

2.2.1. Лексичні показники. Характерними маркерами прагматичної спрямованості публіцистичних текстів виступають їхні лексичні та стилістичні показники. Сам термін “стилістичний показник” застосовується до різних за своєю природою фактів мови та мовлення [Телия, 1986: 9; Шмелев, 1973: 254]. Під лексичним / стилістичним показником ми розуміємо лексичний / стилістичний елемент публіцистичного стилю, який має очевидно мовне вираження, функціональне призначення [Левицкий, 1998: 284] та характеризується наявністю корелятивної ознаки [Мороховский, 1991: 137]. До лексичних показників прагматичної спрямованості американських публіцистичних текстів ми відносимо фразеологічні одиниці (ФО), okazionalizmi, терміни, прислів'я, приказки, прецедентні вислови. Американські політики залишили після себе значну кількість цитат і висловів. Наприклад: *red herring* (Гаррі Трумен) – тема розмови для відвернення уваги від суті проблеми, *big stick* (Теодор Рузвельт) – силове вирішення питання; *domino theory* (Дуайт Айзенгауер) – теорія ланцюгової реакції, концепція випереджаючої дії; *read my lips* (Дж. Буш) – уважно мене слухайте; *Teflon President* (Р. Рейган) – жорсткий президент; *the third way* (Б. Клінтон) – альтернативний шлях вирішення питання тощо.

Від вислову Р. Рейгана *teflon President* утворилися новотвори *teflon politician* та *teflon White House*, які передають значення міцності, твердості.

In 1986, after Reagan's last campaign, Iran-contra broke, soiling a once Teflon White house (Newsweek, October 4, 1999, p. 74).

Barak and Netanyahu are Teflon politicians (*Newsweek, January 19, 1998, p. 29*). Під виразом *Teflon politicians* розуміються жорсткі політичні діячі, які неухильно втілюють свої погляди у життя.

До лексичних показників прагматичної спрямованості публіцистичних текстів також належать слова зниженого тону: колоквіалізми, сленгізми та вульгаризми. Головною особливістю публіцистичного стилю, на відміну від інших функціональних стилів, є соціальна оцінність мовних засобів. При передачі емоційно-оцінних моментів не вистачає виразних засобів літературно-книжного мовлення і виникає необхідність запозичення лексико-фразеологічних одиниць із багатого емоційно-експресивними елементами живого мовлення [Омельченко, 1989: 317]. Наприклад:

I'm glad y'all called, this fella is doing some terrible things to me (*Newsweek, October 19, 1998, p. 45*). Замість *you all* вжито форму *y'all*, замість слова *fellow* (хлопчина) вжито розмовну форму *fella*.

Фразеологічний склад мови – це дзеркало, в якому лінгвокультурна спільнота ідентифікує свою національну самосвідомість [Телия, 1996: 9]. Корпус фразеології характеризується чіткою номінативною спрямованістю його одиниць. Фразеологічні одиниці не тільки розширюють номінативний інструментарій мови, але й доповнюють лексичний склад. Доповнюваність виявляється в створенні прагматично-орієнтованих знаків-фразеологізмів, здатних забезпечити за рахунок образної мотивації емотивність, тобто відбиток емоційного відношення суб'єкта до позначуваного. Можна стверджувати, що фразеологізми є потужнішим засобом вираження емотивності, ніж слова, оскільки ФО, відбиваючи образ-ситуацію, виступають мікротекстом в тексті [Телия, 1996: 83]. Образи, що знаходяться в основі фразеологізмів-ідіом є загалом прозорі та зрозумілі для американської лінгво-культурної спільноти, оскільки відбивають характерне для неї світобачення, що дозволяє говорити про культурно-

національну специфіку фразеологічного складу мови, який виявляється яскравіше, ніж в словниковому складі мови.

Фразеологізми, як і інші лексичні одиниці, є важливими елементами у побудові публіцистичного тексту, тому що виконують експресивну й інформаційну функції, виступаючи як експресеми [Коваль, 1983: 70]. У наведеному нижче реченні експресею виступає ФО *to cut the crocodiles tears*, оскільки вона надає реченню виразності та лаконічності.

It's time to cut the crocodiles tears and accept new economic realities (Business Week, March 15, 1999, p. 22);

Експресеми покликані пожвавити виклад, зацікавити читача, дати матеріалу емоційний заряд. ФО, побудовані за допомогою стилістичних прийомів, виступають яскравими образними засобами вираження думки автора у публіцистичному тексті. Оцінка та відбір лексичних і фразеологічних одиниць відбувається за принципом комунікативної релевантності, а широке використання порівнянь і метафор зумовлено прагматичною установкою публіцистичного стилю (зокрема, тенденцією до експресії та принципом економності) [Омельченко, 1989: 319]. Наприклад:

1. Порівняння: *He bore insult and ridicule like an Olympic hero (Newsweek, October 12, 1998, P.36); They come from the top ranks of Japan's finest universities, and they work like monks, burning the midnight oil in a voluminous stone building (Newsweek, March 30, 1998, p. 24);*

2. Метафори: *Though the three Gore daughters have left the nest, 16-year-old Albert is still at home (Newsweek, May 24, 1999, p. 54); What I know about politics I know from writing "The Feminine Mystique" and taking responsibility for the can of worms I opened (Newsweek, November 23, 1998, p. 57).* Метафори публіцистичних текстів мають на меті показати об'єкт у новому, несподіваному світлі, привернути увагу читача яскравим образом, тобто використовуються в метасеміотичному плані [Омельченко, 1989:

161]. Завдяки цим своїм властивостям ФО використовуються як яскраві виразні мовні засоби в стилістичних цілях. Наприклад:

Palestine is like a beautiful bride, says Mahmood Hijazi, the first Palestinian terrorist ever captured by the Israelis (Newsweek, March 30, 1998, p. 53). Для підсилення враження від прочитаного матеріалу автор статті про події в Палестині скористався порівнянням *to be like a beautiful bride*.

ФО зазнають певних функціональних змін, що проявляється у появі нових слів і модифікації значення виразу. Наприклад, ЛО *to be born with a silver spoon in one's mouth* зі значенням народитися у багатій сім'ї, перетворилась на вираз *to be fed from a golden spoon* зі значенням вирости у дуже багатій сім'ї. Словосполучення *silver spoon* замінено на вираз *golden spoon*, де *golden* вказує на золото, з якого зроблена ложка.

He's been fed from a golden spoon, sniffs a local publisher (Newsweek, September 7, 1998, p. 30).

Зміни ФО є наслідком функціональної переорієнтації (ФП), яка виступає частиною процесу лексикалізації [Левицкий, 1998: 299]. В основі утворення ідіом лежить процес метафоризації, який впливає із знання про властивість позначуваного, сприйняття образної гештальт-структури, врахування соціально-вагомих умов мовлення для вживання ФО [Телия, 1996: 150].

Одним із поширених лексичних показників прагматичної спрямованості у публіцистиці є прислів'я та приказки, оскільки вони є лаконічними і економними. Вони володіють образним або оцінним характеризуючим змістом [Амосова, 1963: 143]. Прислів'я та приказки коротко, образно та емоційно висловлюють думку, тому їх часто використовують у публіцистичних текстах. Наприклад: *necessity is the mother of invention (Newsweek, September 7, 1999, p. 4)* – необхідність – умова відкриття; *to be a thorn in somebody's side (Newsweek, July 13, 1998, p. 46)* – бути колючкою у чиємусь боці та інші. Подібно до решти лексичних одиниць вони зазнають змін. З'являються нові ФО в результаті

скорочення вже існуючих. Наприклад: *shop till you drop* (*Newsweek*, August 3, 1998, p. 31) – важко працювати, зате вміти відпочивати; *all work and no play* (*Newsweek*, June 21, 1999, p. 57) – робота без відпочинку виснажує; *a half a loaf* (*Newsweek*, March 23, 1998, p. 12) – краще половина ніж нічого; *when in Rome* (*U.S. News and World Report*, February 18, 2002, p. 44) – в чужий монастир зі своїм уставом не ходять; *like father* (*U.S. News and World Report*, April 22, 2002, p. 6) – який батько, такий син; *a bird in the hand* (*U.S. News and World Report*, June 3, 2002, p. 76) – краще синиця в руках.

Економність новоутворених ФО підвищує частотність їх вжитку, забезпечує динамізм розповіді, її експресивність, легкість декодування поданої інформації [Левицкий, 1998: 300; Беляева, 1979: 71]. Фразеологізми такого типу виконують номінативну, комунікативну, соціальну та кумулятивну функції [Баран, 1997: 30-34].

Максимальна інформативність повідомлення є однією з функцій преси [Чекалина, 1991: 117]. Для газет і журналів пошук інформативно насиченої, виразної й одночасно економної форми вираження думки пов'язується з позамовними та стилетворчими факторами: обмеженістю газетної / журнальної полоси та часом на підготовку матеріалу [Чекалина, 1991: 117]. В публіцистичних текстах зустрічаються такі мовні форми, як: буквенні скорочення й усічені форми слів. Усічені форми вживаються як повноправні варіанти повних слів. Наприклад: *oppo* для позначення дієслова *oppose* – *One option: do “oppo” research on the chief accuser* (*Newsweek*, August 17, 1998, p. 26); *org* – іменника *organisation* – *I joined Mid-America Paper just a few months ago, and I’m way down on the “org” chart* (*Business Week*, March 22, 1999, p. EB6).

Одним із найвизначніших щодо обсягів пластів словникового складу мови є одиниці науково-технічної терміносистеми, що розширили межі свого вжитку і часто зустрічаються в періодичних виданнях. Наприклад: *the center of the gravity* (*Newsweek*, May 24, 1999, p. 74); *to be lightyears ahead* (*Business Week*, March 24, 1999, p. 26); *lunar landscape* (*Newsweek*,

March 15, 1999, p. 34); *galaxy of practices* (*Newsweek, July 5, p. 64*); *to fall out of orbit* (*Time, April 6, 1998, p. 75*). Наведені приклади перейшли із сфери космічної терміносистеми в узус унаслідок процесу детермінологізації, рушійною силою якого виступає функціональна переорієнтація [Левицький, 1998: 301]. Науково-технічні терміни є не тільки найчисленнішою, а й найрухомішою частиною словникового складу сучасної англійської мови. Детермінологізація в публіцистичних текстах проходить шляхом заміни одного з компонентів у різних контекстах. Від терміну *acid tests* утворився вираз *acid jokes*:

In speeches – sprinkled with English and mildly acid jokes about touchy topics like nuclear espionage (*Newsweek, April 26, 1999, p. 62*). У ході перетворення семантичної структури терміну *acid test* відбулося розширення змістового об'єму поняття, розвиток нового значення.

Терміни постійно взаємодіють із неспеціальною лексикою, збагачують один одного. Якщо раніше їх сферою функціонування була наука і техніка, то в сучасний період, на початку ХХІ століття – розмовно-побутове мовлення та публіцистика. Наприклад: *donor, ground zero, lower the bar, to navigate*.

Наприклад, термін *to lower the bar* (понижити планку) запозичено зі сфери спорту. Зазнавши процесу детермінологізації, вираз *to lower the bar* “прижився” в узусі і набув значення знизити вимоги.

But later, House Minority Leader Richard Gephardt lowered the bar for jettisoning the president, calling Clinton’s behavior “reprehensible” (*Newsweek, September 7 1998, p. 26*).

У пресі США зустрічається значна кількість одиниць зниженої лексики. Деякі дослідники пояснюють появу знижених ЛО бажанням членів суспільства віднайти та відобразити засоби адекватної номінації явищ дійсності. Т.Г. Винокур відзначає, що “і в межах літературної мови на сьогодні діє загальна закономірність, яка регулярно виявляється в

поєднанні різностильових елементів” [Винокур, 1977: 299], зумовлених обмеженістю системи виразових засобів літературного мовлення.

З іншого боку, мовна традиція, яка склалася в американській публіцистиці, має свою соціально-комунікативну спрямованість і зумовлена орієнтацією на “середнього читача” [McLuhan, 1994: 214]. Звісно, журналіст повинен керуватися стилістичним смаком, навичками читача та писати так, щоб не образити його. Така установка підсилює ймовірність використання розмовних елементів, що відбивається як на використанні лексики, так і на виборі мовних одиниць (газетних і журнальних словосполучень). Особливості вжитку таких словосполучень відбивають загальну орієнтацію публіцистичних текстів на повсякденне мовлення. У публіцистичному стилі повинно бути якнайменше одиниць, які ускладнюють сприйняття, потребують спеціальних знань або розумових зусиль для декодування [Омельченко, 1989: 318]. Наприклад:

You know what property rights mean in Siberia? (Newsweek, March, 23, 1998, p. 17). Орієнтація на розмовний варіант англійської мови призвела до вжитку в публіцистичних текстах форм, що порушують літературну норму. Журналісти уникають вживати допоміжне дієслово у загальних питаннях. Замість виразу *Do you know* зустрічається варіант питального речення без дієслова *to do*, а саме – *you know*.

Розглянемо інший приклад, що свідчить про використання розмовної лексики у публіцистичних текстах.

Trash talking 'Bout My Generation, and Yours (Newsweek, February 15, 1999, p. 8). Скорочена форма слова *about* виражена через апостроф із втратою літери *a*.

Журналісти, як правило, виходять із моделі довірливих відносин між адресатом та адресантом. Цим і пояснюється орієнтація публіцистичних текстів на невимушено-розмовний регістр [Гриліхес, 1978: 64]. Елементи розмовного мовлення, тобто зниженого стилістичного забарвлення, виконують імпліцитно-контактовстановлюючу функцію та функцію

інтимізації, що зменшує “ступінь відчуженості від зони контакту” [Бахтин, 1986: 106].

Лексика публіцистичних текстів зазнає динамічних змін, відбувається розширення словникового складу мови за рахунок термінів, цитат, ідіом, новотворів, колоквіалізмів і сленгізмів. Посилюється тенденція до порушення літературної норми, що свідчить про загальну орієнтацію на широке використання повсякденного мовлення. Лексичні показники публіцистичного стилю виконують номінативну, комунікативну, соціальну, кумулятивну та функцію інтимізації, які свідчать про прагматичне спрямування цих мовних одиниць.

2.2.2. Семантико-стилістичні показники. До семантико-стилістичних показників прагматичної спрямованості публіцистичних текстів відносяться різні способи вторинної номінації, а саме: метонімія, перифраз та евфемізми з одного боку, а метафора та антономазія з іншого. Стилістична метонімія – виразний засіб стилістики, під яким розуміється перенесення власної назви одного об’єкта на інший [Александрова, 1998: 155]. Поряд з метонімією має місце перифраз, стилістична фігура заміщення, яка полягає в заміні назви предмета чи явища описом його найсуттєвіших ознак чи вказівкою на їх характерні риси [Мороховский, 1991: 170]. Наприклад: *Walking skeletons – thin, skinny people. Walking skeletons – A few of the hundreds of refugees awaiting help in Ajiap (Newsweek, May 18, 1998, p. 59).*

Іншим типом семантичних змін, що ведуть до формування вторинних похідних змін, є метафора. Наприклад: *Today Hamm is women’s soccer most lethal weapon, offensive linchpin of the American team (Newsweek, June 21, 1999, p. 90).* Американську футболістку, Міа Гам, порівнюють із смертельною зброєю, осердям команди. Детальніше питання про метафору буде розглянуто в 2-ій частині роботи.

Метонімічні та метафоричні переноси створюють особливу виразність, образність і як елемент підвищення експресивності впливають на читача, затримують його увагу, підсилюють зацікавленість у інформації. Використовуючи мовленнєві метафори, автор виражає своє емоційне ставлення до подій, оскільки образ, створений метафорою, апелює до уяви читача.

Різновидом метафоричного переносу є антономазія. Власні імена знаходяться в руслі сучасних досліджень, які досліджують мову як віддзеркалення національної культури. Важливим аспектом є дослідження власних імен в єдності їхніх перцептивних, когнітивних і афективних характеристик. У ході функціонування власні імена набувають соціальні конотації. Подібні імена можуть входити до різних терміносистем як імена-тотєми (О.Н. Колосова) [1999], прецедентні-імена (Д.Б. Гудков) [1999], культурні символи (С.М. Пак) [2002], культурно-історична категорія (С.І. Гарагуля). В будь-якому випадку йдеться про особливу функцію імен в мовленнєвому і соціальному контексті. Набуті іменами соціальні конотації можуть носити нетривалий, локальний характер [Пак 2004: 167]. В теорії прецедентних імен, яку розробляють Д.Б. Гудков і В.В. Красних, центральне місце відведено поняттям “когнітивна база” та “національно-детерміноване мінімізоване уявлення” як стійким ментальним структурам, що активізуються мовними знаками у всіх представників лінгвокультурного співтовариства. Очевидно, що слова в психіці різних людей корелюють з різними ментальними утвореннями, тобто концептуалізація дійсності відбувається по різному. Якщо власне ім'я презентує знання, спільне для певної лінгвокультурної спільноти, то воно функціонує як міфологема [Пак 2004: 167]. Типовим є використання таким імен у мові ЗМІ.

Власні імена є вагомими елементами публіцистичних текстів. Специфіка їхнього функціонування свідчить про відношення автора до змальованих подій. У межах структури тексту кожен елемент

публіцистичного мовлення виконує текстотвірну функцію. Власні імена поряд з номінативною, диференційною, символічною, експресивною, метафоричною, міфологічною й ідентифікаційною, виконують текстотвірну функцію, оскільки оніми є важливим засобом текстотворення. Під текстотвірною функцією власних імен розуміємо здатність антропонімів бути конструктивним елементом змістовно-сміслового простору та формальної організації публіцистичного тексту. У ньому власні імена вступають з іншими лексичними одиницями у синтагматичні та парадигматичні відносини. А синтагматика та парадигматика є текстовою віссю, основою системно-структурної організації тексту. У зв'язку з цим можна говорити про здатність власних імен структурувати публіцистичний текст [Батурина, 2002: 89].

Імена, що функціонують як знаки вторинної номінації, вкорінюються в мові в ролі прецедентних імен. Так для публіцистичних текстів характерним є використання антропонімів відомих людей у значенні загальноновживаних: *Tolstoy, Shakespeare, Hitler, Hochimin, Leonardo, Francis Bacon*:

Is Slobodan Milosevich a Hitler or a Hochimin? (*Newsweek*, April 12, 1999, p. 29). *The pictorial Shakespeare of our time* (*Newsweek*, September 21, 1998, p. 65). Використовуючи цей стилістичний прийом, автор не тільки називає суб'єкт, але й характеризує його, підкреслюючи певні риси характеру або професійні навички людини. Наприклад:

Stepashin may be sufficiently colorless to appease the communists, but will turn out to be tough enough to become Russia's Pinochet (*Newsweek*, May 24, 1999, p. 25). Використовуючи антропонім *Pinochet*, автор статті характеризує экс-прем'єр міністра Росії, підкреслюючи такі його риси, як твердість і навіть жорсткість у досягненні мети. Ім'я чилійського диктатора використано щоб привернути увагу читача та підсилити його зацікавленість до поданого матеріалу.

Like Tolstoy with a camera, Kurosawa could move in this close and also move back to the titanic scale of the battle scenes in “Kagemusha”(1980) and “Ran”(1985) (*Newsweek*, September 21, 1998, p. 65). Для того, щоб підкреслити професійні навички японського режисера А. Куросави, використане порівняння *Like Tolstoy with a camera*. Асоціація з відомим російським письменником Л.М. Толстим допомагає читачеві зрозуміти про що йдеться у статті, спираючись при цьому на відомі факти. Цим порівнянням автор дає високу оцінку діяльності митця.

Стилістично маркованими елементами прагматики публіцистичних текстів виступають:

1. Тотожні одиниці, до яких входять порівняння і синоніми.
2. Стилістичні одиниці протиставлення: антитеза та оксюморон.
3. Одиниці нерівності: каламбур.

Застосовуючи порівняння, журналісти тим самим дають нове сприйняття явища. Порівняння підсилюють експресивність опису подій у публіцистичних текстах. Ці структури також можуть увести в дію особливі сценарії чи установки (наприклад, у тих випадках, коли політична дискусія риторично зображена з точки зору насилля) за допомогою використання порівнянь і метафор, запозичених із сценаріїв військових дій (наступ, оборона та ін.) [Дейк, 1989: 133].

Розвиток опису подій у періодичних виданнях іде по лінії уточнення, повідомлення нових ознак і, щоб уникнути повторів, автори статей змушені використовувати синоніми: *to grease palms – to give bribes – to bribe; to turn the city upside down – to set the city on its head* (див. додатки).

A habit of greasing palms runs deep in South Korea, where mothers routinely give discreet cash gifts to teachers (*Newsweek*, January 19, 1998, p. 38); *His improvisations set the city on its head* (*Time*, June 8, 1998, p. 99).

Експресія є однією з основних рис публіцистичного стилю, тому для урізноманітнення мовлення автори газетних і журнальних текстів використовують ресурси синонімії.

Семантико-стилістичними показниками прагматичної спрямованості публіцистичних текстів виступають антитеза й оксюморон. Особливість антитези виявляється в тому, що для більшої виразності використовуються діаметрально-протилежні поняття, образи та значення, виражені різними мовленнєвими одиницями: *This is the story of winners and losers at the Luis Garcia AIDS Clinic (Newsweek, July 5, 1999, p. 25)*. *Life or death Lottery (Newsweek, July 5, 1999, p. 25)*.

Стилістичні функції антитези полягають у контрастному протиставленні референтів, з одного боку, з метою затримання уваги читача, а з іншого, – надати висловлюванню ритмічності та чіткості. Експресивну функцію в текстах публіцистичного стилю виконують лексичні одиниці, протилежні за значенням. У результаті їх використання з'являється нове смислове поняття (оксюморон), яке розкриває суперечливі аспекти явища чи двоїстість стану, настрою мовця [Мороховский, 1991: 194]. Наприклад: *warrior for peace, unsaid sayable, creative destruction*:

And that kind of short-term upheaval – some call it creative destruction – will not likely inspire the kind of confidence in consumers that makes them shop till they drop (Newsweek, August 3, 1998, p. 31). Оксюморон *creative destruction* вжито з метою надати висловлюванню емоційності, виразності, передати суперечність описаної ситуації. Наведене словосполучення характеризується семантичною несумісністю своїх компонентів. Стилістичний ефект впливу на читача виникає внаслідок співставлення контрастних понять.

Семантико-стилістичні показники прагматичної спрямованості публіцистичних текстів, що були щойно розглянуті, відзначаються емоційністю й експресивністю завдяки протиставленню протилежних ознак предметів та явищ (антитеза) чи поєднанню протилежних за значенням одиниць (оксюморон). Слова та речення, які створюють ефект контрасту чи кульмінації, підсилюють виразність повідомлення. Ці

структури сприяють компактнішому представленню інформації, її кращому запам'ятовуванню, підсилюючи вплив повідомлень на читачів.

Семантико-стилістичним показником прагматичної спрямованості публіцистичних текстів, що базується на смисловій двозначності слів чи виразів, є каламбур, який будується на полісемії, омонімії, жартівливій етимологізації слів. Наприклад: *Have an ice day* (*Newsweek*, April 12, 1999, p. 45); *A Falling Starr* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 45); *Paranoia - Parisnoia* (*Newsweek*, March 30, 1998, p. 20).

Автор статті в американському щотижневику *Newsweek* розмірковує про майбутню грошову одиницю в Європі: *Euro: Germany, Austria – Oo – roh, as in Deutschland; France – ew – rhoh, as in Dieu; Britain, Ireland - Your – oh; Denmark – Ev – roh; Portugal – AIR – oh; Belgia – like the France, more or less; Belgium (Flamands) – UR - rroh; Italy – AY- oo – roh, musically; Spain – ay- oo – roh, roughly; Catalans – like the Spaniards, but emphatically* (*Newsweek*, May 4, 1998, p. 22). У наведеному реченні обігруються співзвучні слова: євро та можливі варіанти його вимови у країнах Європи. Поєднання несумісних понять, побудованих на співзвучності слів, призводить до смислового абсурду.

Parisnoia утворена за аналогією із *Paranoia* і означає надмірне захоплення столицею Франції, Парижем. Зіставлення слів *Parisnoia* та *Paranoia* створює комічний ефект, оскільки життя в Парижі певною мірою нагадує божевілля: *Paranoia - Parisnoia* (*Newsweek*, March 30, 1998, p. 20).

В основі каламбуру лежить зіставлення явищ, які різняться значимістю, силою, розміром тощо. Ці відмінності в інтенсивності значень, а також у смисловій двозначності використовуються для актуалізації емоційної насиченості висловлювання або для створення комічного ефекту.

2.2.3. Синтактико-стилістичні показники. Крім лексичних і семантико-стилістичних, було виявлено та проаналізовано синтактико-стилістичні показники прагматичної спрямованості мови американської публіцистики.

Найчастотнішими елементами серед них виступають: еліпсис, замовчування та вживання номінативних речень. Пропуск одного або двох головних членів речення легко відновлюється в контексті, тобто змінюється форма при фактичному збереженні змісту. Наприклад:

If there's one thing Hale Irwin is not, it's a reckless driver (Newsweek, March 9, 1998, p. 53). Контекст допомагає відновити зміст скороченого речення, в якому йдеться про те, що Гейл Ірвін виграє в єдиному, він – обачний водій.

У наведеному реченні випущено два слова *Are you*, але читачі без ускладнення зрозуміють зміст, тому що така форма запитань є типовою для розмовного варіанта.

Tired of Chic Simple? Welcome to the New Romance (Time, April 6, 1998, p. 66).

Якщо у повних реченнях кожен елемент несе певний обсяг інформації, то втрата одного чи кількох елементів веде до перерозподілу інформації серед тих елементів, які збереглися.

Замовчування (апозіопезис) представлене у наступному прикладі: *We are taking direct fire... We are trapped... They are all around us... We can't get out (Newsweek, April, 12, 1999, p. 29).* Крім емоційності, замовчування може нести в собі прихований натяк, погрозу, обіцянку і в цьому випадку воно стилістично вагоме: *Hey, if it worked for Meryl... (Time, May, 1996, p. 83).* У такому випадку повідомлення має чітку прагматичну орієнтацію на читача, який змушений доповнити пропущені елементи висловлювання щоб зрозуміти зміст.

Виразальним синтаксичним показником є номінативні речення, тобто такі односкладні речення, основою яких є єдиний головний член, виражений іменником. Напр.: *Nakatomania (Newsweek, June 8, 1998, p. 66)*.

Структура таких речень може бути:

1. Непоширена: *The Kingmaster (Newsweek, January 18, 1999, p. 16)*.
2. Поширена за рахунок модифікуючих елементів, здебільшого означення: *The Yugoslav Model (Newsweek, January 18, 1999, p. 49)*; *The High Price of Honesty (Newsweek, April 12, 1999, p. 46)*.

Номінативні речення відповідають прагматичному спрямуванню публіцистичних текстів на читачів завдяки ємкості та лаконічності.

До синтактико-стилістичних показників прагматичної спрямованості американської публіцистики ми відносимо повтор і емпатичні конструкції з дієсловом *do*. У публіцистичних текстах зустрічаються два види повтору:

1. Простий: *Kill them! Kill them! (Newsweek, July 5, 1999, p. 49)*; *But... Kon came really, really, really, really, close (Newsweek, July 13, 1998, p. 52)*.
2. Поширений: *Comeback kid will have no comeback (Time, September 14, 1998, p. 44)*.

У межах одного висловлювання повтор виконує експресивну функцію. Він сприяє максимальному підсиленню викладеної думки [Почепцов, 1999: 36]. Для логічного й емоційного підсилення повідомлення в публіцистичних текстах вживають емпатичну конструкцію з дієсловом *to do*, яке передає значення інтенсивності дії. Наприклад:

Habibie does offer a bigger idea than merely the undoing of Suhartoism (Newsweek, June 8, 1998, P.20). *But I do go out with the most beautiful woman in the world, and I do love women (Newsweek, October 11, 1999, p. 42)*.

Дієслово-інтенсифікатор вживається в Present Simple і Past Simple:

I did think seriously about what it would take, and in the end I concluded it just can't be done (Newsweek, July 19, 1999, p. 2).

Дієслово *do* як виразовий засіб розширює сферу вжитку навіть до умовних речень: *Let's say I committed this crime. "Even if I did do this, it*

would have to have been because I loved her very much, right?" (Newsweek, January 19, 1998, p. 9). Як і повтори, дієслово-інтенсифікатор *do* вживається у публіцистичних текстах з метою емоційного підсилення та вираження динамізму дії.

Виразальним засобом американської публіцистики виступає інверсія, яка передбачає навмисне порушення укладеного порядку слів: *In wilderness is the presentation of the world* (Environment: The Next Frontier, 1999, p. 33). Інверсія виконує експресивну функцію, оскільки виділяє смисловий центр повідомлення реми. Вона змінює ритм речення, переносючи акценти з одних членів речення на інші. Так, висування важливої інформації на перше місце виступає загальною структурною властивістю газетних і журнальних повідомлень.

Синтаксичне виокремлення деавтоматизує сприйняття читачем тексту за рахунок порушення звичних синтаксичних зв'язків у рамках речення. Порушені зв'язки спрямовують увагу читача на те, що було сказано раніше, та водночас дозволяють узагальнити прочитане, провокуючи його відповідну реакцію [Воробьева, 1993: 301]. Виокремлення впливає не тільки на схематичну організацію повідомлення, а й на порядок слів усередині речень. Цей параметр пронизує весь текст, усі його рівні. Це – “структурування за принципом релевантності” [Дейк, 1989: 125, 133].

До синтактико-стилістичних показників прагматики публіцистичних текстів відносяться паралелізм і риторичні питання. Під паралелізмом ми розуміємо стилістичний прийом, побудований на тотожній будові двох речень чи їх частин. Наприклад, у реченні *No Bonnie. No Clyde. No Corpses. No heart* (Time, April 6, 1998, p. 70) спостерігається неповний паралелізм. У наведеному реченні паралелізм виражає зіставлення, імена Бонні та Клайда порівнюються з убивствами. У публіцистичних текстах паралельні конструкції використовують для виділення основної думки повідомлення.

Риторичні питання не передбачають відповіді, а лише підсилюють емоційність повідомлення. Порівн.: *Who represents Europe? A deficit of democracy in Strasbourg* (*Time*, January 25, 1999, p.21). У функціональному аспекті риторичні питання застосовують для привернення уваги читача та підсилення прагматичного аспекту висловлювання.

Таким чином, синтактико-стилістичні показники прагматичної спрямованості публіцистичних текстів є функціонально орієнтованими, оскільки виконують атрактивну функцію. Мовні показники прагматичної спрямованості публіцистичного стилю виступають виразними, змістовно насиченими та лаконічними за формою одиницями.

2.3. Соціальна зумовленість функціональних змін у мові публіцистичних текстів

Функціонування мовних одиниць у мовленні тісно пов'язане із функціонуванням мови як динамічної системи, в якій постійно відбуваються різні зміни. Проблема динамізму та творчого аспекту мови невіддільна від явища варіативності, тобто єдності постійного та змінного [Левицкий, 1998: 224]. Динаміка та статика в мові виступають у діалектичній взаємодії. Під динамікою мови ми розуміємо еволюцію, розвиток та вдосконалення мови [Рождественский, 1990: 247]. Основними формами динамічної основи системи мови є: зовнішня, тобто постійний процес утворення нових слів і словоформ, і внутрішня, тобто, словотворча потенція [Гумбольд, 1984: 72]. Особливо яскраво простежується мовна динаміка американського варіанта, під якою ми розуміємо пристосування мови до зростаючих потреб спілкування.

Усі події, явища та ситуації, що мають місце в світі, знаходять віддзеркалення в мові, соціальна природа якої виявляється передусім у її номінативному інвентарі [Смерчко, 1997: 11]. Зміни відбуваються як в

лексиці, так і в граматиці [Апресян, 1995: 159; Пауль, 1960: 56; Сосюр, 1998: 111].

Прогрес у мові виражається передусім у збільшенні словникового складу, кількості значень слів, пристосуванні мови до форм суспільного життя, які ускладнюються, та викликаних ними новими потребами спілкування. Ріст виробничих сил суспільства, розвиток науки, техніки та загальнолюдської культури, пізнання навколишнього світу, збільшення відомостей про нього, ускладнення форм суспільного життя людей і встановлення нових відносин між ними викликає до життя велику кількість нових понять, для яких мова змушена знаходити вираження. Соціальний розвиток веде до збільшення суспільних функцій мови та розширення словникового запасу [Апресян, 1995: 160].

Словниковий склад зазнає найбільшого впливу соціальних факторів. Ми розглядаємо соціальні фактори та внутрішньоструктурні закономірності розвитку лексики в їх взаємодії. У процесі розвитку суспільства виникають поняття та слова, які їх позначають і розширюється арсенал значень існуючих. Процес утворення значень полісемантичного слова свідчить про розвиток периферійних областей його семантики. Ядром семантики лексичної одиниці є константний компонент, а периферією – варіативний [Левицкий, 1998: 225].

Поява нового значення слова, переосмислення його значення, перехід слова з активного запасу в пасивний та інші зміни відбуваються під впливом соціальних факторів. Вищезазначені причини є свідченням діалектичної взаємодії соціальних факторів та внутрішніх законів мови в процесі функціонування та розвитку мови [Дешериев, 1988 : 23; Сосюр, 1998: 96]. Субстратні та суперстратні соціальні фактори відіграють важливу роль у розвитку мови, словотворенні, семантиці, лексиці та термінології. До субстратних соціальних факторів відносяться фактори соціального та культурно-історичного розвитку мови в минулому, які

знайшли відображення переважно в його лексиці та семантиці, закріпилися в традиціях мови та продовжують здійснювати вплив на мову на даний час.

Так, для американського варіанта англійської мови (АВАМ) субстратні соціальні фактори визначаються їх належністю до британського культурно-історичного та мовного ареалу, що зумовило наявність і розвиток в АВАМ та в британському варіанті англійської мови (БВАМ) спільних явищ у внутрішній структурі, лексиці та семантиці. До суперстратних відносяться фактори сучасного соціально-політичного, економічного та культурного розвитку американського народу. Науковці свідчать про ослаблення субстратних і про підсилення суперстратних соціальних факторів і їх вплив на цю мову [див., напр., Баскаков, 1988: 119].

2.4. Тенденції мовних змін в американській публіцистиці кінця XX – початку XXI століття

Розвиток мови здійснюється завдяки свідомій, відбірковій діяльності суспільства, в якому важливу роль відіграють ЗМІ, зокрема публіцистичні тексти. Періодичні видання в кожному суспільстві є активно діючим і оперативним органом, за допомогою якого вони здійснюють відбір, обробку, нормалізацію, втілення та закріплення мовних форм, нових слів, термінів, різних будівельних елементів і лексичних запозичень [Туманян, 1984: 18].

У зв'язку з розвитком публіцистичного стилю зростають стилістичні та лексичні можливості мови. Поповнюється термінологічний запас. У мові публіцистичних текстів швидше, ніж у будь-якій іншій сфері, відображаються ті зміни, які відбуваються в розмовному мовленні. Суттєвою особливістю публіцистичного стилю є притаманний йому вжиток фразеологізмів, термінів, цитат, прислів'їв, приказок, сленгу, неологізмів ті okazіоналізмів. Лексикон відзначається рухомим,

динамічним характером, оскільки його одиниці постійно беруть участь у діяльності. Сама будова лексики повинна забезпечити функціональний бік своїх одиниць, легкість використання в актах породження та сприйняття мовлення [Кубрякова, 1991: 104].

В американському варіанті англійської мови, як і в будь-якій живій системі, закладений внутрішній стимул до спонтанного саморозвитку. Внутрішні протиріччя в природі мови є першопричинами динамічних змін мови за певних умов. Зміни знаку приводять до змін самого поняття [Соссюр, 1990: 122]. Система мови зазнає змін секційно, тобто, зміни починаються не з ядра мови, а з його периферійних ділянок і є нерівномірними [Туманян, 1988: 56]. Ми поділяємо думку Г. Пауля про те, що причиною зміни узусу є звичайна мовленнєва діяльність, в якій проявляється намір та потреба мовця висловити свої думки [Пауль, 1960: 53]. Мовні відхилення зручні у мовному аспекті, оскільки зумовлені принципом зручності [Пауль, 1960: 75] та свободою у творчому використанні мови у сфері лексики та граматики [Колшанский, 1990: 97].

Зміни значень приводять до появи новотворів. Ми дотримуємось думки, що при вивченні мовних фактів у динамічній синхронії оказіональні слова слід розглядати як одиниці, що відповідають мовній нормі. Подібні утворення характеризуються ненормативністю, нерегулярністю вжитку, незвичністю та новизною в процесі сприйняття, експресивністю та контекстуальною залежністю [Левицкий, 1998: 245]. Варіативність існуючих найменувань чи заміна їх новими пояснюється: 1) тенденцією до зміни мотивованості; 2) потягом до уточнення поняття; 3) потребою в раціоналізації (економії); 4) необхідністю використання виразних, експресивних конкуруючих форм у публіцистичних текстах [Степанова, 1984: 74]. На думку А.Е. Левицького узусальне використання новотвору зумовлено низкою чинників, зокрема: 1) наявністю певних переваг новоутвореної лексичної або фразеологічної одиниці перед існуючими; 2) простота в сприйнятті. Ідеалом для поширення є така

одиниця, що поєднує максимум інформації з мінімумом простоти структури. Чим простіша структура, тим більше шансів у цього новотвору перейти в узус [Левицький, 1999: 350].

Утворення нових слів іде двома шляхами: 1) у процесі конденсації синтагми, підкоряючись загальному закону економії мовних засобів; 2) шляхом конструювання форми слова, вибору наявних формальних елементів, підкоряючись загальному закону аналогії [Кудрявцева, 1992: 151].

Широке використання новотворів пояснюється функціями публіцистичних текстів та їх здатністю приваблювати увагу читачів. Новотвори відрізняються від узуальних одиниць певними ознаками:

1) okazіональне значення слова багатше узуального за змістом і вужче за об'ємом. Слово в okazіональному вжитку має конкретне значення, а в узуальному – абстрактне;

2) в узусі слово може бути багатозначним, okazіоналізм є завжди однозначним;

3) відхилення okazіонального значення відрізняється від узуального тим, що okazіональне значення вміщує в себе не тільки всі елементи узуального, але навіть дещо більше [Пауль, 1960: 94].

Оригінальне використання новотворів стимулює розвиток мови, вносить корективи в її структуру, дає початок потенційним і асоціативним зв'язкам між різними мовними одиницями, які виявляються спочатку okazіонально [Левицький, 1998: 237; Carter, 1995: 303]. Новотвори сприймаються посередниками, які поширюють їх серед мас. У першу чергу, це – працівники засобів масової інформації. Слово фіксується в мовленні, друкованих виданнях. Чергова стадія – прийняття слова широкими масами носіїв мови. Наступний етап – входження слова в лексичну систему мови і водночас набуття навиків адекватного вжитку нового слова, тобто набуття комунікативно-прагматичної компетенції носіями мови. Головним фактором, що визначає прийняття/неприйняття

новотвору є комунікативна потреба. І хоча новотвори виникають у мовленні, з часом закріплюються в узусі або зникають, вони загалом відображають притаманні мові тенденції змін [Левицкий, 1998: 249].

Окрім змін у лексичній семантиці, відбуваються семантичні зміни у морфології. Характерною тенденцією функціональних змін у мові американської публіцистики виступає перехід слів із одних категорій частин мови в інші, внаслідок чого змінюються семантичні, морфологічні та синтаксичні характеристики слів [Омельченко, 1989: 94]. Функціональні зміни зумовлені явищем функціональної переорієнтації (див. частину 3).

Внаслідок граматикалізації / лексикалізації відбувається закріплення нової функції. Оскільки процес закріплення функції займає значний час, то власне граматикалізація, як і лексикалізація, на початковому етапі має оказіональні риси. Поступово мовна одиниця розширює контексти свого вжитку, набуває нові семантичні, когнітивні, синтаксичні та прагматичні характеристики, які існують паралельно з вихідними, і зрештою витісняють їх [Левицкий, 1998: 286].

Слід зауважити, що питання граматикалізації у безпосередньому зв'язку з концептуалізацією та категоризацією світу вивчала О.С. Кубрякова, яка назвала цей процес транспозицією. На її думку питання транспозиції доцільно досліджувати з когнітивної точки зору. О.С. Кубрякової вбачає витoki транспозиції в далекому минулому, в генезі мови, коли після початкового етапу існування настає різкий стрибок від примітивного стану мови до розвинутого. Такий різкий перехід передбачає появу різних комбінацій знаків. Людина починає пізнавати світ як складну систему залежностей і взаємодій. Світ постає перед людиною не тільки як сукупність окремих об'єктів, але як світ пов'язаних між собою об'єктів. Мова, яка до того часу охоплювала примітивні позначення сутностей, виокремлених із потоку відчуттів і узагальнень цих відчуттів, починає формувати номінативні одиниці, які відображають відношення і зв'язки набуті людиною в ході досвіду. Ця сфера охоплює не тільки знаки

сполучення чи роз'єднання окремих слів, але й процеси, що відображають залежності між об'єктами і спрямованими на них діями, між діями та створюваними для їхнього здійснення об'єктами [Кубрякова, 2002: 31]. Транспозиція, на думку О.С. Кубрякової, – не зовнішній перехід знаків із однієї категорії в іншу, не перехід знаків або їхнє переміщення, а спосіб відображення залежностей між об'єктами, їхніми ознаками, процес осмислення цих зв'язків і залежностей в цілому. Транспозиція є відображенням тих знань, які поступово накопичуються людиною в ході активної діяльності людини і взаємодії з предметами навколишнього світу.

Дж. Лакофф писав, що більша частина структури наших знань має форму пропозиційних моделей, а їхніми особливостями є те, що вони виділяють елементи, дають їм характеристики і висвітлюють зв'язки між ними [Лакофф, 1998: 81]. В термінах когнітивної лінгвістики транспозицію можна легко пояснити, оскільки вона відображає зв'язки об'єктів і ознак, тобто в ментальному просторі людської свідомості переплітаються два різних фрагменти цієї свідомості: донора і реципієнта. Із реципієнтного простору беруть категоріальні смисли (концепти), необхідні для підведення позначуваного під певну змістовну рубрику (частину мови), із донорського – смисли, необхідні для конкретизації місця для позначуваного в реципієнтному просторі. Інтегруючись шляхом встановлення типу зв'язку між цими величинами ці смисли породжують новий концепт, який допомагає мовцям активізувати всю сукупність знань, представлених новим позначувальним [Кубрякова, 2002: 34].

Аналогічну думку висловлює А.Е. Левицький, який вважає, що в основі граматикизації (в термінах А.Е. Левицького) лежать когнітивні фактори. Вони функціонально мотивовані комунікативною стратегією висловлювання та фокалізацією окремих її елементів [Левицький, 1998: 287]. За когнітивними структурами виявляється комунікативне призначення мовного засобу, оскільки у ході пізнання світу людина категоризує та номінує його. З когнітивної точки зору мова розглядається

як процес взаємодії структур знань різної межі генерації, що створює передумови для комплексного аналізу мовних одиниць різних рівнів у їхній єдності, взаємозв'язку та взаємодії. Таким чином, процес когнітивного аналізу враховує особливості лексико-номінативного акту з одного боку та розуміння, тобто його розпізнавання, декодування, з іншого [Левицкий, 2001: 83]. Когнітивна активність яскраво проявляється у виборі мовцем правильного лексичного засобу для вираження своєї ідеї [Cumming, 1990: 491]. На цій стадії відбувається вибір як лексичних засобів вираження так і їх узгодження, тобто пошук адекватної синтаксичної структури [Левицкий, 1998: 84].

Серед основних рушійних сил процесу граматикалізації виступає концептуальний перенос, метафоричний за своєю природою, та прагматична мотивація, яка задіює метонімічні процеси [Heine, 1991: 218; Воробьева, 1997: 39]. Метафора та метонімія, як яскраві приклади динаміки в сфері лексичної семантики, здійснюють суттєвий вплив на процес граматикалізації та лексикалізації, оскільки вони складають базові схеми, за допомогою яких відбувається концептуалізація досвіду й оточуючого світу.

Вивчення мовних змін кінця XX – початку XXI століття доповнює й уточнює вже існуючі дані про словотворчу систему, а також показує характер змін, що відбуваються в словниковому складі мови під їх впливом.

ВИСНОВКИ

Публіцистичні тексти впливають на мовленнєву поведінку людини і залежно від комунікативної мети визначають стратегію вибору мовних засобів. У публіцистичних текстах комунікативна, когнітивна та прагматична функції взаємопов'язані. Прагматика публіцистичних текстів зумовлена їх максимальною орієнтацією на адресата, з метою спричинити зміни в його когнітивній сфері. Публіцистичний текст виступає складним, але цілісним комунікативним утворенням у сфері засобів масової інформації, у якому семіотичні параметри тісно пов'язані з параметрами семантичними, синтаксичними, когнітивними та прагматичними.

Лексика швидко реагує на зміни у багатьох сферах суспільного життя. На зміну старим символам (Біблійним персонажам і грецькій міфології) приходять улюблені герої сучасної літератури, теле- та кінозірки. Показниками функціональних змін виступають маркери публіцистичних текстів, оскільки вони окреслюють напрямки можливих змін. До динаміки лексичних змін ми відносимо: а) зміни ФО (ідіом, цитат, прислів'їв, приказок), появу лексико-семантичних варіантів (ЛСВ) і нових одиниць; б) появу новотворів; в) використання термінів; г) вживання розмовних одиниць, елементів сленгу. Розмовні елементи та сленг, які контрастують з нормами літературної мови, виступають суттєвими компонентами процесу розвитку мови, оскільки національна мова – динамічна і цілеспрямована культурно-історична система, яка об'єднує всі різновиди мовленнєвого функціонування. Лексичні зміни приводять до розширення словникового складу мови. Вони підсилюють вплив на читача, забезпечують експресивність публіцистичного тексту і легкість декодування поданої інформації.

Взаємодія нейтральної і стилістично забарвленої лексики, використання слів загального вжитку і сленгізмів свідчить про прискорення процесу мовної інтеграції. Окремі елементи проникають в

літературну лексику і закріплюються в ній, а деякі слова втрачають статус загальноновживаних з точки зору їх функціонально-прагматичної цінності.

ЧАСТИНА II. ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ЗМІН У МОВІ АМЕРИКАНСЬКОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ

Осмислюючи світ, люди втілюють свої уявлення в семантиці мовних знаків. Мовним інструментом мислення та пізнання дійсності є метафори. Ми розглядаємо концептуальні метафори у мові американських публіцистичних текстів як яскраві приклади змін у сфері лексичної семантики, оскільки вони складають схеми, за допомогою яких відбувається концептуалізація навколишнього світу.

РОЗДІЛ 1. СОЦІОКУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ МОВИ АМЕРИКАНСЬКИХ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ

Визначальною рисою сучасної лінгвістики є зростаюча зацікавленість науковців до закономірностей функціонування мовної системи, до факторів, що породжують комунікативний процес, і до характеру зв'язку “людина – мова” [Полюжин, 1999: 17]. Важливою властивістю такого підходу виступає цільова настанова комунікації, що здійснює значний вплив як на структуру публіцистичного тексту, так і на його складові елементи. Функціональний підхід до вивчення метафори передбачає її вивчення у широкому соціально-культурному контексті, у тісному зв'язку з лінгвокреативною діяльністю людини. Вивчення концептуальної метафори у публіцистичних текстах – це також дослідження впливу різних мовних, культурологічних, соціальних, економічних, політичних та інших чинників на національну систему мислення та світосприйняття.

Суспільна природа мови виявляється в особливостях лексики, складі фразеології, стилістичних та граматичних структур. Безперечно, найочевидніше соціальна природа мови виявляється саме в лексиці. В

лексичних змінах мова виявляє свій соціокультурний характер [Блакар, 1987: 105; Козлова, 2001: 7].

Під культурою ми розуміємо загальний набір вірувань, відношень, звичаїв, поведінки, соціальних настанов члена певного суспільства [Заїченко, 1995: 412]. З лінгвістичної точки зору під культурою розуміють історично успадковану комбінацію значень, виражених з допомогою символів, системи успадкованих уявлень, зафіксованих у символічній формі, завдяки якій люди передають, зберігають і розвивають свої знання та своє відношення до життя [Захаренко//Прецедент. Выск., 1997: 92]. На думку В.М. Телії концептуальне осмислення категорій культури знаходить своє втілення в природній мові не тільки в формі маркованих елементів, висловлювань і текстів, але й в значеннях слів, що називають характерні для даної культури реалії або поняття та образно мотивованих вторинних найменуваннях [Телия, 1996: 28]. Розвиток культури значною мірою визначається мовою, елементи якої несуть на собі відбиток життя суспільства. Мова як соціальне явище, як засіб накопичення та збереження інформації вміщує не тільки знання про предмети й явища дійсності, але й людський досвід поведінки в типових умовах природного та соціального середовища, соціальні моделі поведінки [Киселева, 1978: 11]. Особливістю мови є те, що вона виступає засобом вербалізації різних сторін культури, пронизуючи всі її види. Пізнання знакової природи мови, розуміння того, що “мовні знаки містять у собі як образи інших знаків, так і образи дій з цими знаками, а отже, – образи світу, дає підстави стверджувати: все, що пов’язано з культурою, також відбивається мовними знаками” [Рождественский, 1990: 65].

Отже, якщо мова людини як динамічна система, тобто різновид діяльності, є виразником культури, то мова американської публіцистики є виразником культури американського суспільства, відбиває його моральний, політичний, економічний і духовний світогляд.

Мова американських періодичних видань визначає рівень духовної культури суспільства. У мові відображені ті чи інші соціальні явища, процеси. Мова американських публіцистичних текстів визначає соціальну практику американського соціуму та його окремих груп, а також ту моральну атмосферу, яка свідчить про його життєдайні сили, здатність до самозбереження як соціальної категорії, що акумулює у своїх знаках його генетичну силу [Сербенська, 1991: 149].

Мова публіцистичних текстів спрямована на широку читацьку аудиторію. Обробка масової свідомості здійснюється шляхом цілеспрямованого впливу на читача, внаслідок чого виробляється автоматизм реакції поведінки як необхідна умова для навіювання тих чи інших настанов, формування ціннісної орієнтації [Кукушкина, 1984: 81]. З одного боку, тексти американської публіцистики вимагають і забезпечують певні загальні навички мислення, з іншого боку, ці навички мислення виявляються відображеними в мові. Механізм впливу мовних засобів на масову свідомість базується на апеляції до емоцій людей. Цілеспрямований вплив на свідомість людей досягається тим, що із загальної картини світу один із елементів виділяється, потім він типологізується, а далі втілюється у мовні форми, які за своїми ціннісними та репрезентативними характеристиками максимально наближаються до культури об'єкту впливу. Сприйняття препарованої інформації відбувається шляхом активізації чуттєвих елементів свідомості й інтуїції, завдяки яким у тих, хто сприймає цю інформацію, відбувається необхідна реконструкція картини світу та соціальних цінностей на підсвідомому рівні [Кукушкина, 1984: 82]. Дж. Лакофф [1991] підкреслює, що метафорична модель може бути ефективним засобом і зброєю для маніпуляції соціальною свідомістю. Існують метафоричні моделі та їх варіанти, які особливо активно використовують в певних політичних ситуаціях. Так, політична ситуація “вибори” метафорично осмислюють як спортивне змагання. Кожен учасник повинен правильно розподілити сили, долати

перешкоди, судді стежать за дотриманням правил тощо [Чудинов, 1991: 198].

Читацька аудиторія знаходиться під постійним, керованим впливом публіцистичних текстів, які поступово, шляхом малопомітних змін спричиняють кардинальні зміни ціннісних орієнтирів читачів [Москаленко, 1994: 70].

У масовій комунікації аудиторія сприймає інформацію як керівництво до дії, особливо якщо інформація спрямована на досягнення визначених цілей. Поряд з цим, аудиторія виступає представником соціального контексту, що, в свою чергу, здійснює вплив на поведінку творців текстів масової комунікації.



Події, що відбуваються в суспільстві, водночас здійснюють вплив на аудиторію та творців публіцистичних текстів. Журналісти, висвітлюючи події, підсилюють вплив на аудиторію, змушують її реагувати. Реакція читачів знаходить відбиток у суспільстві, спричиняє зміни у суспільному житті. Аудиторія виступає соціальним контекстом, який знаходить відображення в публіцистичних текстах.

Принципового значення набуває проблема зворотного зв'язку, який виявляється через засвоєння комплексу цінностей, ціннісних орієнтацій і поглядів журналістів. Урешті-решт, зворотній зв'язок веде до певної соціальної діяльності. Таким чином, стають очевидними взаємозв'язок і взаємовплив суспільства та мови.

“Мова є безпосередньо дійсністю думки, вона виражає, чи точніше, намагається виражати все духовне багатство народу, від якого і сама залежить, і його ж розширює, зміцнює, розвиває. Мова виступає як один із

найважливіших показників рівня розвитку культури народу, його традицій і багатовікової історії” [Будагов, 1989: 24-25]. Оскільки культура пов’язана з мовою, то вона пов’язана і з мисленням, і пізнанням. Отже, комунікативний акт включає поняття культури: **МОВА – КУЛЬТУРА – МИСЛЕННЯ – СПРИЙМАННЯ**.

Прискорення ж чи уповільнення розвитку процесів мислення залежить від ролі культурних чинників. Мова є не лише засобом, за допомогою якого ми отримуємо значну частину відомостей про культуру та пізнавальні процеси, а й тим засобом, який визначає саме розумові процеси [Надольний, 1997: 408].

Культура відноситься до соціального спадку народу, тобто культура – це ті засвоєні шаблони мислення, почуттів і дій, що передаються з покоління в покоління, включаючи втілення тих шаблонів у матеріальні об’єкти [Vander Zanden, 1993: 33].

Поняття “суспільство” співвідноситься з групою людей, які живуть на одній території та поділяють спільну культуру. Інакше кажучи, культура співвідноситься з традиціями людей, а суспільство з народом, який застосовує ці звичаї. Культура, таким чином, постачає матеріал, що дає змогу людям передавати досвід і керує їхніми вчинками. Водночас суспільство репрезентує мережу соціальних стосунків, які виникають між людьми [Vander Zanden, 1993: 33].

Культура як універсальний факт життя американського народу дає чітке уявлення про шкалу цінностей і вірувань членів соціуму. Йдеться, насамперед, про культуру як живе ціле, як усвідомлений суспільством зв’язок духовних і матеріальних цінностей. Оскільки мова і культура тісно пов’язані та взаємодіють, то культурні норми знаходять свій відбиток у мові. Поняття культури вміщує кілька компонентів: норми, цінності, символи та мову [Швейцер, 1976: 21]. Мова і культура співвідносяться як частина і ціле, тобто мова як суспільне явище є частиною культури. Ми розглядаємо мову як один із компонентів культури.

Структура суспільних відносин, яка входить до поняття культури, значною мірою спирається на біхейвіористську теорію S – R (стимул – мовлення – реакція). Соціально-детерміновані форми людської поведінки зводяться до шаблонних відповідних реакцій на стимули навколишнього середовища [Bloomfield, 1984: 26].

З іншого боку, культура є фільтруючим засобом, який стоїть між носіями культури та значною кількістю подразників навколишнього середовища. Цей засіб виконує захисну й обмежувальну функції, захищаючи культуру окремого народу від іншомовного впливу та зберігаючи цінності, традиції народу, в якому він живе [Damen Louise 1986: 89]. Відбиток цього погляду трапляється в американських публіцистичних текстах, у яких журналісти порушують важливі питання суспільно-політичного життя. Тексти є своєрідними стимулами, що спричиняють відповідну реакцію, отже, і поведінку читачів.

Мовна комунікація є необхідною умовою існування та розвитку людської культури. Вона забезпечує єдність культурних процесів у межах даної спільноти: створення, збереження та передачу культурних цінностей. Таким чином, комунікативна діяльність є тією ланкою, в якій перетинаються та взаємодіють мова і культура. Ю.Д. Дешерієв визначає, що “особливості мови, її структурні елементи не відбиваються в усіх сферах культури, в той час як усі сфери культури, її структури і структурні елементи, що виділяються її суспільною свідомістю, повинні всеохоплююче відобразитися в мові [1980: 9]. Функціонування та розвиток мовної комунікації бере початок із структури мовного колективу, його потреб і основних сфер спілкування в даній культурі. Необхідний компонент функціонування мови в колективі – мовна свідомість, яка виступає важливим компонентом словесної культури в цілому. Без урахування мовної свідомості картина життя суспільства (особливо її динамічний аспект) була б неповною: свідомість здійснює вплив на вчинки членів колективу, значною мірою визначаючи чинні норми та вибір

вербальних засобів. Необхідною умовою існування свідомості при цьому виступає мова.

Мовна свідомість, як і комунікація – явище соціальне, характерне для даного колективу, яке віддзеркалює його комунікативну діяльність. Розвиток мовної свідомості безпосередньо пов'язаний із розвитком мови. А оскільки мова – явище динамічне, то і мовна свідомість розвивається разом з нею, збагачується новими проявами.

Засобом збагачення мовної свідомості виступає лексика. У безпосередньому зв'язку з предметами та явищами матеріального світу, з історією суспільства, лексика не тільки виражає потребу мовної комунікації, але закріплює та передає суспільно-пізнавальний досвід від покоління до покоління. Взаємозв'язок і взаємозумовленість історії реалій та історії слів – це міст між словом і життям, історією суспільства, між мовою та культурою народу [Buerkel-Rothfuss, 1985: 35]. Життя народу протікає в часі, з часом змінюється і значення слів. Саме життя викликає слова на службу суспільству, виявляє їхні семантичні можливості. Мета семантики полягає в тому, щоб виявити структуру думки, приховану за зовнішньою формою мови [Вежбицка, 1983: 225]. Наприклад, розглянемо словосполучення *a hot spot*:

The ideal of beauty cherished by ancient Greeks today sends sicillian women to a skin-toning mud pool on volcano, one of several hot spots in the Aeolian Islands (National Geographic, November 1994, p. 20). Сицилійські жінки, під впливом ідеалу краси, ходять до гарячих джерел, грязевих басейнів, щоб приймати ванни. Словосполучення *hot spot* вжито зі значенням гаряче джерело.

Із зростанням збройних конфліктів, місця проведення бойових дій отримали назву *hot spots*:

Pierce Gerety had served on United Nations missions to most of the world's hot spots: Afghanistan, Sudan, Congo, Somalia, the Philippines (Newsweek, September 14, 1998, p. 29).

Останнім часом вираз *hot spot* отримав ще одне значення – дискотека, місце збору молоді, місце зустрічей художників та інтелектуалів. Наприклад:

His infinito, on the border between downtown and the historic king William district, has become the city's new hot spot, where artists and Chicano intellectuals gather (Travel and Leisure, December 1997, p. 46).

Основне призначення лексики як першоеlementу комунікації – відображення дійсності, тобто всієї гами багатогранного світу та відношень, у яких живе суспільство. Лексика швидко реагує на всі зміни суспільного життя. Кожна лексема є відбитком частини культури, суспільства, його історії [Телия, 1991: 43]. Слова мови як соціальне явище несуть на собі відбиток життя соціуму, його матеріальної та духовної культури.

Численні параметри публіцистичних текстів сприймаються залежно від фонових знань реципієнтів. Зокрема, складність тексту публіцистики визначається тим змістом, який вкладає в нього реципієнт як носій певної культури [Безменова, Лузина, 1986: 159].

Таким чином, читач усвідомлює зміст публіцистичного тексту на тлі культурних традицій, які склалися в процесі історичного розвитку суспільства. Тексти періодичних видань вводять читача у широкий соціальний, хоча і суб'єктивно-зabarвлений контекст, поділений на три відносно самостійних контексти: контекст практичної дії (події), ідеологічний контекст і контекст культурно-історичний. Дія цих трьох аспектів публіцистичного тексту повинна переконати читача у правильності викладеної точки зору автора статті, щоб потім перейти у його власне переконання, організовуючи його соціальну діяльність [Пронин, 1980: 44].

Отже, культура американського народу знаходить свій відбиток у мові публіцистичних текстів. Динаміка змін притаманна й мовній свідомості, яка розвивається разом із мовою. Засобом збагачення мовної

свідомості виступає лексика, яка теж зазнає змін, відображаючи дійсність і швидко реагуючи на всі зміни суспільного життя. Оскільки мова є однією із складових частин культури американського народу, то логічно, що і культура також змінюється із розвитком мови. На нашу думку, це початок глибоких, кардинальних змін, які будуть мати місце у майбутньому: соціальне явище > зміни у мові > формування відношення > зміни у культурі.

РОЗДІЛ 2. ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ АМЕРИКАНСЬКИХ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ

Метафори утворюють значну кількість словникового складу сучасної англійської мови, яка є не тільки гнучкою, але й такою, що постійно розвивається. Зміни в мові, передусім, виконують функцію відображення змін в пізнанні та опису його носіїв як суб'єктів мовлення. Легко виникаючи в мовленні в міру необхідності, метафоричні вирази відбивають зміни, які відбуваються у навколишньому середовищі. Постійне поповнення лексики мови сучасних американських публіцистичних текстів за рахунок метафор слугує придатним матеріалом для вивчення шляхів функціонування мови, її зв'язку з розвитком суспільства.

Сучасні лінгвістичні дослідження характеризуються комплексним аналізом номінативних одиниць, який передбачає вивчення когнітивних [Бунь, 1997; Гридина, 1996; Караулов, 1997; Овакимян, 1995; Сухопещенко, 1995] і комунікативних параметрів [див., напр., Беличова, 1990; Бондарко, 1999; Золотова, 1982; Слюсарева, 1986; Левицкий, 1998, 2001]. Орієнтацію системи засобів номінації, зокрема метафори, на виконання комунікативних завдань неможливо пояснити без урахування їхніх функцій. Під функцією ми розуміємо призначення мовного засобу зберігати і виражати певне поняття [Левицкий, 2001: 5]. Першочерговим

завданням функціонального підходу до лінгвокогнітивного аналізу основ мовних змін є вивчення змін їх семантичних функцій. У ході своєї реалізації одиниці мови здатні виявляти потенції до актуалізації нових характеристик, що сприяє динамічності мовної системи.

Передумовами функціональних змін (ФЗ) у лексиці виступають:

1) особливості динаміки системи мови, які виявляються в асиметрії мовного знака;

2) людський фактор, який включає роботу пам'яті індивіда, образність мислення, схильність до психологічної переорієнтації, категоризації та перекатегоризації дійсності, проблему співвідношення мови та мислення, асоціативну основу образного відображення світу й ігрові засади цього процесу;

3) особливості реалізації мовних одиниць у ході комунікації – номінативна та комунікативна значимість одиниць словникового складу та дія комунікативних стереотипів [Левицкий, 2001: 47].

2.1. Метафора як показник мовних змін у публіцистичних текстах

Під впливом розвитку суспільства відбувається розвиток мови, в ході якого постійно відбуваються зміни у номінації параметрів дійсності. Базовою одиницею побудови і функціонування мови є відношення між елементом плану вираження та елементом плану змісту, тобто відношення номінації, яке пов'язує означуване та означуюче [Гак, 1998: 4]. Однією з причин мовних перетворень є існування асиметрії в структурі та функціонуванні мовного знаку [Гак, 1998: 106]. Характерним типом лінгвістичної асиметрії виступає багатозначність, яка виникає внаслідок розходження плану вираження та плану змісту. Багатозначність мовних одиниць є способом зберігання мовної та енциклопедичної інформації. За допомогою багатозначних слів здійснюється лінгвістична категоризація

людського досвіду, результати якої відображені у повнозначній лексичі [Ольшанский, 2000: 17]. Унаслідок мовної асиметрії одна і та ж форма може застосовуватись для позначення різних об'єктів або виконання інших функцій. Явище асиметрії пояснюється тим, що мовці обмежують кількість елементів плану вираження чи плану змісту. Основна причина мовної асиметрії полягає в тому, що люди оперують поняттями із розпливчастими, туманними межами, котрі дають можливість позначати будь-який об'єкт, навіть такий, для якого в мові не існує певного найменування [Гак, 1998: 123]. Асиметрія, яка виступає рушійною силою розвитку мови, визначається особливостями мислення і психіки людини. Нові явища та предмети отримують назви шляхом утворення нових слів або пристосування вже існуючих. Оскільки назва будь-якого предмета та повідомлення про нього здебільшого перебувають у нерозривній єдності, то комунікація та номінація виявляються взаємозумовленими явищами [Кубрякова, 1978: 6].

Іншою причиною мовних змін виступає не сама мова, а її користувачі, тобто люди, які характеризуються індивідуальними особливостями пізнання навколишнього світу. Важливу роль у процесі пізнання відграє не тільки індивідуалізація сприйняття, а й зміни в самих матеріальних предметах, які часто не мають чітких меж. Власне через це називання предмета завжди пов'язано з формалізацією відповідного фрагмента дійсності, що підвищує роль зацікавленості, яка опосередкована мисленням. Особливого значення набуває можливість трансформацій у концептуальній картині світу людини [Fauconnier, 1994].

Динамічний аспект мови показує, яким чином одне мовне явище перетворюється в інше. Мовні зміни є серцевиною розвитку та функціонування мови [Гак, 1998: 4; Чудинов, 2001: 82]. До змін у мові американської публіцистики ми відносимо зміни значень слів: метафору, метонімію та синтаксичні трансформації. Найвиразнішими лексико-стилістичними засобами і показниками мовної динаміки у публіцистичних

текстах виступають метафора та метонімія, оскільки вони утворюють базові схеми, за допомогою яких відбувається концептуалізація досвіду й навколишнього світу.

Метафора є асоціативною за характером використання вертикальних мовних відношень. Метонімія – синтагматична за характером використання горизонтальних мовних відношень. Будь-яке інформаційне повідомлення ЗМІ конструюється шляхом комбінації горизонтального руху для поєднання слова і вертикального руху, в ході якого відбувається відбір відповідних слів із внутрішнього лексикону [Жоль, 1984: 103].

У семантичній деривації (динамічний аспект) виявляється дія механізму концептуалізації знань [Ольшанський, 2000: 17]. В основі цього механізму знаходяться семантичні зрушення, виникнення нових, переносних значень, заснованих на співвіднесеності одного предмета (явища) з іншим через якусь спільну ознаку. Семантичні зрушення характерні для публіцистичних текстів, де автори нерідко користуються метафорами. Звичний метафоричний перенос зображають як тричленну структуру: В – П – Р, де В – вихідне слово, Р – результат, а П – проміжне поняття, спільне для В і Р [Гак, 1998: 484].

Метафоричний корпус сучасних публіцистичних текстів став об'єктом особливої уваги когнітивних лінгвістів з огляду на те, що:

- 1) виникає потреба оперативного аналізу політдискурсу та виявлення тенденцій його розвитку, які визначаються станом суспільної свідомості;
- 2) динаміка змін у суспільній свідомості тією чи іншою мірою відображається в мовній структурі метафоричного простору;
- 3) аналіз мовних метафоричних моделей політичного мислення дає змогу здійснювати лінгвістичний моніторинг суспільної свідомості та визначати у ній стабільні складові [Баранов, 1991: 6].

Метафора приваблювала та приваблює науковців, оскільки її розглядають як процес і результат дії складних мовних і когнітивних механізмів та засіб концептуалізації емпіричних знань.

Слід зауважити, що існує зв'язок між метафорою та публіцистичним текстом, який не є одностороннім. Не тільки публіцистичний текст здійснює вплив на розуміння значення лексичного утворення, але й лексична одиниця, у свою чергу, впливає на процес сприйняття й розуміння тексту [Полюжин, 1999: 19]. Постійна поява у мові метафор є закономірним процесом, який впливає з творчого характеру мовленнєвої діяльності в цілому. Як справедливо зауважує Г.Г. Гадамер, вказуючи на зумовленість появи нової лінгвістичної одиниці лінгвістичними чинниками, унікальна властивість мови полягає у тому, що будь-яке слово в ній породжується і пробуджується іншими, викликаючи до життя нові слова і відкриваючи шлях мовленнєвому потокові [Гадамер, 1991: 19]. Ґрунтовне дослідження метафори пов'язане з вивченням особливостей її функціонування у мовленні, де в повному обсязі відбувається реалізація її синтагматичних зв'язків.

У монографії запропоновано значне розширення ракурсу опису функціональних особливостей метафори, при якому звернення до тексту пов'язується з можливістю глибшого вивчення як семантичної структури самої метафори, так і певних механізмів розумової діяльності, що стосується виникнення, уживання і сприйняття описуваної одиниці номінації. Метафора виступає складовою одиницею публіцистичного тексту, виконуючи при цьому текстоутворюючі функції, по-друге, текст виступає вмістилищем лексичних одиниць, місцем апробації, джерелом виявлення і тлумачення значень слів і їхніх властивостей [Полюжин, 1999: 23].

Метафори у сучасній лінгвістиці розглядаються не тільки як носії самостійних значень, але й лінгвістичні одиниці, що виконують певну семантичну функцію. Предметом детального опису метафори виступають її основні функції, що виявляються в мовленнєвій діяльності, а також вплив текстового оточення на семантико-функціональні особливості супутніх лексичних одиниць.

Вивчення метафори зводиться до аналізу її двох ознак: 1) характеру смислового значення слова (метафори); 2) функції метафори у певній сфері мовної діяльності.

2.2. Функції метафори у текстах американської публіцистики

Метафоризація є одним з універсальних семантичних процесів мови. У публіцистичних текстах метафора виконує такі функції:

1) номінативну, тобто позначає те, що не має назви [Lakoff, 1980: 124]. Номінативна метафора потрібна для фіксації знань, особливо у тих випадках, коли реалія не має загальноприйнятої короткої назви. У таких випадках метафору використовують для створення найменування реалії і водночас для усвідомлення суттєвих властивостей цієї реалії;

2) комунікативну (передачі інформації). Метафора дає змогу подати нову інформацію в короткій і доступній для адресата формі [Чудинов, 2001: 48];

3) образну (створює образ) [Бородулина, 2000: 46];

4) мислетворчу (виступає інструментом мислення) [Гак, 1998 : 482; Чудинов, 2001: 49];

5) компресивну (є засобом економії лексичних засобів) [Lakoff, 1980 : 125];

6) евфемістичну. Метафора допомагає передати інформацію, яку автор з тієї чи іншої причини не вважає за потрібне позначити за допомогою відповідних номінацій [Чудинов, 2001: 50];

7) когнітивну (виконує функцію пізнання, обробки і переробки інформації) [Телия, 1986: 79];

8) експресивно-атраکتивну (надає висловлюванню виразності та затримує увагу читача) [Телия, 1988: 34];

9) стилістичну [Земская, 1992: 8].

10) пропагандистську [Lakoff, 1980: 241-242];

- 11) ономасіологічну, тобто є заміником одного слова іншим [Lakoff, 1980: 59];
- 12) прагматичну (намагання передати читачеві авторську точку зору) [Овсянников, 2001: 74];
- 13) гносеологічну (формує нове поняття) [Телия, 1988: 38];
- 14) культурного розвитку (впливає на розвиток мови) [Маккормак, 1990: 363];
- 15) аксіологічну (виражає ставлення людини до соціуму та передбачає інтерпретацію подій, категоризуючи людський досвід) [Бородулина, 2000: 47];
- 16) мнемонічну. Метафора збагачує, розшифровує та сприяє відтворенню інформації [Cibbs, 1999: 134];
- 17) гедоністичну (розважальну) [Овсянников, 2001: 74];
- 18) соціальну, опосередковано інформуючи інших про чиєсь ставлення та вірування, засвідчуючи соціальний статус мовця [Cibbs, 1999: 136].

Існує декілька причин використання метафор:

- 1) Вони дають змогу виражати абстрактні ідеї у зрозумілій формі, у прямому значенні;
- 2) Метафори є компактними засобами спілкування, оскільки дають змогу передавати складні образи, що відповідають набутому досвіду мовців.
- 3) Метафоричні вирази є яскравими засобами вираження досвіду;
- 4) Читачі пам'ятають вербальні метафори краще ніж слова, вжиті у прямому значенні;
- 5) Вони активізують семантичні фрейми довготривалої пам'яті, сприяють адаптації нових значень в існуючі ментальні схеми;
- 6) Метафоричне мовлення передбачає і підсилює близькість стосунків, офіційність або ворожість між мовцем і слухачем, автором і читачем;

- 7) Вони імпліцитно інформують читачів і слухачів про ставлення та вірування мовця. Мовці уникають відвертих розмов про свої думки, оскільки намагаються приховати свої справжні наміри;
- 8) Метафори вказують на приналежність до певної субкультури та є маркерами соціального статусу;
- 9) Мовці використовують метафори для того, щоб підняти свій соціальний статус у межах групи [Cibbs, 1999: 136];
- 10) Метафори живуть, оскільки їхні образи пов'язані з текстом, забезпечують собі підтримку та виконують власне текстотвірну функцію [Телия, 1996: 147].

Метафори відіграють значну роль у збагаченні словникового складу мови публіцистичних текстів, адже вони особливо придатні як для виконання інформативної та номінативної, так і експресивної функції, при цьому між актуальністю інформаційного тексту та номінативною функцією конструкцій існує прямий взаємозв'язок [Тимченко, 2000: 15].

Подані функції метафори є відносно автономними, вони тісно переплітаються між собою, а деякі з них можна розглядати як специфічний варіант когнітивної функції. Ці функції метафори відбивають різні комунікативні установки мовця: 1) утворити необхідне найменування; 2) утворити номінацію; 3) отримати експресивну форму вираження; 4) використати засіб вираження, який відповідає тій чи іншій сфері мовлення, тобто погодити його з певною сферою мовлення, різновидом спілкування [Полюжин, 1999: 25].

Під функцією розуміємо цільове призначення певного елемента. Якщо той чи інший мовний засіб має певне призначення, спрямований на певну мету, то така цільова потенція детермінує поведінку даного елемента мовної системи та його взаємодію з іншими елементами в ході реалізації функції в мовленні [Бондарко, 2002: 21]. Функції мовних одиниць і їхніх сполучень виступають, з одного боку, як існуючі в системі мови потенційні призначення, що зумовлюють певні типи функціонування

(“способи поведінки”) даної одиниці, з іншого – як процеси та результати реалізації цих потенцій у мовленні. Поняття функції пов’язане з поняттями системи і середовища, які взаємодіють. Власне поняття функціонування системних об’єктів передбачає їхню взаємодію з навколишнім середовищем. Поняття середовища узагальнює та інтегрує типи оточень, зокрема: контекст, цілісний текст, мовленнєву ситуацію, лексичне наповнення граматичних форм і конструкцій, граматичні категорії та лексико-граматичні розряди [Бондарко, 2002: 25].

Функція співвідноситься зі значенням. На закріплення нового метафоричного значення й утворення самостійної мовної одиниці впливає сукупність чинників: вдалий вибір опорного номінативного знака, образність, незвичність, частотність та вжиток самого позначуваного предмета [Шмелев, 1982: 60]. Нове значення слова з’являється внаслідок його вжитку в нетиповій ситуації, в новому контексті.

Свіжість метафори є однією з її ознак як образного засобу. Виразність метафори доповнюється її новизною, а незвичне зіставлення фактів і явищ дійсності, порушення нормативної сполучуваності слів привертають увагу читача і допомагають глибше уявити ту чи іншу подію.

Метафора притаманна людському мисленню та мові. Як спосіб мислення, вона до певної міри визначає наше сприйняття світу [Телия, 1988: 178]. В основі метафоризації лежить розмитість понять, якими оперує людина, відображаючи у своїй свідомості постійно-мінливу багатогранну діяльність. У більшості мовних явищ і понять відбито співвідношення та взаємодію певних категорій, концептуальних структур, які визначають ту картину світу, яка представлена в природній мові [Кустова, 2000: 85].

Уважаємо, що до визначення поняття картина світу слід підійти із гносеологічної точки зору. Такий підхід дозволить розмежувати принципово різні види картин світу. Під картиною світу розуміємо впорядковану сукупність знань про дійсність, яка сформувалася в

суспільній та індивідуальній свідомості. Принципово слід розмежовувати когнітивну та мовну картину світу. Когнітивна картина світу є результатом когніції, пізнання дійсності і виступає у вигляді сукупності впорядкованих знань – концептосфери. Власна культура кожного народу визначає когнітивну матрицю для розуміння світу, картину світу [Попова, Стернин, 2002: 5]. Когнітивна картина світу – це визначені культурою поняття і стереотипи про світ, які сприймає і розуміє наша свідомість. Когнітивна картина світу в свідомості носія мови є системною і впливає на сприйняття особистістю навколишньої дійсності, оскільки вона:

1. Пропонує класифікацію елементів дійсності.
2. Пропонує прийоми аналізу дійсності.
3. Пояснює причини явищ і подій, прогнозує їхній розвиток, передбачає наслідки таких подій.
4. Впорядковує чуттєвий і раціональний досвід особистості для його збереження в свідомості, пам'яті [Попова, Стернин, 2002: 5].

Національна когнітивна картина світу є загальною, стійкою, оскільки повторюється в картинах світу окремих представників народу. Логічно припустити, що національна картина світу є, з одного боку, абстракцією, а з іншого – когнітивно-психологічною реальністю, яка виявляє себе в мисленнєвій, пізнавальній діяльності народу, в його поведінці – фізичній і вербальній [Попова, Стернин, 2002: 5]. Національна картина світу виявляється в одноманітності поведінки народу в типових ситуаціях, у загальних уявленнях народу про дійсність, у висловлюваннях і загальних думках, у судженнях про дійсність тощо.

Мовна картина світу – сукупність зафіксованих в одиницях мови уявлень народу про дійсність на певному етапі його розвитку. Когнітивна картина світу існує у вигляді концептів, що утворюють концептосферу народу. В основі когнітивної картини світу лежить концептуалізація людиною себе і світу в ході когнітивної діяльності. У відповідності з уявленнями когнітивної лінгвістики в основі метафори знаходиться не

значення слів і не об'єктивно існуючі категорії, а сформовані у свідомості людини концепти. Концепти різних типів (образи, уявлення, поняття) та їхні об'єднання (картинки, гешталти, схеми, діаграми, пропозиції, фрейми) народжуються в ході сприйняття світу, вони утворюються в актах пізнання, відображають і узагальнюють людський досвід і осмислену дійсність [Кубрякова, 1997: 37]. Ці концепти вміщують типові уявлення про особливості самої людини і навколишнього світу. Кожен концепт є частиною ментального простору, понятійної сфери. Концепти, як і ментальний простір в цілому, відбивають не наукову картину світу, а наївні уявлення людини про світ [Чудинов, 2001: 52]. Мовна картина світу існує у вигляді значень мовних знаків, що утворюють сукупний семантичний простір мови. Мовна картина лише фіксує зміни, що набувають форм перекатегоризації, що відбувається в концептуальній картині світу як кожного індивіда, так і всіх його носіїв [Левицький, 1999: 74]. Мовний образ світу створюється:

1. Номінативними засобами мови – лексемами, стійкими номінаціями та фразеологізмами.
2. Функціональними засобами мови – відбором лексики та фразеології для спілкування.
3. Образними засобами мови – національно-специфічною образністю, метафорикою, внутрішньою формою мовних одиниць.
4. Фоносемантикою мови.
5. Дискурсивними засобами – засобами і стратегіями текстобудови, аргументації, ведення дискусій.
6. Стратегіями оцінки та інтерпретації мовних висловлювань, текстів різних жанрів [Попова, Стернин, 2002: 6].

Слово, як одиниця мови, утворюється з суб'єктивного сприйняття та є відбитком не самого предмета, а його відображення в душі. Оскільки почуття та діяльність людини залежать від уявлень, а ті – від мови, то

відношення людини до зовнішнього світу зумовлено тим, як ці предмети подані їй в мові, а відтак і в метафорах [Потебня, 1993: 29].

Мовна метафора тісно переплітається з міфологічною, оскільки вони мають єдине походження. Їхнє призначення полягає в інтенсифікації, концентрації чуттєвого досвіду, який є базою мовного та релігійно-міфологічного символізму [Жоль, 1984: 85]. Спосіб творення первісних форм мовних та міфологічних уявлень пов'язаний з явищем, при якому уявлення не розширюється, а спресовується, зводиться в одну точку. У цьому процесі відфільтровується деяка сутність, екстракт, який і виводиться в значення метафори. Увесь світ концентрується в одній точці, у фокусі значення, в той час як все, що лежить за межами фокуса мовного та міфологічного поняття, начебто залишається невидимим [Цивьян, 1990: 32]. За своєю природою метафоричне мислення є міфічним [Потебня, 1989: 240]. Стародавня метафора була наслідком необхідності і в більшості випадків зобов'язана своїм походженням точнішому визначенню поняття, яке відповідало старому імені [Кассирер, 1990: 34]. У сучасній англійській мові давні уявлення живуть у формі так званих мовних міфів, метафор, основою яких є позамовна історико-культурна спадщина. Ми поділяємо думку В.Г. Гака, А.Ф. Лосєва та ін. про те, що метафоричні переноси пов'язані з недиференційованими поняттями, із генетично-ранніми етапами еволюції мислення [Гак, 1998: 481; Лосєв, 1982: 275].

2.3. Когнітивні особливості метафор у публіцистичних текстах

Підхід до мови як семіотичної системи, створеної для збереження та передачі інформації, передбачає встановлення принципів концептуалізації предметів і явищ [Левицкий, 1998: 17]. На сучасному етапі розвитку теорії мови, пов'язаною з появою когнітивної лінгвістики, основне завдання полягає в поясненні (а не констатації) мовних фактів, що приводить до нового розуміння мовних явищ. З позицій когнітивної лінгвістики

метафору розглядають, згідно з визначенням О.С. Кубрякової, як когнітивний процес, що виражає та формує нові поняття і без якого неможливо отримати нові знання [1996: 55]. Когнітивні потенції метафори, особливості її виникнення внаслідок зіставлення семантичних концептів значною мірою детермінують її виняткову роль у вирішенні нестандартних проблемних ситуацій. Їхнє розв'язання передбачає активізацію діяльності когнітивної системи людини у процесі засвоєння та опрацювання знань для побудови множини варіантів дій та вибору правильної альтернативи [Урубкова, 2000: 139].

З появою роботи Дж. Лакоффа і М. Джонсона [1980] у лінгвістиці почали послуговуватися терміном концептуальна (когнітивна) метафора. Виконуючи когнітивну функцію, метафора виражає та формує нові поняття. Крім того, вона є засобом зміни самої мови [Овакимян, 1995: 17]. Унаслідок когнітивного процесу відбувається зіставлення кількох референтів, що веде до семантичної концептуальної аномалії, ознакою якої є емоційне напруження. В основі концептуальної метафори лежить уявлення про метафору як про мовне явище, яке відбиває процес пізнання світу. Концептуальний процес, який породжує метафору, ґрунтується як на схожих властивостях референтів, на яких базується аналогія, так і несхожих, на яких будується семантична аномалія. Метафоричний процес передбачає участь не тільки розуму, мозку, але й зовнішнього світу з його багатством символів та культур [Маккормак, 1990: 379]. Метафора публіцистичних текстів є культурно-когнітивним феноменом. Творення метафори входить до процесу пізнання, який стосується індивіда в контексті еволюційного розвитку.

Мовна картина світу, яка, в першу чергу, увібрала в себе досвідно-практичні, життєві та культурні стереотипи, наскрізь пронизана емоціями [Познякова, 2000: 23]. Публіцистичні тексти є комунікативно цілеспрямованими посланнями, оскільки автор хоче повідомити або отримати інформацію (раціональну або емоційну). Комунікація власне і

здійснюється заради передачі /отримання/обміну інформацією. Інакше кажучи, мета комунікації, її функція – викликати вербальну, ментально-емоційну або емоційно-естетичну реакцію адресата [Серажим, 2002: 63]. Публіцистичні тексти спрямовані на реципієнта, тобто вони формуються таким чином, щоб емоційно вплинути на читача. І хоча такий діалог односторонній з формальної точки зору, він водночас націлений на читацький резонанс. Журналісти вибирають такі засоби для емоційного впливу на адресата, які повинні знайти передбачуваний ними відгук в душі читача, викликати в ній переживання, а отже, здійснити вплив. Такий діалог має на меті змінити систему поглядів реципієнта та налаштувати його на сприйняття авторської концепції цінностей та відповідних настанов. Суттєвим методом впливу на свідомість читачів через публіцистичні тексти є використання в них метафор. Метафоризація дозволяє не тільки проникнути у свідомість читача, а й перебудувати її [Почепцов, 2000: 223]. Особливо корисна метафора для опису такого поля діяльності, як суспільно-політичне життя. Як відзначають дослідники публіцистичного стилю [див., напр., Костомаров, Солганік та ін.], суттєвою його особливістю є притаманний йому набір метафоричних слів різних тематичних та стилістичних розрядів. Особливий характер метафоризації цих слів полягає в їх переосмисленні для позначення суспільних явищ [Шмелев, 1982: 92]. Сукупність мовних одиниць публіцистичного тексту виконує дві важливі функції – інформувати про події та інтерпретувати їх [Серажим, 2002: 236].

Модель метафоричного процесу складається з сутностей, взаємодій і відношень, які встановлює суб'єкт метафоризації. Задум, мета та базис виступають сутностями, що утворюють основу метафори. Кожну з них супроводжує асоціативний комплекс енциклопедичних, національно-культурних знань або власне особистих уявлень [Кустова, 2000: 92].

Результати нашого дослідження дозволяють нам стверджувати про активну участь метафори як механізму функціональних змін у мові

американських публіцистичних текстів. Вона відіграє важливу роль в інтеграції вербально-логічної та чуттєво-образної систем людини і є ключовим елементом категоризації картини світу.

Сучасні дослідження метафори базуються на ідеї переносу за схожістю [Тараненко, 1989: 108]. Як тільки перенос назви закріпився, слово, поряд з попереднім, набуває нового, переносного значення. Метою метафоричного використання слова є окреслення нових меж його значення, яке перетинає первинне або виділяє нові суттєві характерні риси в цьому чи іншому предметі [Вердиева, 1987: 33].

Основною причиною переосмислення первинних значень ми визнаємо асоціативність як фундаментальну властивість людського мислення. Ми поділяємо думку В.М. Телії про те, що кожному народу притаманний лінгвокреативний тип мислення двоякої спрямованості. З одного боку, це – процес відображення дійсності, а з іншого – переосмислення наявних у мові ресурсів [1991: 143]. Асоціації втілюються в мовній картині світу і приводять до формування потужного корпусу мовних засобів, наприклад, складних і похідних слів, переносних найменувань зі стрижневими показниками кольору, розміру, а також інших ознак ЛСВ (лексико-семантичних варіантів) аналізованих слів. Асоціації, які є психологічною основою семантичних переносів, викликають певні емоційні, експресивні та стилістичні наслідки [Солоненко, 1991: 10]. Непрямі (побічні) асоціації зв'язують та оцінюють уявлення, які знаходять відображення в мовній картині світу американського соціуму. Власне вони визначають напрямки переносів значення. Метафора є гнучким інструментом лінгвокреативного мислення, оскільки метафоричні асоціації не обмежені реальною просторовою близькістю. В основі непрямих асоціацій є експресивно-образна метафоричність [Телия, 1981: 144]. Такий тип метафор поєднує в собі оцінний, емотивний та експресивний потенціал, який ґрунтується на стереотипному для суспільства образно-асоціативному комплексі

[Потебня, 1993: 118]. Існування образно-асоціативного комплексу пояснює вживання таких метафор у вжитково-побутовому мовленні, в якому домінує спонтанність вибору при опорі на шаблони. Асоціації емпіричної повсякденної свідомості виражають складний світ сприйняття крізь досвід матеріального та духовного життя народу. Оцінні уявлення, які впливають на сприйняття світу даним етносом, створюють національну специфічність [Сукаленко, 1992: 24].

На думку деяких науковців домінуючою функцією метафори є емоційно-експресивна функція, яка у мові публіцистичних текстах має такі різновиди:

- 1) підкреслює певні аспекти, ознаки, сторони того чи іншого явища;
- 2) виконує евфемістичну функцію з метою завуалювати неприємні явища або маніпулювати громадською думкою;
- 3) сприяє іронічності [Тимченко, 2000: 15].

Образно-номінативні засоби виникають там, де є ті чи інші найбільш загальні та прагматично важливі для людини категорії та значення, пов'язані зі складними комплексами асоціативних зв'язків. Метафори спрямовані на створення ефекту експресивності, художності, яскравої образності в мові, а в мовленні – особливої виразності висловлювання [Опарина, 1988: 65]. Емотивно-забарвлена метафора вже на рівні задуму спрямована на те, щоб за рахунок образного забарвлення, створеного стереотипом, викликати емотивне відношення, що має форму модальності. Оцінні концепти, які лежать в основі оцінок у метафорах, виявляються в ціннісній картині світу. Внутрішня форма, яка співвідносить нове значення з екстенсіоналом метафори, прозора для сприйняття, оскільки вона збуджує звичні для даного мовного колективу асоціативно-образні уявлення [Вольф, 1988: 58].

У публіцистичних текстах метафора є поліфункціональною. Публіцистична метафора є гнучким елементом лінгвокреативного мислення, яке до певної міри визначає наше сприйняття світу.

РОЗДІЛ 3. КОНЦЕПТУАЛЬНО-МЕТАФОРИЧНИЙ ПРОСТІР АМЕРИКАНСЬКОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ

3.1. Концептуалізація дійсності як підгрунття функціональних змін у мові американських публіцистичних текстів

Метафори в публіцистичних текстах США виконують концептуальну функцію, яка базується на їхній здатності формувати нові концепти [Опарина, 1990: 65]. Людина пізнає світ через відомі канали чуттєвого сприйняття та володіє певною інформацією про нього, розрізняє й ототожнює об'єкти пізнання [Левицкий, 1998: 162]. Утворена таким чином інформація про світ є сконструйованою концептуальною системою, яка вміщує певні уявлення людини про світ [Павиленис, 1983: 101]. Отже, концепти, формуючи смислове ядро лексичного значення слова, є поняттями в дусі “наївної картини світу” середнього носія мови [Левицкий, 1998: 162]. Думка про метафору як засіб формування концепту виникла завдяки теорії інтеракції, яка розглядає метафору з точки зору взаємодії двох наявних у ній сутностей: позначуваного (засіб для позначення та створення образу) та образного засобу [Опарина, 1990: 66]. Образна номінація, яка зберігає в своєму значенні двоплановість, не сприяє чіткому позначенню поняття, але в процесі функціонування в мові образність стирається, поступаючись місцем асоціації. Асоціативна система допоміжного компонента метафори виявляє в її позначуваному ізоморфну структуру, а фільтр просіює та пропускає в метафоричне значення тільки ті ознаки обох компонентів, які узгоджуються один з одним. Розглядаючи механізм взаємодії у формуванні метафори, слід урахувувати роль обох компонентів. Мовна номінація здійснюється для позначення позамовного об'єкта, тому до процесу метафоричної номінації входить понятійний аспект, аспект мовного значення та позамовний бік.

Необхідною умовою формування концептуальної метафори виступає наявність позамовної реалії, яка потребує позначення [Опарина, 1990: 69].

Метафори виконують концептуальну функцію завдяки їхній здатності формувати нові концепти, на основі вже наявних понять. Когнітивним механізмом для концептуалізації дійсності є когнітивна метафора [Чудинов, 2001: 48].

Спрямованість на формування концептів зумовлює збіг у метафорах двох функцій: номінативної та концептуальної. Номінативна виражається в присвоєнні назви, яка базується на переносі назви з початкового, речового денотату на новий абстрактний [Кубрякова, 1978: 8]. При позначенні непередметних сутностей прийом переносу імені має на меті вербалізацію поняття, матеріалізацію в мовному значенні властивостей об'єкту. У цьому випадку результатом процесу метафоризації є не тільки нове мовне значення слова, яке виступає допоміжним компонентом, але й розширення смислового апарату мови.

Найповніше роль метафор виявляється у тих випадках, коли їх використовують для позначення абстрактних сутностей. Механізм концептуальної метафори пов'язаний з процесами створення нових засобів для точнішої передачі змісту картини світу, яка усвідомлюється не тільки окремим носієм мови, але й усім мовним колективом. Свідченням на користь існування концептуальної метафори є думка Г. Пауля про те, що всі вияви мовленнєвої діяльності беруть свій початок із сфери несвідомого. Всі мовні засоби зберігаються у сфері несвідомого у вигляді складного психічного утворення. Його формують різноманітні групи уявлень, які тісно пов'язані між собою [Пауль, 1960: 47]. Метафора робить абстракцію легко сприйнятливою, а тому не випадково, що один із магістральних шляхів метафоричного переносу – від конкретного до абстрактного, від матеріального до духовного, від освоєного до неосвоєного [Гак, 1998: 482]. Метафори абстрактних сутностей і їхніх ознак не прив'язані жорстко до якогось одного конкретного концепту та слова – бази порівняння, а до

цілої родо-видової ієрархії концептів: метафори для адекватного опису різних абстрактних предметів і їхніх ознак комбінуються у разі необхідності на різних рівнях вихідної концептуальної ієрархії [Никитин, 2002: 260]. Концептуальна метафора (КМ) є засобом формування параморфної моделі, яка дозволяє уявити одну систему за допомогою системи з іншої сфери досвіду, де даний елемент представлений очевидніше [Гак, 1998: 482]. Метафори закладені вже в самій понятійній системі людини, вони є особливого типу схеми, за якими людина думає та діє. Розглядаючи функції метафоричного моделювання, науковці відзначають, що за допомогою багатозначності людина відзначає пункти найбільшого напруження активності людської думки для формування адекватного світосприйняття. Метафоричні моделі – русло, по якому рухається творча діяльність свідомості (мисленнєвого потоку) [Чудинов, 2001: 46].

Серед численних можливих призначень метафори слід відзначити її прагматичні та когнітивні функції. Вони – взаємопов'язані і мають чітке спрямування, зокрема:

1. Метафора сприяє появі концепту в свідомості та його формуванню (функція пізнання).
2. Вона забезпечує актуалізацію наявного концепту в свідомості та висвітлення певних його сторін (комунікативна функція).
3. Метафора виокремлює емотивно-оцінну тональність у змісті висловлення (прагматична функція) [Никитин, 2002: 257].

Ми поділяємо думку В.М. Телії про те, що метафоризація проходить кілька етапів:

1. Припущення подібності гетерогенних сутностей.
2. Фокусування, в якому беруть участь засоби створення контексту для актуалізації тих ознак і асоціацій, які формують поняття про світ.
3. Фільтрації, суміщення сфокусованих ознак і асоціацій нового поняття та буквального значення. Процес суміщення ознак і асоціацій веде до створення нового концепту [Телия, 1988: 37].

Мова преси є ефективним засобом побудови у когнітивній системі реципієнта концептуальних конструкцій, моделей світу, що корелюють із моделями світу комунікатора [Стецула, 1994: 56]. З одного боку, когнітивні концепти формуються в свідомості людини на рівні індивідуальної взаємодії з предметним світом, тобто мають феноменологічну природу та утворюють феноменологічні знання (рівень аналізу). З іншого боку, вони виникають як результат осмислення цих феноменологічних знань, які дозволяють скласти уявлення про загальне облаштування світу (рівень синтезу) та доповнюють загальну картину знань [Колшанский, 1990: 29]. Основними складниками особистості реципієнта, за О.Л. Каменською, є концептуальна система, обсяг активного тезаурусу, мобільність мисленнєвого апарату, а також сукупність моделей свідомості індивіда, які визначають його уявлення про себе і про своє місце у світі [Каменская, 1990: 120]. Концептуальна система реципієнта, як і автора, утворює базис, з яким співвідноситься інформація, отримана з тексту. Метафори і метонімії виступають своєрідними концептуальними лінзами, через які сприймається та пояснюється соціальна дійсність.

Специфіка комунікативної установки, сфери позначуваних об'єктів, сфери функціонування, а також особливості розвитку мови створюють підґрунтя для виділення концептуальної метафори як особливого типу, оскільки вона ставить на меті вербалізацію поняття, позначаючи те, що не мало до неї словесного вираження.

Сприйняття образу читачем проходить декілька стадій: первинне загальне охоплення цілісності, аналіз або синтез частин і властивостей зорового образу, порівняння – зіставлення окремих ознак з явищами дійсності, абстрагування – виділення окремих ознак, і, нарешті, узагальнене враження [Никитин, 1996: 309]. Образ є варіантом концепту. В образах фіксуються відомості про предмети, події, процеси. Образ може мати також програму дій, елементом якої є узагальнення, поняття. Звернення до механізму діяльності людської уяви дає змогу виявити

образи – своєрідні гешталти. Редуковані, розмиті образи, що виникають на поверхні свідомості, є реакцією на вирази, які містять натяк на них у вигляді внутрішньої форми [Lakoff, 1990: 387]. На останній стадії формування образу сприйняття переходить в уявлення. Це якісно нова форма чуттєвого пізнання, яка найповніше відбиває об'єктивну реальність.

За допомогою концептуальної метафори створюється цілісний образ, тобто відбувається проєкція однієї предметної сфери на іншу. Об'єкти суспільно-політичного життя зіставляються з об'єктами, пізнаними нами в безпосередньому дослідженні (вода, дорога). У процесі накладання сфери політики і суспільного життя на базову виділяються вузлові точки перехрещення. Відношення між об'єктами визначають структурування областей та перенос об'єктів із певними їхніми властивостями на описувану сферу [Лапина, 1988: 138]. Концепти виступають соціально-когнітивною основою спілкування для людей із різним індивідуальним досвідом.

Формування концепту опосередковано емоційним ставленням із боку мовця. Комунікативна установка, яка поєднує концептуальну, емоційну та естетичну сторони, сприяє збереженню концептуальними метафорами частки образності. Пізнання передуює оцінці й перетворюється в оцінку [Опарина, 1988: 67]. Асоціації, реалізовані в конотативних семах, залежать від умов життя та традицій носіїв мови. Для американців *a tiger* – символ небезпеки і влади водночас, *a duck* – слабкості, *a bee* – працелюбності, *a mole* – хитрості, підступності [Петрова, 1996: 77].

Even before that, the commander had been “riding a tiger”, as one diplomat put it – trying to appease both radical students and hard-line officers (Newsweek, November 23, 1998, p. 39). Riding a tiger уособлює прояв сили, демонстрацію контрольованої ситуації, хоча й досить ризикованої. Перетинання лінгвістичної та екстралінгвістичної інформації в значенні ЛО створює національно-мовну картину світу, побудовану на знаннях явищ і емоційному ставленні до них.

Концептуальна метафора є відображенням властивості свідомості пізнавати об'єкти на основі аналогії, яка дозволяє перетинати межі природного категоріального членування дійсності через уподібнення. У концептуальній метафорі непередметний об'єкт представлений так, начебто він є предметом іншого роду, на основі схожості за обмеженою кількістю параметрів. У принципі схожості закладена ідея моделювання як прийому пізнання складних сутностей, включаючи об'єкти, недосяжні безпосередньому спостереженню [Кубрякова, 1986: 102].

Метафору можна сприймати як перенос із сфери джерела на сферу мішень. Наприклад: СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ДОРОГА, де суспільно-політична сфера є джерелом, а дорога – мішенню, метою.

Концептуальна метафора виконує символічну функцію, оскільки вона фіксує концептуальні структури, маніпулює ними і породжує нові [Куцик, 1996: 16]. Ми розглядаємо концептуальну метафору як динамічний процес, в якому беруть участь обидва її компоненти. У ході формування метафор публіцистичних текстів умовно виділено три етапи. На першому етапі відбувається виокремлення об'єкта дослідження за деякими його основними параметрами (ознаками), які зумовлюють вибір слова, що володіє необхідною семантичною ознакою. На другому етапі відбувається процес концептуалізації, тобто формування глибинного поняття. Третій етап полягає в автономній спрямованості нового змісту на дійсність. Водночас, лексична одиниця в новому значенні набуває самостійного номінативного статусу [Перезова, 2002: 201]. Мовна номінація здійснюється для позначення позамовного об'єкта, тому в процесі метафоричної номінації взаємодіють поняттєвий аспект, мовне значення та позамовна реалія, яка потребує позначення. До стадії метафоризації є певне попереднє знання, яке знаходить вираження в уявленні – узагальненому образі предметів і явищ дійсності, які зберігаються та відтворюються в свідомості без прямого впливу предметів і явищ на органи відчуття [Опарина, 1988: 69]. Таке попереднє знання про

означуване відіграє важливу роль у виборі мовних засобів, визначаючи певні смислові параметри залежно від змісту поняття та наміру мовця. До образних мовних засобів належать ідіоми, тобто мовні знаки, в яких перенос значення відбувається на основі схожості типових ситуацій. Образ, утворений на метафоричній основі, є стійким, інакше кажучи, для фразеології характерна образна метафора [Черданцева, 1988: 80].

Ідіоматичність ФО виражається у відриві семантично центрального компонента ФО від свого денотату та здатності всього словосполучення набувати нової референції, яка не властива жодному з її компонентів. Під центральним компонентом ФО розуміється той її компонент, який організовує вираз [Черданцева, 1988: 80]. Важлива роль відведена заголовній лексемі, так званому тематичному індикатору, який займає домінантне положення у відповідній групі ФО та визначає її загальний зміст [Пастушенко, 1982: 9]. Напр.: *to miss the wave (Business Week, March 15, 1999, p. 55); the first wave (Newsweek, September 28, 1998, p. 42); wave of anger (Newsweek, May 24, 1999, p. 16); to make the waves (Newsweek, November 2, 1998, p. 34); the tidal wave (Newsweek, August 24, 1998, p. 12)*. Тематичним індикатором даної групи виразів є слово хвиля (*wave*), яке є провідним, оскільки трапляється в кожному виявленому словосполученні та визначає його загальний зміст.

Дослідження концептуальної метафори переплітається з теорією референції, яка вивчає зв'язок мови із зовнішнім світом, зокрема ті мовні механізми, які цей зв'язок здійснюють [див. дет., Кронгауз, 2001: 158]. Концептуальна метафора пов'язує мову з мисленням і культурою в її національній специфіці. Ми розглядаємо метафору як спосіб вираження поняття в плані широкого соціокультурного контексту. Образне відображення дійсності за допомогою концептуальної метафори набуває специфічних рис, притаманних певній національній суспільній свідомості [Урубкова, 2000: 138]. Концептуалізація дійсності за допомогою ідіом відбувається шляхом вербалізації параметра ситуації та вербалізованої

рефлексії мовної свідомості над ситуацією. У процесі творення ідіом мовна свідомість відбирає та закріплює у вигляді внутрішньої форми певний вербалізований параметр: суб'єктно-предикатний, часовий, просторовий і причинно-наслідковий [Телия, 1991: 140]. Напр.: *to put the idea on the shelf* (*Newsweek*, October 4, 1999, p. 5); *to be on the cutting edge* (*Time*, June 8, 1998, p. 54). У наведених вище прикладах у вигляді форми функціонально закріплений просторовий параметр. Залежно від комунікативного наміру мовець вибрав метафори, пов'язані з розташуванням об'єкта у просторі, а саме: *on the shelf*, *on the cutting edge*. Наведені ідіоми, формуючи знайомі читачеві образи полицки і леза, полегшують передачу та сприйняття образу.

Метафори, які лежать в основі ідіом, відбивають стандартні ситуації певного історичного періоду в житті мовного колективу. З іншого боку, ідіоми є вираженням образу, пов'язаного зі знанням.

Метафора – важливий механізм, за допомогою якого ми сприймаємо абстрактні поняття та осмислюємо їх. Метафора за своєю природою є концептуальним явищем, оскільки метафоричне поняття ґрунтується на неметафоричному понятті, тобто на нашому сенсорному досвіді.

У ході знайомства зі світом людина пізнає його, розрізняє та ототожнює об'єкти свого пізнання. Структура світу відображена у свідомості людини у вигляді певних категоризацій, ієрархічно розташованих концептуальних структур [Кустова, 2000: 104]. Засвоєння нової інформації про світ здійснюється кожним індивідом на основі тієї, якою він володіє. Створена таким чином система інформації є концептуальною системою, набором певних уявлень людини про світ [Павиленис, 1983: 101].

Концептуальна система, або знання, формується як в індивідуальному, так і в соціальному досвіді [Фурманова, 1992: 104]. Пізнання може йти як шляхом особистого розвитку людини та набуття знань, так і шляхом засвоєння досвіду, який передається з покоління в

покоління. Однак логічна база в обох випадках залишається єдиною для всіх людей, а відтак і єдиною для індивідуального та соціального досвіду людей. У ході освоєння світу людина – не пасивний референт, а активний інтерпретатор мовних знань. Вона носій не просто мови, а певної концептуальної системи [Павиленис, 1983: 259]. За допомогою мови людина виражає певну концептуальну картину навколишньої дійсності. Із зазначеної точки зору ККС (концептуальна картина світу) – внутрішній лексикон – склад певних концептів, своєрідний пристрій, що фіксує досвід людини. У внутрішньому лексиконі окремий концепт або група концептів уже отримали мовне оформлення у вигляді знаків, слів чи їх еквівалентів у формі аналітичної дескрипції. Матеріальна, мовна оболонка знань – це “тіло” знака, “душею” якого виступає певний концепт, його значення [Кубрякова, 1991: 96]. В основі лексичного аналізу лежить комплекс *мова – мислення – світ* [Цивьян, 1990: 53].

Мова відбиває єдину природу світу в концептуальному апараті людини, універсальній поняттєвій системі, яка корелює з реальним світом на основі принципу відображення [Колшанский, 1990: 61]. У процесі комунікації мовні вирази кодують концепт, який пов’язаний з певною концептуальною системою, народжений і визначений нею [Павиленис, 1983: 117]. Будь-яка нова інформація стає частиною концептуальної системи за умов дотримання послідовності її утворення в даній концептуальній системі. Ми згодні з Р.Й. Павільонісом, що результатом процесу пізнання є утворення концептів. Під концептом ми розуміємо ментальну категорію, яка представляє клас або групу об’єктів, подій із спільними характеристиками [Шабес, 1989: 21]. Концепт функціонує всередині сформованої концептуальної схеми у режимі розуміння-пояснення [Баранов, Казакевич, 1991: 331]. Концептуальні метафори формують концепт і поглиблюють знання носіїв мови [Опарина, 1990: 75]. Внутрішньою формою у ній виступає екстенціонал прямого значення допоміжного компонента. Складовими частинами значення метафори є

буквальне та переносне значення, які репрезентують експліцитний та імпліцитний рівні комунікації [Стриженко, 1980: 80].

Фундаментальний принцип інтерпретації світу потребує послідовності введення концептів, а наявні в системі концепти є основою для формування нових [Павиленис, 1983: 106]. Крім цього, концептуальна система безперервно розвивається. Кожен концепт складається з інших концептів, які є його семантичними аналізаторами. Концепт є згустком культури, який існує в свідомості людини у вигляді слова чи словосполучення [Блохина, 2000: 193]. Концепти лежать на півдорозі між свідомістю та мовою. Свідомість стоїть ближче до мови, ніж до світу, відповідно, концептуальні структури формуються та типологізуються у відповідній залежності від способу їхньої мовної репрезентації [Никитин, 2002: 260]. Із концептом пов'язане поняття концептуальної структури Р. Джекендоффа [Jackendoff, 1990, 1994]. Під концептуальною структурою розуміється рівень мисленнєвої репрезентації, що поєднує мовну, сенсорну та моторну інформацію [Левицкий, 1998: 162]. Таким чином, концепти дають нам змогу групувати об'єкти, які мають спільні характеристики, і належним чином реагувати на кожен концепт. Належність слова чи словосполучення до одного з концептів залежить від ступеня схожості з певним класом об'єктів. Чим більше ознак окремий предмет чи подія поділяє з іншими членами концепту, тим яскравішим показником він виступає. Встановлення тотожності сутностей на рівні класу або одного предмету формує поняття про так званий прототип – імовірний наочний образ класу або окрему сутність [Новоселова, 1986: 309].

Прототипом концепту є найвиразніший член категорії. Поняття прототипу запропонувала Е. Рош. Її дослідження довели, що будь-яка категорія має внутрішню структуру, яка складається з центру (прототипу) та периферії. Прототип є еталонним членом даної категорії [Кронгауз, 2001: 141]. Він є показником динамічної ситуації, зміни, а основний, базовий лексичний фонд задає класифікацію ситуацій, типів змін, типів

подій, які можуть відбуватися з об'єктами [Кустова, 2000: 87]. Прототипова ситуація є необхідною умовою формування концепту, за якої відбуваються два протилежно спрямовані процеси. З одного боку, збільшується кількість нових об'єктів, які доповнюють концепт. З іншого боку, концепт змушений пристосовуватися до нових типів об'єктів, семантично узгоджуватися з їхніми ознаками, що приводить до помітного семантичного зрушення значення та формування нових, похідних значень [Кустова, 2000: 87-89].

Оскільки мова виконує функції кодування та маніпулювання концептами, то передача інформації відбувається через текст, у даному випадку публіцистичний. З одного боку, концепти кодуються журналістами у текстах, а з іншого, ці ж тексти декодуються у певних концептуальних системах читачами.

Мова є ефективним засобом вторгнення концептуальних конструкцій у когнітивну систему реципієнта. З урахуванням цього чинника значно зростає роль засобів аналізу та інтерпретації дій та висловлювань журналістів у публіцистичних текстах, оскільки вони є єдиним засобом проникнення у свідомість читача. Вони визначають його сприймання ситуації, систему цінностей та схеми прийняття рішень [Фоменко, 1998: 26]. Прийняті норми вживання слів визначають деякі форми мислення та поведінки [Уорф, 1999: 58].

Виділення певної структури концептів серед інших ми розглядаємо як вибір осмисленого тексту, прийняттого для індивіда. Концептуальна метафора публіцистичних текстів, як і будь-яка інша метафора, живе не сама по собі, а в певному контексті і тексті. Адресат правильно зрозуміє метафору тільки в тому випадку, якщо враховано контекст, у якому вона реалізується. Цей контекст і сам текст створюють орієнтаційну основу індивіда у світі, зокрема його вердиктне відношення до дійсності [Павиленис, 1983: 209]. Публіцистичні тексти формують ставлення рядових американців до навколишньої дійсності. Поряд з цим, вони

виступають закодованими посланнями, що активізують певні концепти, підштовхують до рішень і дій.

В усному мовленні журналісти і політики підкреслюють особливості метафоричного значення слова за допомогою інтонації, яка привертає увагу слухачів до відповідної модифікації семантики. З цією метою можуть використовувати підвищення сили голосу, уповільнення темпу, збільшення пауз та ін. На письмі правильне розуміння можливе за умови, коли читач визначив ту інтонацію, яка прихована в написаному реченні [Чудинов, 1991: 182]. При сприйнятті концептуальної метафори в конкретному тексті суттєвим є пресуппозиція – деякий спільний для адресата і адресанта фонд знань, який формує спільний комунікативний тезаурус і забезпечує адекватне кодування та сприйняття інформації. Завдяки мові читачі як носії індивідуальних концептуальних систем орієнтуються в специфічних суттєвих, прийнятих в американському суспільстві соціальних, культурних, естетичних та інших цінностях.

У духовному і матеріальному житті кожного народу відображені характерні риси його етнокультури. Врахування міфолого-історичних ретроспектив при дослідженні лексичного складу сучасної англійської мови дає можливість простежити мовні явища динамічного характеру. Форми мислення, культура, соціальні, моральні, політичні та інші чинники відчутно впливають на мову, спричиняючи в ній зміни.

Унаслідок дослідження взаємозв'язку міфологічного, екологічного та художнього мислення як мотиваційної основи утворення ЛО виникає можливість простежити динаміку пізнавальної діяльності людини. Істинне розуміння природи мови як соціального явища неможливе без експлікації тих різноманітних типів зрушень, які мають у ній місце [Петрова, 1996: 6]. Будь-яка форма буття в природі, у суспільстві знаходить своє відображення в мові. Виконуючи функцію реалізації суспільної свідомості, мова не може керуватися такими законами, які б суперечили вихідному твердженню про єдність суб'єктивних і об'єктивних світів [Колшанский,

1990: 107]. Мислення, як засіб пізнання світу, відображає його закономірності.

Мова віддзеркалює уявлення народу про облаштування космосу, про порядок речей, про співвідношення цінностей, простір і час [Гачев, 1995: 52]. Найповніше рефлексія національного життя, світобачення знаходить конкретне відображення у лексичних та фразеологічних одиницях мови. Гнучкість мови виявляється на рівні лексики. Під тіло одного мовного знака можуть бути підведені певні набори концептів або значень, зібрані розумом людини, які не мають прямого аналога в реальності [Колшанский, 1975: 231]. Мовні вирази співвідносяться з концептом і нерозривно пов'язані з певною концептуальною системою [Павиленис, 1983: 116]. Ми поділяємо думку Б.О. Серебреннікова про те, що сама мова ніяким чином не відображає світ. Вона дає уявлення про нього шляхом вербалізації окремих концептів, які виникли у ході активного, діяльного пізнання світу внаслідок його взаємодії з об'єктами довколишньої дійсності [Серебренников, 1988: 78].

Метафорично-концептуальний простір сучасної американської публіцистики охоплює ряд концептів, до яких ми відносимо: просторово-часовий (морський та сухопутний), зоо-вегетативний, антропоморфний, гастрономічний та інші. Увесь складний конгломерат концептуальних метафор на семантичному рівні єдиний, оскільки він описує один і той же об'єкт – світ суспільно-політичного життя з точки зору людини.

Просторово-часовий параметр стає домінуючим, він диктує дії, визначає систему цінностей та інтерпретує текст [Цивьян, 1990: 76]. Водний і сухопутний шлях імплікує рух і реалізує водночас ідею часу. Концепт шляху пов'язує та об'єднує суспільство, і, водночас, він є засобом вираження безконечності [Цивьян, 1990: 72].

У ході дослідження мови американських публіцистичних текстів ми виявили і об'єднали концептуальні метафори у такі групи:

Таблиця 1.1

Групи концептуальних метафор, виявлені в мові американських публіцистичних текстів

№ п/п	Метафоричні вирази	Кількість	Процентне співвідношення
1.	Море	95	10 %
2.	Дика природа	124	13, 1 %
3.	Полювання	26	2, 74 %
4.	Війна	97	10, 25%
5.	Людина	12	1, 26%
6.	Хвора людина	127	13, 42%
7.	Кулінарія	65	6, 87 %
8.	Будівництво	63	6, 65 %
9.	День/ніч	20	2, 1%
10.	Дорога	92	9, 72 %
11.	Спорт	91	9, 61 %
12.	Театр	45	4, 75%
13.	Образотворче мистецтво	14	1, 47%
14.	Хімічний процес	18	1, 9 %
15.	Бруд	5	0, 52%
16.	Імперія/царство	21	2, 21%
17.	Навчання	24	2, 53%
18.	Сім'я	7	0,73%
	Всього	946	100%

Однією з численних є група концептуальних метафор СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – МОРЕ.

3.2. Групи концептуальних метафор у мові сучасних американських публіцистичних текстів

3.2.1. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – МОРЕ

Для опису навколишнього світу будь-яка мова має потребу в вираженні тривалості, інтенсивності та спрямованості [Уорф, 1999: 73]. У публіцистичних текстах водні метафори складають 10 % від усієї кількості виявлених виразів.

Початково водна стихія розуміється як груди матері, як дитяча колиска. Вона виступає міфологічним образом [Юнг, 1996: 60]. Океанічне почуття частково пояснює ембріо-космогонічна теорія, яка ґрунтується на дослідженнях пренатальної свідомості. Згідно з наведеною теорією, події пренатального періоду фіксуються зародком і результати цього несенсорного сприйняття проносяться людиною через усе життя [Топоров, 1995: 583; Білодід, 1979: 247]. Слід відзначити прагматичну спрямованість морських метафор. У метафоричному описі моря відбувається повторне відтворення особистого досвіду, який потрібен суб'єкту (читачеві), оскільки задовольняє внутрішню потребу [Топоров, 1995: 586].

Море є очевидною та прихованою метафорою у багатьох життєвих ситуаціях. Морська метафора є універсальним способом кореляції сутнісного та екзистенційного буття як парадоксальної смислової структури, в якій нескінченність виражається в скінченності, вічне в тимчасовому [Топоров, 1995: 586]. Напр.: *a sea of turmoil / a sea of lawlessness (Newsweek, August 3, 1998, p. 23)*. Безлад та беззаконня асоціюється з морем.

Тематичне поле маринізмів є одним із найбільш розвинутих, історично-традиційних тематичних полів у англійській мові [Пастушенко, 1982: 2]. З одного боку, символ води, початку, зародження життя є домінантним у всіх народів незалежно від їхньої історії, оскільки прабатьківщиною походження людини є світовий океан [Топоров, 1995: 584; Юнг, 1996: 62]. З іншого боку, пращури значної кількості американців жили на островах, добирались по морю до Америки, тому символ води є одним із глибинно-базових у концептуальній картині американського етносу.

Групу метафор водної стихії ми поділяємо на два тематичних ряди:

1. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – МОРЕ. Напр.: *an island of prosperity in a sea of poverty (Newsweek, September 7, 1998, p. 19); to open the*

floodgates (*Business Week*, March 22, 1999, p. 56); *ideological sea* (*Newsweek*, January 18, 1999, p. 37); *deep under the surface* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 58); *beneath the surface* (*Time*, June 8, 1998, p. 60); *Internet's data ocean* (*Newsweek*, May 31, 1999, p. 62); *the pond of Europe* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 22). Наведені приклади асоціюються з водною стихією, із орієнтирами ВЕРХ-НИЗ: *under the surface*, *beneath the surface*; *to open the floodgates* (усунення перепони) – з інтенсивністю та рішучістю до дій, *a sea of poverty* з безмежністю та ін.

2. СУСПІЛЬСТВО / ПОЛІТИКА – СУДНО, що рухається по морю. Порівн.: *to drift* (*Newsweek*, May 24, 1999, p. 23); *to rock the boat* (*The International Educator*, February 2000, p.4); *to sail against the wind* (*Newsweek*, August 2, 1999, p. 58); *to swim in* (*Business Week*, March 22, 1999, p. EB 23); *to steer through the storm* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 49); *to be taken by storm* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 52); *financial storm* (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 29); *to be washed out of the scene* (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 34); *flagship* (*Business Week*, March 15, 1999, p. 40); *the ship of Serb nationalism* (*Time*, September 23, 1996, p. 28).

Символ води може мати як позитивне, так і пейоративне значення. Із позитивним значенням вживаються вирази, що позначають берег, гавань і якір, які асоціюються зі спокоєм, захищеністю та зупинкою, а море, хвиля уособлюють рух, динамізм подій, символізують активний початок.: *safe harbor* (*U.S. News and World Report*, March 5, 2001, p. 31); *to stay afloat* (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 29); *to keep the empire afloat* (*Newsweek*, December 29, 1997/ January 5, 1998, p. 84); *the snorkel is above* (*Newsweek*, June 21, 1999, p. 74); *the anchor of stability* (*Newsweek*, September 14, 1998, p. 17). Наведені приклади виражають: безпеку, – *safe harbor*, здатність до виживання – *to stay afloat*, *the snorkel is above*, а *the anchor of stability* – надійність.

Суспільне життя зіставляють із морем, яке асоціюють із ворожою стихією. Порівняймо: *to sink* (*Newsweek*, May 24, 1999, p. 15); *to sink in debts*

(*Newsweek*, July 12, 1999, p. 40); *troubled waters* (*Newsweek*, June 21, 1999, p. 40). *To sink* означає зазнати невдачі.

At a moment when Clinton's popularity is sinking and the bitter legacy of impeachment has left him without bipartisan support in Washington... (*Newsweek*, May 24, 1999, p. 15).

Категорія морського простору тісно пов'язана з іншими, до яких належать: матерія та час, зумовлені лінгвістично [Уорф, 1999: 90]. Суспільно-політичне життя розуміється як матеріальний об'єкт, судно.

Друга група концептуальних метафор називається ПОЛІТИКА – СУДНО У ЖИТТЄВОМУ МОРІ. Перед спуском на воду судно перебуває на верфі, у бухті, які символізують безпеку, затишок: *to flood the system* (*Business Week*, March 15, 1999, p. 43); *to open the floodgates* (*Business Week*, March 15, 1999, p. 56); *shipyard of solidarity* (*Newsweek*, March 15, 1999, p. 67); *safe harbor* (*Time*, September 14, 1998, p. 35).

Морські метафори використовуються для позначення таких непросторових відношень, як інтенсивність і спрямованість [Уорф, 1999: 90]. Стихію моря відображають такі вирази: *clear sailing* (*Newsweek*, April 20, 1998, p. 41); *to keep sailing ahead of the storm* (*Newsweek*, June 21, 1999, p. 55); *to navigate these uncharted waters* (*Time*, August 31, 1998, p. 45); *to sail against the wind* (*Newsweek*, August 2, 1999, p. 58). Буря, шторм асоціюються з труднощами, з якими потрібно боротися, щоб вижити. Економічна або політична ситуація ототожнюється з морською стихією.

While Gore tries to navigate these uncharted waters, other presidential hopefuls may find that the post-Lewinsky politics blows fresh wind into their sails... (*Time*, August 31, 1998, p. 45). Політика порівнюється із бурхливим морем, де зміни політичних ситуацій подібні до змін морської погоди. Після негоди (секс-скандалу) у паруси консерваторів подув свіжий вітер.

Море асоціюється з хвилями, припливами та відпливами. Порівняймо: *make the waves* (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 34); *the tidal wave* (*Newsweek*, August 24, 1998, p. 12); *a rising tide* (*Golf World*, December

19, 1997, p. 40); *merchandising tsunami* (*Newsweek*, March 1, 1999, p. 45); *it's a tsunami* (*Newsweek*, August 3, 1998, p. 31); *to turn the tide* (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 31); *to ride the next wave* (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 36); *the first wave* (*Newsweek*, September 28, 1998, p. 42).

A tidal wave of investment by corporate America to prevent a possible high-tech disaster could spark a more powerful U.S. economy for years to come (*International Herald Tribune*, January 4, 2000, p. 1). Метафоричний образ припливної хвилі асоціюється з інвестиціями в американську економіку.

"Saving Private Ryan" is only the first wave; six other World War II movies are in the works in Hollywood... (*Newsweek*, September 28, 1998, p. 42).

Початок будь-якої справи, а в даному випадку вихід воєнного фільму на екрани, пов'язують із морською хвилею, за якою йде наступна.

На морі кожному судну потрібен капітан. Метафора *captain* у значенні керівник, керманіч часто трапляється у публіцистичних текстах. Наприклад: *captain* (*Time*, April 6, 1998, p. 8); *corporate captains* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 94); *to be responsible stewards* (*U.S. News and World Report*, June 25, 2001, p. 76).

Could the captain of global industry be little more than an idiot savant? (*Time*, April 6, 1998, p. 8). Вираз *the captain of global industry* базується на ідеї переносу назви за схожістю між капітаном корабля та керуючим глобальною промисловістю, який веде корабель індустрії до певної мети.

У наступних контекстах метафоричний образ стає повнішим, оскільки з'являються нові елементи структури вихідної понятійної сфери: виявляється, що моряки в плаванні орієнтуються на маяки, мітки на борту визначають глибину посадки судна, якір утримує судно на місці.

Шлях судна по морю непростий, вказівками правильного руху корабля виступають маяки. Порівняймо: *as a beacon* (*Business Week*, March 22, 1999, p. EB 22); *to become a beacon of* (*Time*, June 8, 1998, p.99); *a beacon of liberty* (*International Herald Tribune*, January 5, 2000, p. 8).

A beacon вжито зі значенням орієнтир, вказівник, що знаходиться попереду. Наприклад:

He became a beacon of American feeling (Time, June 8, 1998, p. 99).

Такі мітки, бакени допомагають тримати курс корабля, що проявляється у низці інших виразів. Наприклад: *city's course (Newsweek, March 1, 1999, p. 41); to stay the course (Newsweek, September 7, 1998, p. 19).*

The familiar figure of Boris Yeltsin has led many to believe that Russia has "stayed the course" (Newsweek, September 7, 1998, p. 19). Stay the course – метафоричний вираз, який означає незмінність політики Росії, вірність зобов'язанням перед західними країнами.

Наскільки глибоко судно, з яким асоціюється країна, компанія, сидить у воді, вказують мітки на борту, які позначені словосполученнями: *a high water mark (U.S. News and World Report, August 16 / 23, 1999, p. 41).*

Richard Landes has found indications of heightened apocalypticism surrounding the year 1000 – a period, that is one of the high-water marks of such beliefs in European civilization (U.S. News and World Report, August 16 / 23, 1999, p. 41). The high-water mark – мітка, орієнтир, яка допомагає визначити не тільки рівень води, а й здатність європейської цивілізації триматися на плаву, тобто виживати і розвиватися.

Зі стабільністю, і надійністю американські журналісти пов'язують слово *anchor* (якір), яке вживається в різних синтаксичних позиціях. Наприклад: *global anchors (Business Week, February 8, 1999, p. 18); an anchor tenant (Business Week, March 15, 1999, p. 48); the anchor of stability (Newsweek, September 14, 1999, p. 17); to anchor (Newsweek, October 5, 1998, p. 2).*

Once again, North America and Europe are the global anchors of prosperity and stability, while the rest of the world struggle... (Business Week, February 8, 1999, p. 18). За допомогою іменника *anchor* Північну Америку і Європу порівнюють із надійними опорами процвітання та стабільності.

Навіть людину, політика порівнюють із якорем, основою стабільності, завдяки діловим якостям. Екс-канцлера Німеччини, Гельмута Коля, почали називати оплотом стабільності внаслідок незмінності політики, відданості інтересам партії.

Kohl is “the anchor of stability”, says his campaign manager Peter Hintze, the kind of experienced leader the country needs in a time of graving instability abroad (Newsweek, September 14, 1998, p. 17).

Використання варіанта моделі СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – МОРЕ дозволяє уявити історичну долю країни (регіону, політичної партії) як рух корабля, тобто добре відомої і детально структурованої понятійної сфери. Чим детальніше структурована понятійна сфера-джерело, тим більші можливості сфери-донора, тим більший потенціал метафоричної моделі. Як свідчать розглянуті приклади, метафорична модель характеризується відкритістю, здатністю до детального розгортання з використанням все нових і нових компонентів. Водночас можна визначити типові напрямки розгортання даної моделі. До них слід віднести середовище пересування, чинники, що сприяють і перешкоджають йому, використанні транспортні засоби та інші. Названі напрямки передбачають розгалуження: екіпаж і міжособистісні стосунки, складові елементи транспортного засобу тощо.

Ми доходимо висновку, що концепт СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – МОРЕ виконує одну з провідних ролей у картині світу американського соціуму. Із 946 виявлених метафор 95 є морськими.

Наступною групою вербалізованих глибинних концептів, відображених у мові публіцистичних текстів, виступає сукупність концептуальних метафор СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ДИКА ПРИРОДА, ДЕ ЛЮДИ / ПОЛІТИКИ – ЗВІРІ.

3.2.2. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ПРИРОДА, де ЛЮДИ / ПОЛІТИКИ – ЗВІРІ

Міфопоетичний світогляд кожного соціуму бере свій початок із тотожності макрокосму та мікркосму, природи та людини [Цивьян, 1990: 19]. Традиційно розрізняють живу та неживу природу. Ми виявили метафоричні моделі, які ґрунтуються на понятійних сферах “Світ тварин” і “Світ рослин”, оскільки ці сфери є основними джерелами метафоричної експансії в сучасних американських публіцистичних текстах. Численні приклади свідчать про те, що важливим джерелом концептуалізації суспільного життя в американській національній свідомості традиційно був світ живої та неживої природи.

Для мови публіцистичних текстів типовим є використання зооморфних метафор, посередництвом яких люди або політики зображені представниками тваринного світу. Значне місце (13, 1%) серед виявлених метафоричних виразів відведено переносним значенням слів, які ми об’єднали у дві групи:

1. Суспільно-політичне життя – дика природа.
2. Метафоричні назви рослин та тварин.

Ці лексико-тематичні групи є продуктивні та взаємопов’язані. Метафори першої групи нараховують незначну кількість одиниць. Наприклад:

Megawati, the daughter of Indonesia’s first president, Sukarno, had been in the political wilderness since 1996, when the then president Suharto engineered her ouster as PDI chairwoman (Newsweek, October 12, 1998, p. 5). Політичне життя подібне до дикої природи (*the political wilderness*), де політикам, як тваринам, потрібно боротися за існування.

It’s a jungle – both a political jungle and a physical jungle (Newsweek, June 1, 1998, p. 62). У політичних хащах (*political jungle*) діє закон сильнішого, виживає той, хто має більшу силу. Шляхом

антропометричності утворюється вторинна природа світу фауни (суспільства), яка дозволяє передавати якісні характеристики людини, її стану, дії, а також міжособистісні стосунки у порівнянні зі світом тварин.

У сучасній англійській мові існує тенденція до використання назв тварин і рослин як основи для метафоричних переносів [Nida, 1975: 128]. Висока продуктивність другої тематичної групи у публіцистичних текстах свідчить не тільки про широку популярність позначуваних нею реалій, а й про можливість переносного використання цієї лексики для експресивного вираження різноманітних актуальних понять суспільно-політичного життя. Зоометафора об'єднує метафоричні назви тварин: *tiger, lion, wolf*. Ефект метафоричного використання слів *wolf, lion, tiger* полягає в актуалізації відповідної системи загальноприйнятих асоціацій [Блэк, 1990: 164]. Унаслідок використання зоометафор в американській концептуальній системі відбуваються зрушення. Вовка, лева і тигра конвенційно вважають тваринами, які наділені владою. Вони викликають страх і ненависть. Назвати людину вовком, левом або тигром означає, що вона також наділена повноваженнями влади та викликає такі ж самі почуття [Блэк, 1990: 164]. У мовній картині світу людські, а не тваринні характеристики, відбиті в образах сильного вовка, владного лева та грізного тигра. Спираючись на них, ми починаємо аналізувати світ людський, а не тваринний [Почепцов, 2000: 307; Гачев, 1995: 133]. Конкретні елементи зооморфного коду здатні виступати класифікаторами, які умовно-символічно описують подану ситуацію [Топоров, 1995: 441]. Наприклад: *an original Celtic tiger (U.S. News and World Report, August 16 / 23, 1999, p. 63); a courtroom tiger (Newsweek, August 17, 1998, p. 26); Asia's tiger (Time, September 14, 1998, p. 38); to ride the same tiger (Newsweek, November 1, 1999, p. 4); toothless tiger (Time, April 6, 1998, p. 36); to ride the back of the tiger (U.S. News and World Report, April 1, 2002, p.17)*. Ключовим словом цих виразів є слово *tiger*, яке уособлює силу, незалежність, швидкість

реакції. Усі ці якості дикої тварини переносять на людей або країни, які є сильними, владними. Наприклад:

A partner at Williams and Connolly, the white-collar defense law firm, Kendall is a courtroom tiger like the firm's founder Edward Bennett Williams (Newsweek, August 17, 1998, p. 26). Вираз *a courtroom tiger* підкреслює професійні якості юриста та коло клієнтів, з якими він має справу. Такі риси, як досвідченість, сила перенесено на людину, зокрема на юриста.

Поряд з тигром, у публіцистичних текстах має місце переосмислене слово *lion*, яке уособлює силу та владу. Наприклад: *a kind of magnificent lion (Newsweek, August 17, 1998, p. 28); a lion in winter (Newsweek, July 12, 1999, p. 44); to cage a lion (Newsweek, September 21, 1998, p. 58 D); lion's den (Newsweek, July 13, 1998, p. 15).*

Метафоричний образ *lion* (лева) уособлює сильну та владну людину, як правило, відомого політика або бізнесмена. *To cage a lion* означає позбавити влади людину, яка займає високе становище.

At the age of 68, Rupert Murdoch has become a lion in winter, and Peter Chernin is his lord-in waiting (Newsweek, July 12, 1999, p. 44).

Твариною, назва якої трапляється у публіцистичних текстах, є вовк (*a wolf*). Вовк уособлює такі якості, як наполегливість у досягненні мети, міцність стосунків у зграї. Порівн.: *she-wolves (Newsweek, July 12, 1999, p. 27); lone wolf (U.S. News and World Report, June 18, 2001, p. 18); to be ahead of the pack (Business Central Europe, March 1999, p. 56); to keep away from the pack (Newsweek, May 31, 1999, p. 39); middle of the pack (U.S. News and World Report, November 26, 2001, p. 59); to lick the wounds (U.S. News and World Report, March 11, 2002, p. 42).*

Wolf (вовк) уособлює небезпеку, про що свідчать ФО *the wolf at the door (Newsweek, April 20, 1998, p. 8B)*. У наведеному реченні слово *wolf* передає загрозу (людина або ситуація), яка несе небезпеку.

Окрім тигра, лева і вовка, у публіцистичних творах трапляються інші метафоричні назви тварин, комах, плазунів та морських тварин, таких як:

sheep (Newsweek, October 12, 1998, p. 36); *bronco* (Time, September 7, 1998, p. 6); *locust* (Newsweek, March 1, 1999, p. 37); *serpent* (Time, September 14, 1998, p. 46); *gadfly* (U.S. News and World Report, August 16 / 23, 1999, p. 57); *shark* (Newsweek, September 14, 1998, p. 60); *octopus* (U.S. News and World Report, June 18, 2001, p. 28); *piranha attitude* (Reader's Digest, May 1997, p. 72); *crow* (U.S. News and World Report, June 18, 2001, p. 28).

Порівняймо: *to gather sheep and lead them down someone's chosen path* (Newsweek, October 12, 1998, p. 36). *Sheep* (вівці) символізують слухняність. *To stay in the saddle of this bucking bronco, called slam* (Time, September 7, 1998, p. 6) – вміння боротися з труднощами, протистояти їм. *Bronco* (дикий кінь) уособлює непокірність. *The years of locust* (Newsweek, March 1, 1999, p. 37) вживають із значенням важких часів. *Locust* (саранча) – збитки, шкода. *A serpent* (змія) (Time, September 14, 1998, p. 46) асоціюється з ворогом; *an intellectual gadfly* (U.S. News and World Report, August 16 / 23, 1999, p. 57) – набридливостю, кусючістю; *CIA mole* (кріт) (Newsweek, July 13, 1998, p. 15) – переслідуванням, хитрістю, прихованістю; *a card shark* (Newsweek, September 14, 1998, p. 60) – небезпекою, загрозою; *Enron octopus* (U.S. News and World Report, June 18, 2001, p. 28) – силою; *piranha attitude* (Reader's Digest, May 1997, p. 72) – жорстокістю; *the one eating crow* (U.S. News and World Report, June 18, 2001, p. 28) – егоїзмом; *to leave the nest* (Newsweek, May 24, 1999, p. 54) – зрілістю, самостійністю. Наприклад:

Says Baker, who chaired last week's congressional hearings: "It's one thing for one shark to eat another. It's quite another thing for the shark to eat the minnows" (U.S. News and World Report, June 18, 2001, p. 18). У реченні використано метафоричну назву *shark* з експресивно-оцінною функцією, оскільки наведений приклад надає висловленню виразності і, водночас, підкреслює жорстокість стосунків в американському суспільстві.

Тварини уособлюють інстинктивну природу та її зв'язок з оточенням людини [Юнг, 1997: 205]. Образ тварини є найдавнішим символом.

Метафоричні назви тварин, використані у публіцистичних текстах, поєднують та виражають дві реальності, – природу та людину в одному образі. При характеристиці деяких тварин виокремлюються прототипові властивості (функції), тобто існуючі в національному менталітеті найтиповіші уявлення про характерні властивості даного концепту.

Чіткі та постійні оцінні конотації несуть концептуальні метафори ЛЮДИ / ПОЛІТИКИ – ЗВІРІ. Їхня мета полягає у приписуванні політику ознак, які завжди мають оцінний зміст, оскільки перенос ознак тварини на людину має на меті створити оцінні конотації. Самі назви тварин оцінки не несуть, але відповідні ознаки, якщо вони відносяться до людини, майже завжди набувають оцінний зміст. Вони приписують людині етичні, психічні, соціальні властивості й характеристики поведінки [Вольф, 1988: 59]. Розглянутий ілюстративний матеріал свідчить про детальну структурованість розглянутої понятійної зони. Для сучасної зооморфної метафори типовими є концептуальні вектори жорстокості та агресивності: образно уподібнений тварині політичний лідер (або інша особа) забуває про гуманність, веде себе як експлуататор. Іншими словами, особливо сучасна суспільно-політична метафора повною мірою використовує нескінченне розмаїття зооморфних образів. Причини такого підходу залежать не від особливості вихідної понятійної сфери, а від того, які реалії необхідно позначити і якого емотивного змісту потребує політична або соціальна ситуація.

Фітоморфні образи – одна з традиційних понятійних сфер політичної метафори [Чудинов, 2001: 143]. В її основі знаходяться базові метафори, пов'язані з архетиповим сприйняттям світу: в якому все має корені і плоди, проростає із насіння та зерен. Дерева, ліс, польові квіти та інші образи вже давно стали національними символами. Роль рослин в публіцистичних текстах еквівалентна міфопоетичним уявленням. У космогонічних міфах рослини виступають першим об'єктом із всього, що було створено Богом.

Тваринні метафори доповнюються рослинними, які також знаходять відображення у мові американської публіцистики. Напр., вислів *bad apples* (*Newsweek*, January 18, 1998, p. 9) означає зіпсованих людей, які завдають шкоду; *the first fruits* (*Newsweek*, July 12, 1999, p. 62) – перші результати у будь-якій справі; *the sequoia of 20th century music* (*Newsweek*, November 2, 1999, p. 30) – надзвичайні досягнення в музиці; *smallest seeds* (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 30) – перші позитивні кроки у бізнесі; *to plant the seeds of democracy* (*Newsweek*, January 19, 1998, p. 18) – позитивні дії у суспільному житті задля розвитку демократії; *a fruit of poison tree* (*Newsweek*, December 21, 1998, p. 59) – плід отруйного дерева, поганий результат; *a coconut, a peach* – чоловік, жінка (*Reader's Digest*, May 1997, p. 14); *lemons or sour grapes* – неприємності або небажані якості (*Reader's Digest*, May 1997, p. 14); *Internet weeds* (*Gentlemen's Quarterly*, March 1999, p. 240); *a tip of the iceberg* (*Newsweek*, April 20, 1998, p. 30).

...*the large public celebration was far more appropriate for this sequoia of the 20th century music* (*Time*, June 8, 1998, p. 102). Секвойя – дерево велетенських розмірів, яке поширене на американському континенті. Велетнем або секвою називають людей, які зробили внесок у розвиток своєї галузі спеціалізації.

SW coconut, 45, looking for real peach, to make a pair. No lemon or sour grapes (*Reader's Digest*, May 1997, p. 14). Рослинні метафори вдало передають думку автора, підкреслюючи такі риси, як міцність у чоловіка та ніжність у жінки. Небажані риси характеру та зовнішності асоціюються з лимоном і кислим виноградом.

Орієнтаційна метафора (за Дж. Лакоффом) пов'язана із співвідношенням причини (насіння, зерен) і наслідків (плодів, урожаю). Метафори на позначення насіння і врожаю символізують причини певних процесів (політичних дій, виступів тощо); відповідно плоди – символ результатів.

Життя тварин і рослин залежить від погоди, тому в публіцистичних текстах трапляються метафори на позначення природних явищ, катаклізмів. Вони умовно поділені на такі підгрупи:

1. Погода та погодні умови: *dark cloud* (*Ukrainian Weekly*, January 16, 2000, p. 22); *storm clouds over Lousanne* (*Time*, January 25, 1999, p. 52); *the cultural thaw* (*Newsweek*, January 18, 1999, p. 33); *winter of famine* (*Newsweek*, February 15, 1999, p. 18).

Another winter of famine is ravaging North Korea, but that has not made even today's weakened version of the last stalinist regime easy to deal with (*Newsweek*, February 15, 1999, p. 18). Метафоричний вираз *winter of famine* виконує експресивну функцію у наведеному реченні, оскільки підсилює враження читача про голод у Північній Кореї.

The cultural thaw did not come when the cold war ended (*Newsweek*, January 18, 1999, p. 33). Відлига асоціюється з потеплінням у міждержавних стосунках, тому цілком логічно, що у наведеному реченні використано метафору *the cultural thaw* з прагматичною метою.

2. Природні катастрофи: *political quake* (*National Geographic*, November 1996, p. 100); *to have the explosiveness of a volcano* (*Newsweek*, September 14, 1998, p. 54); *a widening crater in the Balkans* (*Newsweek*, April 12, 1999, p. 37); *the flood of news* (*Newsweek*, April 26, 1999, p. 55); *mount Everest of fraud* (*U.S. News and World Report*, May 7, 2000, p. 28); *the shifting sands of Middle East politics* (*Newsweek*, February 15, 1999, p. 18).

Наприклад:

With every passing day events change. There is no middle ground in the Balkans, just a widening crater (*Newsweek*, April 12, 1999, p. 37). Ситуація на Балканах асоціюється з вулканічним кратером, який розширюється. Наведену метафору вжито з когнітивною метою, щоб краще осмислити ситуацію на території колишньої Югославії.

Із допомогою образів зі сфери тваринного та рослинного світу метафори вказують на нашу міфологічну основу. У суспільній свідомості

вже виділені та закріплені полюси позитиву та негативу. Залежно від мети, у публіцистичних текстах журналісти намагаються наблизити свій об'єкт до позитивного чи негативного полюсу. Вони асоціюють його з тими позитивними чи негативними елементами, за якими суспільство вже досягло згоди [Почепцов, 2000: 307].

Отже, концептуальні метафори СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ДИКА ПРИРОДА, ДЕ ЛЮДИ / ПОЛІТИКИ – ЗВІРІ відображають уявлення американського народу про навколишню дійсність і є значною частиною концептуальної картини світу американців, оскільки із 946 метафор 124 відображають природу, тваринний і рослинний світ.

3.2.3. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ПОЛЮВАННЯ

До групи метафор СУСПІЛЬНЕ ЖИТТЯ – ДИКА ПРИРОДА близькою є група концептуальних метафор СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ПОЛЮВАННЯ. Перемогою у такому полюванні є не дичина, а угода, домовленість або політична поступка, тобто досягнення мети. Напр.: *bargain hunters* (*Newsweek*, July 12, 1999, p. 34); *to hunt for jobs* (*International Herald Tribune*, January 5, 2000, p. 2); *to hunt someone down* (*Time*, September 23, 1996, p. 35); *to hunt for foreign scapegoats* (*Newsweek*, January 19, 1998, p. 38); *to smoke someone out of something* (*Time*, August 31, 1998, p. 33); *manhunt for* (*Newsweek*, December 29, 1997/January 5, 1998, p. 20); *witch-hunts* (*Time*, June 8, 1998, p. 71).

Якщо на полюванні винагородою є м'ясо впольованої тварини, то у полюванні на злочинців у США винагородою є значна сума грошей.

Cunanan eluded a nationwide manhunt for more than a week ago (*Newsweek*, December 29, 1997/January 5, 1998, p. 20).

Подібно до мисливців із минулого, які полювали задля того, щоб вижити, сучасні мисливці-бізнесмени (*bargain-hunters*) полюють на багатих клієнтів та шукають партнерів із метою збагачення.

With that in mind, bargain-hunters on Tuesday sent the Dow rebounding 228 points in the second largest single-day point gain in history (Time, September 14, 1998, p. 28).

Під час полювання на лисиць та вовків використовують дим, щоб викурити хижака назовні. Метафоричний вираз *to smoke someone out* означає примусити політика зізнатися у чомусь, вивести його з рівноваги.

But the real power of the dress was not to punish Clinton but to smoke him out of his denial (Time, August 31, 1998, p. 33). Фразеологічна одиниця *to smoke smb. out of smth.* зазнала змін, в результаті яких утворилася така одиниця, як *to smoke him out of his denial*.

Щоб уполювати дичину, мисливці ставлять капкани. Вирази *to set the trap* та *to escape the trap* (Newsweek, July 12, 1999, p. 34) підтверджують подібність політики до полювання.

But can Bangkok escape the low-cost trap and join the high-tech world (Newsweek, July 12, 1999, p. 34). Метафору *to escape the low-cost trap* вживають для позначення спроможності знайти вихід із складної ситуації.

Жорстоке за своєю природою, полювання передбачає смерть тварини. Метафоричний образ вбивства тварини переносять на людське суспільство, в якому бізнес нагадує полювання сильнішого на слабшого. Наприклад: *to smell blood and to be here for the kill* (Newsweek, July 13, 1998, 1998, p. 45).

The currency is clearly on speculators' screens, says Mark Chiaviello of Deutsche Bank Securities in New York. They've smelled blood and they're here for the kill (Newsweek, July 13, 1998, 1998, p. 45).

Метафори СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ПОЛЮВАННЯ доповнює група концептуальних метафор СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – РИБАЛЬСТВО. Для того, щоб упіймати рибу, потрібна наживка. У суспільному житті винагородою є перемога на виборах або прибуткова угода. Напр.: *to bait someone* (Newsweek, June 8, 1998, p. 34); *a piece of bait* (Time, August 31, 1998, p. 34); *to take the bait* (Newsweek, January 18, 1999, p.

17); *to angle for a piece of Europe's pie* (*Business Week*, March 15, 1999, p. 51); *to angle for a job* (*Newsweek*, February 15, 1999, p. 6); *to go bottom-fishing* (*U.S. News and World Report*, October 22, 2001, p. 64).

It was a great piece of bait, and the Republicans took it (*Time*, August 31, 1998, p. 34). Пропозиція з боку демократів щодо політичної угоди була наживкою, на яку клюнули республіканці.

Метафора *to angle* асоціюється із зусиллями, які докладають для досягнення успіху. Наприклад:

They're angling to get their shows or songs onto the new wider channels of broadband (*U.S. News and World Report*, July 23, 2001, p. 37). У наведеному реченні *to angle* асоціюється із зусиллями, які докладають для того, щоб потрапити на популярні канали ТБ.

Позитивний результат зусиль позначають метафорою *to be hooked* (*Time*, June 8, 1998, p. 104), а негативний – *to be off the hook* (*Time*, June 8, 1998, p. 26); *to let somebody off the hook* (*Time*, September 14, 1998, p. 41).

Curiously triumphant Republicans are in no mood to let the President off the hook that fast (*Time*, September 14, 1998, p. 41). Представники республіканської партії виступили за доведення до кінця розслідування у справі экс-президента Б. Клінтона та М. Левінськи. Їхня непоступливість асоціюється з гачком, на якому вони тримають экс-президента США.

Ми доходимо висновку, що персоніфікація суспільно-політичного життя як процесу полювання створює цілісний образ, засобом якого на певному етапі пізнання моделюється фрагмент дійсності та виявляються все нові сторони досліджуваних об'єктів. Уявлення про реальні особливості природи і умови виживання є способом пояснення людиною самої себе та довколишньої дійсності. Метафори наведеної вище групи складають 2, 74 % від усієї кількості виявлених виразів. 26 метафор використано зі сфери полювання та рибальства.

3.2.4. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ВІЙНА

Політична боротьба часто концептуалізується в термінах військової метафори. У публіцистичних текстах США кінця ХХ – початку ХХІ століття йде активний процес формування переносних значень слів і словосполучень, взятих зі сфери військової термінології. Такий підхід дає змогу номінувати підготовку до бою, спільні дії, дійових осіб, можливі проблеми, використані засоби. Метафори цієї групи здатні позначати будь-які політичні дії, які здійснюються інтенсивно, цілеспрямовано, рішуче. Перемога у війні є найбільшою нагородою, а поразка – повною катастрофою без надій на швидкий реванш. Військова метафора в мові американських публіцистичних текстах реалізує номінативну функцію, наприклад:

...and thus, underscored for White House advisers the urgency of launching their own battle plan to stanch the rapid deterioration of their defenses on the Hill (Time, September 14, 1998, p. 42). Використана метафора *battle plan* виконує функцію номінації, позначаючи ситуацію та називаючи план протистояння обвинуваченням проти Білого дому.

При позначенні непередметних сутностей прийом перенесення імені відповідає меті вербалізації поняття, матеріалізації в мовному значенні властивостей реальних об'єктів. Результатом метафори є не тільки нове лексичне значення слова, а й розширення смислового апарату мови [Опарина, 1990: 66].

Ми поділяємо думку Е. Маккормака та М. Блека про те, що метафора є динамічним процесом, який відбувається на трьох рівнях:

1. Метафора як мовний процес.
2. Метафора як семантичний і синтаксичний процес.
3. Метафора як когнітивний процес [Маккормак, 1990: 358; Блек, 1990: 154].

Військові метафори ми об'єднали в групу СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ВІЙНА. Життя та політика нагадує битву, в якій одних чекає перемога, а інших – поразка. Військові метафори володіють значним прагматичним потенціалом: відповідні дії попередньо оцінюються як такі, що заслуговують підтримки або осудження. Наприклад: *to pull the trigger* (*U.S. News and World Report*, January 28/February 4, 2002, p. 22); *to set in motion the arms machine* (*U.S. News and World Report*, February 25/March 4, 2002, p. 62); *to come under fire* (*U.S. News and World Report*, March 11, 2002, p. 53); *on the political front* (*International Herald Tribune*, January 5, 2000, p. 17); *a global front* (*International Herald Tribune*, January 5, 2000, p. 8); *on the diplomatic front* (*Newsweek*, July 5, 1999, p. 29); *the cold war* (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 14); *a political dynamite* (*Newsweek*, May 18, 1998, p. 35); *foot soldiers in America's most bitter sports war* (*U.S. News and World Report*, March 18, 2002, p. 63); *on the Starr front* (*Newsweek*, September 21, 1998, p. 26); *in the trenches on Wall street, hand-to-hand combat* (*Time*, September 14, p. 33); *wounded national pride* (*Newsweek*, October 4, 1999, p. 4).

As wild as the week may have looked to spectators, in the trenches on Wall Street it was hand-to-hand combat (*Time*, September 14, 1998, p. 33). Купівля та продаж акцій на біржі Нью-Йорка асоціюється з рукопашним боєм (*hand-to-hand combat*), в якому йде боротьба на смерть. Переможці набувають прибутки, а переможені стають банкрутами.

Russians turned a blind eye to this fact out of wounded national pride (*Newsweek*, October 4, 1999, p. 4). Приниження в політиці пов'язують із пораненою національною гордістю, яка страждає від помилок політиків.

Аналізуючи концептуальні військові метафори, ми умовно об'єднали їх у три групи за фокусом асоціацій:

1. Засоби досягнення мети у війні.
2. Способи ведення бойових дій.
3. Результати військових дій.

До першої групи лексичних одиниць ми віднесли метафори, які стосуються видів зброї. Це може бути як сучасна, так і застаріла зброя. Наприклад: *at the edge of new century, globalization is a double-sword: a powerful vehicle that raises economic growth...* (*International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 1*); *the Y2K critics were sharpening their knives* (*International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 8*); *the attorneys can already identify some of the potential land-mines in the case and have been filing motions to defuse them* (*Time, September 23, 1996, p. 27*); *he added that head-strong personalities and high stakes have produced an “explosive mixture”* (*Newsweek, September 21, 1998, p. 58 D*).

Today Hamm is women’s most lethal weapon, offensive linchpin of the American team favored to win (*Newsweek, June 21, 1999, p. 90*). Американську футболістку Л. Хамм називають смертельною зброєю, стрижнем національної команди, вістрям, спрямованим на перемогу. Метафора допомагає влучно передати думку журналіста. У свідомості читачів стирається кордон між війною і мирним життям, суворі військові закони ніби поширюються на цивільне життя.

Подібні метафори, з одного боку, дають змогу уявити засоби політичної боротьби як максимально ефективні, здатні завдати ворогам рішучої поразки, а з іншого – представити відносини в партії, законодавчих і виконавчих органах як фронтове братство, об’єднане спільними випробуваннями.

До другої групи метафор ми віднесли лексичні одиниці, умовно названі “способи ведення бойових дій”. Порівняймо: *In my foxhole the battle was to contain the losses and preserve the capital, not to take the offensive ...* (*Time, September 14, 1998, p. 33*); *Managed-care companies are under growing lethal attack: including at least 16 recent class-action suits, most filed by some of the same lawyers who won huge settlements from the tobacco industry* (*The New York Times, January 4, 2000, p. C 1*); *Even since the White House opened combat relating jobs to women in 1993, it’s been trench warfare*

in the ranks (Newsweek, December 29 / January 5, 1997 / 1998, p. 17); thus began their woeful saga as *nuclear nomads* repeatedly relocated the other Pacific islands where they have found only unhappiness (National Geographic, June 1999, p. 72); Whatever the precise numbers, the American warning not to expect *the cavalry* to storm to the rescue has merely, it seems, fizzed up both sides (The Economist, July 25th, 1998, p. 48). Наведені приклади єднає асоціація з різними способами ведення бойових дій: атакою, рукопашним боєм, кавалерією та ядерною зброєю.

...signals the beginning of *a long ground war* for the president's survival in office (Newsweek, September 21, 1998, p. 27). Протистояння експрезидента Б. Клінтона з його політичними суперниками нагадує тривалу наземну війну, в якій на карту поставлено посаду президента та добробут його сім'ї.

Спостереження за подібними метафорами показують, що притаманне тоталітарному суспільству мілітаризована свідомість, як і раніше, побутує серед американців. Кінець холодної війни спрямував суспільну свідомість на пошук вже не зовнішніх ворогів, а внутрішніх. Холодна війна з ворожим світом перетворюється в громадянську війну.

Третя група метафор об'єднує клас об'єктів, названих "результатами війни". Наприклад: *mental scars* (International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 4); *old wounds* (Newsweek, September 21, 1998, p. 55); *wounded national pride* (Newsweek, October 4, 1999, p. 4); *to be victims* (The New York Times, January 4, 2000, p. 13). Війна залишає рани, завдає матеріальної шкоди і приносить смерть.

Privately, however, some executives expressed deep frustration and anger with Washington, saying they are *victims* of a particular hostility toward big oil companies (The New York Times, January 4, 2000, p. 13). В бізнесі, як і на війні, страждають люди. Внаслідок жорстоких дій конкурентів, бізнесмени зазнають фінансових втрат, стають жертвами нафтових магнатів.

But when this era ended in 1990, they were forgotten, overshadowed by the 4.000 Chileans who had disappeared, resented by a majority still suspicious of the political left, hounded by guilt and anger, silently enduring the mental scars of their ordeal (International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 4). Смерть 4000 чилійців, зниклих за час правління генерала А. Піночета, залишила болючі рани у серцях рідних і близьких. Наведений метафоричний вираз вжито з прагматично-когнітивною метою.

Війна охоплює не тільки економіку, політику, а й мережу Інтернет. Порівняймо:

Peter Bergen's Holy War, Inc. might have shown how Bin Laden and al Qaeda put "netwar" doctrine into practice (U.S. News and World Report, January 14, 2002, p. 45). Наведене словосполучення вжито з метою максимально влучно передати зміст повідомлення про терористів, спрямованість їхніх дій.

Наведені приклади трьох груп метафор підтверджують існування предикативного зв'язку між концептами ПОЛІТИКА та ВІЙНА. Військова метафора фіксує суттєву подібність між військовою кампанією та суспільно-політичним життям. Військова концептуальна метафора є вираженням властивості свідомості пізнавати об'єкти на основі аналогії, у даному випадку аналогії суспільно-політичного життя з війною. Група концептуальних метафор СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ВІЙНА починається з виділення властивостей подібності в гетерогенних об'єктах і фіксує цю подібність у мовній формі тотожності [Опарина, 1988: 67]. Так, протистояння політичних партій уподібнюється війні, падіння акцій – рукопашному бою, а принижена національна гідність – пораненню. Ми вважаємо, що вже в самій метафорі закладена спрямованість на формування та позначення концепту. Наведені приклади демонструють таку важливу рису концептуальної метафори, як компресія значення, економія вираження. Компресивний характер концептуальної метафори надає їй змістовної стислості та оригінальності [Сербенська, 1989: 87]. Цей

тип метафор відіграє важливу роль в інтеграції вербально-логічної з чуттєво-образною системами людини та є ключовим елементом категоризації лексики в американському варіанті англійської мови [Фесенко, 1993: 103].

У свідомості американських політиків представники іншої партії – це не партнери, а вороги, яких необхідно перемогти. Активне використання військової метафори відбиває особливості національної самосвідомості американців, наявні в ній вектори тривоги, небезпеки, агресії, а також схильність до рішучих дій, повагу до сили і бойової слави.

На нашу думку, військові метафори є вузлом, який зв'язує мову з мисленням і культурою американського народу в його національній специфіці. Військові концептуальні метафори відбивають свідомі та підсвідомі уявлення американців про те, що суспільно-політичне життя швидше нагадує війну, ніж мирний процес.

Метафоризація у публіцистичних текстах експлікує особливості мислення у проблемних ситуаціях, розв'язання яких передбачає активізацію діяльності когнітивної системи у процесі засвоєння й переробки знань [Баранов, Казакевич, 1991: 15]. Дослідження сучасної концептуальної метафори в американських публіцистичних текстах є важливим для розуміння процесів, що відбуваються в суспільній свідомості. Аналіз концептуальної метафори СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ВІЙНА виявляє вектор загальних тенденцій у зміні картини світу особистості та соціуму. Військові концептуальні метафори складають 10, 25% від загальної кількості виявлених метафор.

3.2.5. СУСПІЛЬСТВО – ЛЮДИНА

У кінці XX – початку XXI століття фізіологічну метафору активно використовують у публіцистичних текстах.

Створена людиною метафорична картина суспільно-політичного світу значною мірою антропометрична. Людина метафорично створює (концептуалізує) політичну дійсність у вигляді свого тіла, складових органів, фізіологічних дій і потреб. У поданих нижче метафорах можна розрізнити гордість за свою країну, страх за її майбутнє, впевненість, сумніви і жорстку оцінку реальності. За ними можна вивчати національну картину політичної дійсності в США.

Антропоцентрична спрямованість американських публіцистичних текстів виявляється в низці метафоричних виразів. Наприклад: *the voice of new Japan (International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 11)*; *to show some wrinkles (International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 11)*.

Суспільство та суспільний лад асоціюють:

1. З людиною. Наприклад: *socialism with a human face (Newsweek, June 1, 1998, p. 23)*; *the new face of Asia (Newsweek, May 18, 1998, p. 60)*; *the curling lip (Men's Health, July / August 1997, p. 118)*; *to distract a country on its knees (Time, September 14, 1998, p. 56)*; *to drag its feet (Newsweek, May 31, 1999, p. 22)*; *spiritual air we breathe (International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 9)*; *the democratic instincts (Newsweek, April 20, 1998, p. 73)*.

It demonstrated that in Soviet-controlled Eastern Europe, "socialism with a human face" was a contradiction in terms (Newsweek, June 1, 1998, p. 23). Соціалістичну систему сприймають у термінах метафоричного переносу, пов'язаного з образом людини.

The democratic instincts of Israeli society have withstood the terrorist onslaught (Newsweek, April 20, 1998, p. 73). Суспільству, як і людині, притаманні інстинкти, які впливають на її поведінку.

Ми розрізняємо прототипові (основні, найтиповіші) та непрототипові функції органів. Зазначені функції класифіковано на основі обліку їхніх можливостей для передачі метафоричних змістів.

Прототипова функція обличчя та його складових – прояв істинної суті і водночас створення іміджу. Основна функція ніг – пересування.

У публіцистичних текстах подібні метафори є аргументом на користь єдності, неподільності відповідного об'єкта, країни.

2. З внутрішніми органами людини: *Russia's economic brains* (*Newsweek*, January 18, 1999, p. 26); *the nerve center* (*Newsweek*, May 17, 1999, p. 36); *a heart of* (*National Geographic*, December 1996, p. 110); *to see its own character* (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 24).

...and *Tokyo was its nerve center* (*Newsweek*, March 1, 1999, p. 41).

Японія, як і людина, має свій нервовий центр, яким виступає столиця цієї країни – Токіо.

Основна функція мозку – мислення та загальне керівництво організмом. Прототипова функція серця – забезпечення загальної життєдіяльності організму. Серце є центральним за розташуванням і значенням органом.

Приходимо до висновку, що суспільство уподібнюється людині, у якої є обличчя, руки, ноги, мозок, серце, нервовий центр тощо. Основна частина розглянутих метафор здатна нести емотивне навантаження. Антропометрична спрямованість американських публіцистичних текстів підтверджується наведеними прикладами, які складають 1,2% від загальної кількості метафоричних виразів.

3.2.6. СУСПІЛЬСТВО – ХВОРА ЛЮДИНА

Антропоцентричність американської моделі світу виражається в її орієнтації на людину, кожну окрему та конкретну. У свою чергу, людина орієнтує своє життя на модель світу [Цивьян, 1990: 12]. Образ людини в публіцистичних текстах пов'язаний з її здоров'ям, а відтак, із здоров'ям нації, яке, у свою чергу, є її багатством. Логічно припустити, що серйозна загроза в економічній чи політичній сфері сприймається як смертельна небезпека, для лікування якої слід шукати засоби, ліки [Cibbs, 1999: 142]. Помітне місце у мові американських публіцистичних текстів займає

метафорична модель зі сферою-джерелом ХВОРА ЛЮДИНА. Політичні та економічні структури держави (і країна в цілому) метафорично представлені як хворі люди, в них традиційно підкреслюють реально існуючі недоліки.

Концептуальні метафори СУСПІЛЬСТВО – ХВОРА ЛЮДИНА ми поділили на кілька підгруп:

1. Суспільні проблеми – хвороби.
2. Встановлення діагнозу хвороби.
3. Ліки, засоби та способи лікування.

Медична лексика, яка реалізує цю метафору, вживається в експресивно-оцінній функції. Підгрупа метафор СУСПІЛЬНІ ПРОБЛЕМИ – ХВОРОБИ поділяється на дві підгрупи: 1. Хвороби; 2. Стани.

До хвороб ми відносимо лексичні одиниці: *to metastasize* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 41); *the financial flue* (*Time*, September 7, 1998, p. 34); *eye-sore* (*U.S. News and World Report*, May 7, 2001, p. 53); *to be politically sclerotic* (*Newsweek*, April 13, 1998, p. 2); *political leper* (*Newsweek*, September 14, 1998, p. 48); *Asian Flue* (*Newsweek*, June 8, 1998, p. 54); *political virus* (*Newsweek*, September 21, 1998, p. 56); *badly sick countries* (*Time*, August 31, 1998, P.62); *to be infected with homicidal violence* (*Newsweek*, June 1, 1998, p. 61); *growing paralysis* (*Newsweek*, October 4, 1999, p. 4); *political and social ills* (*Newsweek*, October 4, 1999, p. 4); *to paralyze* (*Time*, September 14, 1998, p. 33); *a kidney stone on a body politic* (*Newsweek*, January 18, 1999, p. 9); *the deeper ill* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 47); *to catch a high-tech cold and get the flue* (*U.S. News and World Report*, July 30, 2001, p. 35); *suffer from awful infections* (*Time*, August 31, 1998, p. 62); *badly sick countries* (*Time*, August. 31, 1998, P.62).

До станів відносяться такі ЛО: *ideologically intoxicated* (*Newsweek*, December 29, 1997/ January 5, 1998, p. 132); *headaches* (*Newsweek*, June 1, 1998, p. 53); *agony* (*Newsweek*, October 4, 1999, p. 27); *stress* (*Time*,

September 14, 1998, p. 98); to show the signs of life (Newsweek, October 4, 1999, p. 29).

This is like passing a kidney stone on the body politic (Newsweek, January 18, 1999, p. 9). Зміни у суспільстві проходять болісно, подібно виходу каменю з нирок. Політика уподібнюється організму, який страждає від хвороб.

Two years after the collapse of the Thai baht triggered the “Asian Flue”, such monuments to broken dreams are common across the region (Newsweek, July 12, 1999, p. 39). Падіння курсу валют в азійських країнах назвали азійським грипом (*Asian Flue*), порівнявши цей фінансовий крах з інфекційним захворюванням, яке передається від одної людини до іншої (від хворого – здоровим).

Зі станами пов'язаний тимчасовий характер перебігу хвороби. Порівняймо:

Even Japan is showing signs of life (Newsweek, October 4, 1999, p. 29). Японію порівнюють із людиною, яка виявляє ознаки життя.

Yet even amid Indonesia's agony, there may be reasons for optimism (Newsweek, October 4, 1999, p. 27). Метафоричний вираз *Indonesia's agony* вдало передає ситуацію в економіці Індонезії, порівнюючи її з агонією людини, тобто передсмертним станом.

Метафори, утворені за поданими моделями, носять переважно емотивний характер, тобто вони створені для того, щоб перенести емоційне відношення до поняття-джерела на поняття, яке концептуалізоване метафоричним значенням слова.

Хворобу можна лікувати успішно тільки за умови, коли встановлено діагноз. Події в економіці, як у суспільному житті, теж піддаються діагнозу. Тому третю тематичну групу складають слова, які можна пов'язати з ДІАГНОСТИКОЮ: *diagnoses (Newsweek, October 5, 1998, p. 4); national pulse (Newsweek, July 12, 1999, p. 16).*

Правильний діагноз допомагає знайти потрібні ліки від хвороби. У житті суспільства чітко оформлена проблема, що, подібно до діагнозу, підказує правильне рішення, яке допоможе її ліквідувати.

For the middle East, Europe and the USA have dramatically different diagnoses of the problem and solution (Newsweek, October 5, 1998, p. 4).

Відразу за встановленим діагнозом починається лікування. До третьої групи виразів ми віднесли такі: *new cure (Newsweek, October 5, 1998, p. 47); longer-term remedies (Newsweek, October 5, 1998, p. 47); financial morphine (Time, September 7, 1998, p. 38); restore health (Newsweek, May, 31, 1999, p. 19); to accept treatment (Time, September 7, 1998, p. 34); healing process (Time, September 7, 1998, p. 40); to heal all wounds (Time, September 23, 1996, p. 63); recovery (Newsweek, August 3, 1998, p. 62); the healing of the body politic (Newsweek, June 21, 1999, p. 70); healthy recovery (Newsweek, October 4, 1999, p. 39); donor (Newsweek, July 5, 1999, p. 2); catharsis (International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 1).*

The world food program says its latest request for many donors like the United States, Europe and Japan has been all but ignored (Newsweek, July 5, 1999, p. 2). Donor вжите у переносному значенні, але метафора допомагає яскравіше виразити думку автора про фінансову допомогу.

It may not restore health to the banking sector, but it will drag away the carcasses (Newsweek, May, 31, 1999, p. 19). Після криз важко відновити економіку країни, так само як важко відновити здоров'я людини після затяжної, виснажливої хвороби.

Розглянута понятійна сфера детально структурована, що, у свою чергу, попередньо визначає продуктивність базисної метафори. Медична метафора закономірно сприяє формуванню прагматичного змісту, пов'язаного з турботою, бережним ставленням до суспільства як до пацієнта, який вже не може і не повинен повною мірою відповідати за свої вчинки. Подібний слововжиток дає змогу образно позначити причини

важкого становища суспільства або країни, уявити недоліки і загострити негативне ставлення до їхніх винуватців.

Особливістю медичних метафор є регулярний характер їх використання. Медична лексика зазнає метафоризації. Єдиний спосіб їх систематизації – угруповання в тематичні серії. Аналізуючи згруповані метафори, бачимо образ міцної і могутньої, але надзвичайно хворої людини, якій потрібне інтенсивне лікування із застосуванням сильнодіючих ліків. Уся медична лексика у переносному значенні відіграє важливу роль у формуванні групи концептуальних метафор СУСПІЛЬСТВО – ХВОРА ЛЮДИНА, оскільки допомагає краще зрозуміти події, що відбуваються в політичному житті країни. Метафори цієї групи нараховують 127 одиниць із 946 виявлених, що складає 13,42 % від усієї кількості виразів. Отже, виявлена група концептуальних метафор висвітлює нові грані в процесі пізнання навколишнього світу.

Існує ще одна група метафор, концептуалізованих у термінах тіла, організму, якому потрібні живлення, їжа.

3.2.7. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – КУЛІНАРІЯ

У суспільно-політичному житті новини асоціюють із голодом і спрагою, а апетит – із бажанням і зацікавленістю до певного виду діяльності. Порівняймо: *to be hungry* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 60); *to be thirsty for* (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 12); *to have no stomach for* (*Newsweek*, June 21, 1999, p. 68); *to have little appetite* (*International Herald Tribune*, January 5, 2000, p. 10).

At 71, Svetlanov seems to have little appetite for this sort of thing, preferring to devote his energies to such challenges of a musical nature as strike his fancy (*International Herald Tribune*, January 5, 2000, p. 10). Під метафоричним виразом *to have little appetite* розуміється зацікавленість певним видом діяльності.

We are very thirsty for the time of freedom (Newsweek, July 13, 1998, p. 12). Спрага, у метафоричних виразах, асоціюється із сильним бажанням.

До групи концептуальних метафор СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – КУЛІНАРІЯ ми відносимо такі підгрупи, у яких суспільно-політичне життя ототожнюється:

1. З посудом, у якому готують їжу.
2. З набором продуктів, якими користуються.
3. З процесом приготування їжі.
4. З результатом приготування їжі.

Перша підгрупа метафор охоплює такі вирази: *cauldron* (Newsweek, September 28, 1998, p. 46); *plate* (Newsweek, February 15, 1999, p. 36); *spoon* (Newsweek, May 24, 1999, p. 74); *melting pot* (Newsweek, September 28, 1998, p. 46); *world's plate* (Newsweek, October 5, 1998, p. 46); *pot boiling* (Newsweek, January 11, 1999, p. 12); *to stir the pot* (Newsweek, June 21, 1999, p. 65); *pizza oven* (Travel and Leisure, December 1997, p. 62).

But the truth is, this movie so wiped me out I have little taste for quibbling. When you emerge from Spielberg's cauldron, the world doesn't look quite the same (Newsweek September 28, 1998, p. 46). Фільм С. Спілберга “Перл-Харбор” порівнюється із казаном (*cauldron*), у якому варяться емоції та почуття глядачів. Поставлений із розмахом, він вражає своєю реальністю, подекуди жорстокістю війни, але не залишає жодного глядача байдужим.

Військовий конфлікт на Близькому Сході нагадує киплячий горщик, де вогонь підтримує экс-президент Іраку С. Хусейн.

...the Iraqi challenge to U.S. and British overflights in the exclusion zones may have been Saddam's way of keeping the regional pot boiling (Newsweek, January 11, 1999, p. 12).

Cauldron, pot, oven – необхідні атрибути для приготування їжі. У суспільному житті відбуваються такі ж самі процеси, як і на кухні, у печі чи казані, де від кухаря, його вмінь та певних умов залежить результат.

У зв'язку з тим, що харчування належить до базових потреб, трапляються метафори, що ґрунтуються на концепті ЇЖА і читачі сприймають інформацію преси з довірою. Цим пояснюється використання авторами американських газет та журналів значної кількості ЛО, пов'язаних з їжею та продуктами.

Друга підгрупа метафор, що позначають набір продуктів і напоїв, вміщує такі лексичні одиниці: *to be on the menu* (*Newsweek*, December 29, 1997 / January 5, 1998, p. 82); *to have a melon* (*The New York Times*, January 4, 2000, p. C28); *a tonic* (*Time*, September 7, 1998, p. 69); *an appetizer* (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 34); *lethal cocktail* (*the Economist*, July 25, 1998, p. 22).

Скандал, пов'язаний із неправдивими свідченнями экс-президента Б. Клінтона, виглядає як апельсиновий сік, у якому роль наркотика відіграє сукня М. Левінські.

The sheer possibility of semen on dress would be like truth serum in Clinton's orange juice (*Time*, August 31, 1998, p. 33).

Chang's vivid memories of the Korea war, peppered with brutality and salted with bitterness toward his countrymen and his American mentors, black his ability to envision a future (*Time*, September 7, 1998, p. 83). У наведеному реченні війна уподібнюється страві, в якій жорстокість надає гостроти, а сіль – гіркоти спогадам про війну в Кореї.

Третьою підгрупою концептуальних метафор СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – КУЛІНАРІЯ є слова та вирази, які пов'язані з процесом приготування їжі. Вони можуть нести як позитивне, так і негативне значення. Наприклад, група виразів із позитивним значенням: *to sweeten the pot* (*Environment: the New Frontier*, 1999, p. 19); *a recipe for smth.* (*U.S. News and World Report*, December 3, 2001, p. 20); *to cook the books* (*U.S. News and World Report*, July 23, 2001, p. 30); *to grill* (*Newsweek*, August 17, 1998, p. 26).

У поданому нижче реченні вживається метафора *to sweeten the pot* (підсолодити їжу, що вариться). Таким чином виражено позитивні зрушення в процесі покращення виробництва.

North Carolina and California offer tax credits to companies that produce goods with recycled materials and New Jersey even sweetens the pot with loans and grant incentives (Environment: The New Frontier, 1999, p. 19).

Окрім позитивних метафор, трапляються вирази, які несуть пейоративне значення. Наприклад: *to steal the lunch (Newsweek, April 20, 1998, P.31); to put the lid on (The New York Times, January 4, 2000, p. C2); to be in legal jam (Newsweek, June 21, 1999, p. 62); the lid comes off (Newsweek, March 15, 1999, p. 18); a classic pickle (U.S. News and World Report, June 25, 2001, p. 7).*

And now her foundation is in legal jam (Newsweek, June 21, 1999, p. 62). Під виразом *to be in legal jam* розуміється складна ситуація, в якій опинилась добродійна організація.

There's a lesson here for deals gone sour in China: patience (Newsweek, March 8, 1999, p. 42). Ситуація змінюється на гірше у Китаї, її порівнюють з молочними продуктами, що скисають.

Для приготування їжі використовують спеції, щоб надати смаку. Наприклад: *vinegar (Newsweek, March 22, 1999, p. 68); to spice up (Business Week, March 22, 1999, p. B16); to pepper with, to salt with (Time, September 7, 1998, p. 83); to salt savings (Newsweek, April 20, 1998, p. 31).*

Otherwise, it thinks, the Japanese will just use the tax cuts to salt their savings, rather than consuming more (Newsweek, April 20, 1998, p. 31). Зменшення податків приведе до спроби заощадити грошові вклади. Метафора *to salt savings* вжита на позначення грошей, збереження асоціюють із процесом соління.

Четверта група метафоричних виразів пов'язана з результатом приготування їжі. Наприклад: *this slice of the pie (Time, September 23, 1996, p. 26); commercial cake (Newsweek, December 29, 1997 / January 5, 1998, p.*

17); *ham sandwich* (*Newsweek*, December 29, 1997 / January 5, 1998, p. 61); *a toast of the game* (*Newsweek*, June 8, 1998, p. 64); *consumer pie* (*Newsweek*, April 6, 1998, p. 24); *to leave less of the pie* (*Newsweek*, September 13, 1999, p. 54); *political cheeseburgers* (*Newsweek*, March 1, 1999, p. 31); *a big meal to swallow* (*International Herald Tribune*, January 5, 2000, p. 11); *a budget pie* (*Newsweek*, April 20, 1998, p. 37).

A nice little going-away bonus if the NYSE ends up competing with electronic exchanges by evolving into an institution that uses computers and Internet more, and leaves less of the pie for its seatholders (*Newsweek*, September 13, 1999, p. 54). Під метафоричним виразом *to leave less of the pie* розуміються прибутки, які порівнюють з пирогом.

As Carville used to say, if you don't feed the press political "cheeseburgers" every day, they will feed on you (*Newsweek*, March 1, 1999, p. 31). *Political cheeseburgers* асоціюються з темами, політичними новинами, цікавими для журналістів і читачів.

Отже, наведені вище приклади свідчать про те, що політика та суспільне життя дуже нагадують процес приготування та прийому їжі. Концептуальні метафори групи КУЛІНАРІЯ досить часто зустрічаються у публіцистичних текстах, підтверджуючи думку, що такий тип метафор займає важливе місце у концептуальній картині світу. Метафори поданої вище групи складають 6,87 % від загальної кількості виявлених виразів, із 946 одиниць 65 позначають їжу або процес її приготування.

3.2.8. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – БУДІВНИЦТВО

Бінарна опозиція внутрішній / зовнішній, у соціальному кодї, перетворюється в опозицію свій/чужий, яка тісно пов'язана з орієнтацією людини в просторі [Цивьян, 1990: 76]. Мікрокосмос (світ людини) виступає простором у просторі макрокосмосу. Мікрокосмос, розташований всередині, в будинку, в приміщенні, створює впевненість у безпеці,

гарантує захист від зовнішнього світу [Цивьян, 1990: 76]. Водночас, кожна людина є контейнером, який обмежений поверхнею тіла та наділений здатністю орієнтації типу всередині – зовні [Лакофф, Джонсон, 1990: 412]. Ми накладаємо цю орієнтацію на навколишню дійсність, природне середовище. Навіть там, де немає природної фізичної межі, ми накладаємо свої штучні кордони, відділяючи територію з її власним внутрішнім простором і обмежувальною поверхнею [Лакофф, Джонсон, 1990: 412]. Небагато людських інстинктів мають більш базову природу, ніж почуття простору. Обмежені об'єкти, люди, політика чи територія мають кордони [Лакофф, Джонсон, 1990: 412].

Людина реалізує себе в створених нею речах – артефактах. Створюючи речі, споруджуючи будинки, людина намагається удосконалити світ, створити його таким, щоб він відповідав її власним потребам. Творча праця – це концептуалізація світу через дію [Чудинов, 2001: 152].

Ми умовно об'єднали концептуальні метафори публіцистичних текстів у групу СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – БУДІВНИЦТВО. Водночас, вона об'єднує декілька підгруп метафоричних переносів: 1) суспільне життя – будівництво; 2) суспільство – приміщення, будинок.

Будівництво будинку, житла зазвичай метафорично позначає створення певних політичних структур, розвиток суспільства і країни в цілому. Традиційно метафора будинку асоціюється з позитивним прагматичним змістом: дім – це захисток від життєвих незгод, сімейне вогнище, символ фундаментальних моральних цінностей. Відповідно будівництво – це динаміка, плани на майбутнє, намагання покращити життя. Знаходження спільної основи, спільної думки, взаєморозуміння у політичних справах та бізнесі – основна ідея переосмислених лексичних одиниць першої підгрупи, які позначають:

а) майстрів, будівельників. Наприклад: *the architect* (*Newsweek*, December 29, 1997 / January 5, 1998, p. 57); *financial architect* (*International*

Herald Tribune, January 4, 2000, p. 4); political architects (International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 7); the builders of the business world (Time, June 8, 1998, p. 4); the architects of Mr. Yeltsin's resignation (International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 8). Політиків, державних діячів називають архітекторами через те, що вони проектують утворення політичних союзів, домовленостей та угод. Як від архітекторів залежить будівництво, план якого вони складають, так і від дій і вчинків політиків залежить політична ситуація та курс країни. Порівняймо:

Mr. Kohl, one of the primary political architects of modern Europe, has admitted that he accepted as much as 2 million Deutsche marks in undisclosed political donations (International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 7).

б) будівництво: *to build bridges (Newsweek, July 5, 1999, p. 17); to build the house (The New York Times, January 4, 2000, p. C26); to build the building (Newsweek, July 5, 1999, p. 17); to build a new world economic architecture (Time, September 14, 1998, p. 38); the cornerstone (The New York Times, January 4, 2000, p. C26); financial architecture (Business Week, February 8, 1999, p. 27); economic house (Time, September 14, 1998, p. 38).* Ми вважаємо, що наведена вище лексика передає значення примирення, оскільки процес будівництва асоціюється із спільними зусиллями. Колективна робота сприяє виробленню спільної думки, а отже, компромісу та примиренню.

*Some critics fault him for settling for a country-by-country approach instead of trying to build a new world economic architecture (Time, September 14, 1998, p. 38). Глобалізація веде до утворення спільної світової економічної системи (*world economic architecture*). Таку систему планують створити держави “великої сімки”. Для того, щоб виразити ідею створення глобальної економіки, вживається метафоричний вираз *to build a new world economic architecture*. Суспільно-політичне життя – будівництво майбутнього будинку.*

At a minimum, Asians expected Japan to contribute by setting its own economic house in order (Time, September 14, 1998, p.38). Дім асоціюється з економікою країни, у якій можна навести лад, як і в приміщенні.

Із рішучістю, остаточними рішеннями пов'язаний метафоричний вираз *to burn bridges* (Time, June 8, 1998, p. 50).

Міцність будівлі, як і стосунків, залежить від матеріалів, зокрема, цементу. Наприклад: *cement the friendship* (Time, September 7, 1998, p. 60).

Міцність будь-якої споруди, будинку залежить і від фундаменту. Чим міцніший підмурівок, тим надійніша будівля. Вчинки, рішення є основою, опорою майбутнього будинку. У бізнесі, як і в політиці, є речі, які закладають підвалини справи. Наприклад:

This is a great Franchise; this is other cornerstone of this league, Ron Wolf, Green Bay's general manager, said (The New York Times, January 4, 2000, p. 26). Підвалинами бізнесу є не тільки угоди, прибутки, а й права, надані компанії місцевою владою, які розширюють можливості у сфері бізнесу, а відтак і в прибутках. Розглядаючи розмаїття представлених контекстів, можна помітити, що ідея будівництва забарвлена переважно позитивно, оскільки будівництво – це, звичайно, надія на краще майбутнє.

Другу підгрупу концептуальних метафор ми назвали ПОЛІТИКА – ДІМ, ЖИТЛО. Дім – найважливіший культурний концепт у людській свідомості. Метафоричне уявлення суспільних реалій і процесів як дому (включно з будівництвом, ремонтом і руйнуванням) – один із традиційних для суспільно-політичного життя образів. Н.Д. Арутюнова відзначає, що традиційно прийнято уявляти суспільство як якесь приміщення, будівлю. Метафора ДОМУ дозволяє виділити у суспільстві базис (фундамент), різні структури (інфраструктуру, надбудову), опори, блоки та ін. [Теория метафори, 1990: 153]. Концептуальна метафора ПОЛІТИКА – ДІМ, ЖИТЛО відноситься до низки моделей, на матеріалі яких можна демонструвати вплив політичних подій на образи політичної мови. Понятійній сфері ДІМ притаманні всі необхідні умови для метафоричної

експансії. По-перше, ця сфера добре відома кожній людині, вона детально вивчена. Метафори цієї групи володіють високим асоціативним потенціалом і знаходяться в колі природних інтересів людини. По-друге, вона має високий емоційний потенціал: батьківський дім, власний дім, члени сім'ї, сімейне вогнище, побут і навіть домашні тварини – всі ці поняття здатні розбудити теплі почуття у кожної людини. По-третє, дім – це основна, найприродніша і найкомфортніша сфера існування людини і її сім'ї. Людина за певних обставин покидає рідну домівку, але мріє повернутися додому. Люди ідуть на роботу або в гості, але повертаються додому. Цілком природно, що рідне місто і навіть рідна країна можуть сприйматися як простір навколо рідної домівки [Чудинов, 2001: 155]. Коли політики хочуть навіяти людям думку про необхідність якихось дій, вони намагаються або зіставити реалії зі сферою їхнього дому, або навіяти думку про небезпеку для їхнього дому.

Виявлені метафори на позначення ДОМУ позначають:

1. Відчинені двері, які асоціюються з теплим прийомом, кроками назустріч, і, навпаки, зачинені двері – з ворожістю.
2. Чистоту у будинку – лад у суспільстві.
3. Руйнування – безлад у суспільному житті.
4. Стіни – розмежування.
5. Вікна, вихід – новий погляд на речі, на світ.
6. Дах – спільні зусилля, об'єднання.

Образ дверей є давнім міфологічним символом, який формує протиставлення ризику та надійності [Білодід, Пилинський, Ленець, Колесник, Сологуб, 1979: 250]. Наприклад: *revolving door of democracy* (*Newsweek*, July 12, 1999, p. 64); *to open the door* (*Newsweek*, July 12, 1999, p. 39); *to show the door* (*New York Times*, Jan. 4, 2000, p. A2); *at Pakistan's door* (*International Herald Tribune*, January 4, 2000, p. 6); *the door was opened* (*The New York Times*, January 4, 2000, p. 6); *to open the gates* (*International Herald Tribune*, January 4, 2000, p. 9); *back door* (*Newsweek*, May 4, 1998, p.

8B); *to knock at the door* (*Newsweek*, August 23, 1999, p. 18). Входом до будинку є двері. Відчинені двері асоціюються з гостинністю, а зачинені – з ворожістю, прихованістю намірів.

Дім (a house) ототожнюють з об'єднанням, спільністю намірів. Наприклад: *to get their house in order* (*The New York Times*, January 4, 2000, p. 10); *to set their house in order* (*Time*, September 14, 1998, p. 38); *housecleaning* (*Newsweek*, October 4, 1999, p. 52); *to clean the house* (*Newsweek*, June 1, 1998, p. 53); *to clean the attic* (*U.S. News and World Report*, June 18, 2001, p. 18). Наведені вище вирази передають образ чистого приміщення.

At a minimum, Asians expected Japan to contribute by setting its own economic house in order (*Time*, September 14, 1998, p. 38). У наведеному реченні *economic house* означає економіку Японії, а підтримання ладу та порядку – правильну економічну політику.

IBM has long since cleaned house in Argentina (*Newsweek*, June 1, 1998, p. 53). Йдеться про ринок торгівлі комп'ютерами компанії «ІВМ» в Аргентині. Метафору використано з експресивною метою для підсилення образу ринку, який асоціюють із будинком.

Фасад будинку є його обличчям. Оскільки зміна фасаду не змінює внутрішньої обстановки будинку, то й зміна зовнішнього боку промисловості не змінює її роботи, а можливо, і її недоліків. Тому слід змінити підвалини, засади, на яких вона базується. Наприклад:

Bankers must resist temptation to simply give their industry a new facade (*Newsweek*, July 12, 1999, p. 41).

Стіна є символом розмежування у суспільно-політичному житті та бізнесі, вона уподібнюється до стіни будинку, яка розмежовує його площу на окремі кімнати. Наприклад: *the wall of mistrust* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 28); *to build a firewall* (*Newsweek*, March 23, 1998, p. 43); *the wall between advertising and editorial* (*Gentlemen's Quarterly*, March 1999, p. 180).

Окрім поділу, розмежування, стіни асоціюються із опорами, основами. Порівняйте:

Freeh also worked hard to break the walls of an agency that had long prided itself on its insularity (U.S. News and World Report, June 18, 2001, p. 17). Через байдужість до роботи Л. Фрі завдав шкоди розвідуправлінню. Директор ФБР не руйнував стіни, але необачними вчинками він підірвав авторитет корпорації.

Окрім дверей та стін, у будинку є вікна, під якими розуміється новий погляд, новий краєвид. Вікно є важливим міфологічним символом, який реалізує такі семантичні опозиції: зовнішній / внутрішній, видимий / невидимий і формує на їхній основі протиставлення відкритості / закритості, а відповідно безпеки / небезпеки [Топоров, 1995: 250]. Наприклад: *window of life (Newsweek, October 4, 1999, p. 82); a window on terror (U.S. News and World Report, July 2, 2001, p. 24); a window into the political riot (Newsweek, May, 4, 1998, p. 14); to provide a rare window (Time, April 6, 1998, p. 60).*

У наведеному реченні вираз *a rare window* означає одну з рідкісних можливостей кинути погляд на життя звичайних єгиптян, які жили 2000 років тому.

Mummies provide a rare window into the brief, backbreaking lives of ordinary Egyptians 2000 years ago (Time, April 6, 1995, p. 60). Археологічне дослідження поховань є тим поглядом у минуле, який дає змогу зрозуміти життя стародавніх єгиптян.

Дах об'єднує, тому метафоричний вираз *to place someone under the same roof* вказує на спільність інтересів тих, хто опинився під одним дахом, за однакових умов. Наприклад:

But even at the start, it was hard to see the great added value of placing Camels and Chips Ahoy under the same, highly mortgaged, corporate roof (Business Week, March 22, 1999, p. 42). Незважаючи на різні сфери бізнесу,

пов'язані з тютюном та їжею, дві торговельні компанії опинилися під одним дахом, який символізує спільне керівництво.

Створюючи образи ДОМУ в публіцистичних текстах, журналісти апелюють до повсякденного досвіду читачів, оскільки дані аргументи справляють враження переконливості відповідності зображеної картини очевидним правилам світобудови.

Отже, обмеження території, встановлення кордонів поширюються на таке поле діяльності, як суспільно-політичне життя, визначаючи його розміри. 6,65% від усієї кількості метафор складають вирази на позначення БУДІВНИЦТВА, ДОМУ.

3.2.9. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ДЕНЬ – НІЧ / СВІТЛО – ТЕМРЯВА

Окремою групою метафор виступають вирази, які ми згрупували під назвою ПОЛІТИКА – ДЕНЬ – НІЧ / СВІТЛО – ТЕМРЯВА. Часові опозиції концептуальної картини світу знайшли відображення в концепті СВІТЛО – ТЕМРЯВА. Найсильніше ця опозиція виражена в поняттях ДЕНЬ – НІЧ. З давніх-давен зміна дня і ночі залишила слід у свідомості людини. Ця згадка, цей відголос пам'яті втілюється у виразах, пов'язаних із днем, а саме: *to come to light (International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 4); rosy dawn (Newsweek, April 20, 1998, p. 11); light in the darkness (National Geographic, April 1997, p. 20)*. Зазначені вирази мають позитивне значення, оскільки світло асоціюється з добром.

Подібні спостереження знаходимо в роботі Дж. Лакоффа та М. Джонсона: *understanding is seeing; ideas are light sources; discourse is a light medium* [Лакофф, Джонсон, 1990: 412]. Спираючись на дані англійської мови, американські науковці відзначають, що існує зв'язок між розумінням, зоровим сприйняттям і світлом [Лакофф, Джонсон, 1990: 412].

Метафора “розуміння є зір” невіддільна від метафори “розуміння є світлом”, оскільки за допомогою зору ми сприймаємо світло.

Цікаві міфолого-символічні роздуми знаходимо у О.Ф. Лосева. Світло є неподільним, суцільним і безперервним [Лосев, 1982: 48]. Світло є умовою видимості, воно чітко окреслює контури, які зникають у темряві. Якщо ми перейдемо від фізичного світу до інтелектуального, то побачимо, що розум встановлює межі та форми ідей в інтелектуальних конфігураціях, тобто знаком розуму в його найхарактернішій формі [Лосев, 1982: 101].

Checkpoint Charlie was a light in the darkness (*National Geographic, April 1997, p. 20*). Пропускний пункт Чарлі у Західній Німеччині був світлом у темряві, під якою розуміється колишня НДР. У східній частині країни був встановлений комуністичний режим, який ототожнювався із темрявою. У поданому реченні вжито метафоричний вираз *a light in the darkness*, який уособлює місце на кордоні двох держав світлу.

У міфопоетичні часи світло пов'язували не тільки із зором, а й з теплом і вогнем. Як вогонь, що палає, зігриваючи тіло, так інтелектуальне світло є не тільки помічником, але й стимулом розуму й духу [Лосев, 1995: 102]. Із світлом, розумом, прогресом асоціюється навчання. Напр: *the light of learning* (*National Geographic, June 1992, p. 128*); *to bring European light to African and Asian darkness* (*Newsweek, June 28, 1999, p. 6*).

The light of learning at Cuttyhunk's one-room schoolhouse has gone out, at least for now (*National Geographic, June 1992, p. 128*). Школа – будинок, у якому підтримують вогник світла, вчення. У цьому реченні навчання усвідомлюється як світло і метафора *the light* допомагає передати зміст речення яскравіше.

На противагу світлу виступає темрява, яка усвідомлюється як негативне явище, зло. Наприклад: *to leave in the dark* (*Time, September 14, 1998, p. 56*); *to be the dark side of something* (*International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 2*); *to have a dark side* (*Time, June 8, 1998, p. 12*); *to be in*

the dark (Newsweek, July 5, 1999, p. 25); *to get through the dark night* (Newsweek, September 7, 1998, p. 8); *to keep in the dark* (Newsweek, September 7, 1998, p. 26); *the heart of darkness* (Time, January 25, 1999, p. 24); *an evening of the world* (U.S. News and World Report, August 16 / 23, 1999, p. 41); *to plunge into darkness* (Newsweek, February 9, 1998, p. 53).

Темрява асоціюється зі злом, воно протиставляється добру, світлу.

До темряви близька тінь, яка несе рівноцінне ночі смислове навантаження. Наприклад: *in the shadow of* (International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 11); *shadow of someone's fame* (Gentlemen's Quarterly, March 1999, p. 251).

Doner defines this group as “the trailing edge” of the baby boomers, who grew up in the shadow of their famous siblings of the 1960s (International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 11). *In the shadow* (у тіні) вирости люди, про яких важко сказати щось конкретне, оскільки тінь асоціюється з невизначеністю. Вжита у реченні метафора допомагає влучно передати зміст повідомлення.

Про тінь говорять тоді, коли йдеться про приховані мотиви. Наприклад:

He replaced the old man's supporters with his own clique and siphoned off important reports for himself, leaving his father in the dark (Time, September 14, 1998, p. 56). *To leave someone in the dark* означає залишити когось у невідомості, без інформації. Виокремлена метафора робить абстракцію легко сприйнятливою.

Darkness ототожнюється зі злочинами, вбивствами. Так війну в Сьєрра-Леоне американські журналісти назвали серцем темряви, *the heart of the darkness* (Time, January 25, 1999, p. 24).

Rwanda began its plunge into darkness on April 6, 1994, after death of the country's Hutu president in a mysterious crash (Newsweek, February 9, 1998, p. 53). Після кривавих розправ із африканцями племені Гуту, Руанда поринула у темряву. Це не значить, що сонце перестало світити над

Руандою. Мається на увазі, що безкарне вбивство африканців штовхає країну назад у темряву, до зла та беззаконня. Подана метафора, *the heart of the darkness*, допомагає створити образ темряви, який у свідомості журналіста, а отже, і читача асоціюється з безнадією.

За фізичними характеристиками близьким до темряви є вечір, який фактично є підготовкою до ночі. Метафоричний вираз на позначення вечора (*an evening of the world*) вживають із значенням закінчення якоїсь події. Наприклад:

Focillon, in his historical study "The year 1000", notes a marked decline in artistic and cultural activities in monasteries toward the end of the 10th century, a period he describes as "an evening of the world" (U.S. News and World Report, August 16 / 23, 1999, p. 41). Метафоричний вираз *an evening of the world* позначає абстрактну сутність, пов'язуючи закінчення культурної творчості у десятому столітті. Вжитий вираз власне створює образ вечора світу. Як вечір символізує кінець дня, так і метафора *an evening of the world* асоціюється з припиненням періоду художньої та культурної діяльності в монастирях.

Концептуальна метафора пов'язує мову з мисленням і культурою в її національній специфіці. Ми розглядаємо метафору як спосіб вираження поняття в плані широкого соціокультурного контексту. Образне відображення дійсності за допомогою концептуальної метафори набуває специфічних рис, притаманних певній національній суспільній свідомості [Арутюнова, 1999: 138].

Із 946 виявлених метафор 2, 1 % складають метафори СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ДЕНЬ/НІЧ, СВІТЛО/ТЕМРЯВА. Отже, виокремлений вище концепт є одним із міфологічних концептів у свідомості американського народу.

3.2.10. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ДОРОГА

У світогляді американського суспільства поняття простору домінує над поняттям часу [Cibbs, 1999: 152]. Однією з найбільших є група просторових метафор ПОЛІТИКА – ДОРОГА, оскільки її вирази складають 9, 72% від загальної кількості виявлених одиниць.

Поняття простору як категорія мислення тісно пов'язана з іншими категоріями мислення, такими, як час і матерія. Простір є одним із найважливіших елементів міфопоетичної архаїчної моделі світу. Частотними виразами в публіцистичних текстах є метафори руху та знаходження у просторі. Припускаючи, що життя є цілеспрямованим процесом, природно, що люди мають мету, якої б вони хотіли досягти. Концептуальні метафори дають змогу уявити процес, у якому мета є кінцевим пунктом, а цілеспрямована дія – рухом до місця призначення [Cibbs, 1999: 153].

Ми поділяємо думку Р.В. Кіббса та Б.Л. Уорфа [Cibbs, 1999: 153; Уорф, 1999: 59] та відносимо до концепту простору такі поняття: стани, зміни, причини, дії, цілі, засоби і труднощі. Напр.: *to mark the milestone* (*Time*, September 14, 1998, p. 55); *bumpy road* (*The New York Times*, January 4, 2000, p. C12); *bumps are ahead* (*Newsweek*, May 18, 1998, p. 32); *rough road* (*Newsweek*, May 18, 1998, p. 33); *to set the wheels in motion* (*Newsweek*, April 12, 1999, p. 10); *to steer wheels* (*Newsweek*, April 12, 1999, p. 51); *to put your foot on the gas* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 30); *the wheels of justice* (*Time*, August 31, 1998, p. 54). Стани є розташуванням, зміни уособлюють рух, цілі є пунктами призначення, засоби – стежками до кінцевих пунктів, труднощі – перешкодами у русі, рухомі об'єкти – зовнішніми подіями, а подорож – тривалою, цілеспрямованою діяльністю [Cibbs, 1999: 152; Кустова, 2000: 86; Кравченко, 1996: 27]. Життя виступає тривалою діяльністю, а відтак – подорожжю [Чудинов, 2001: 43; Колшанский, 1990: 88]. Шлях – лінійна та динамічна форма простору, яка знайшла відображення не тільки в давній міфології, а й у сучасних

публіцистичних текстах. Рух є одним із онтологічних концептів, на основі якого відбувається конструювання моделей світу в свідомості людини [Голованова, 2000: 57; Кравченко, 1996: 27].

У розглянутих нами американських публіцистичних текстах переважають метафори просторової протяжності. Серед 946 метафор, 92 вирази позначають ДОРОГУ та МАШИНУ. До цієї групи ми відносимо такі тематичні серії: 1. Суспільно-політичне життя – це дорога. 2. Політика – машина. 3. Людина / політик – машина.

Перша підгрупа охоплює вирази, які позначають ДОРОГУ. Вибираючи засіб для досягнення мети, ми вибираємо дорогу, яка приведе нас до неї. Мається на увазі, що суспільно-політичне життя асоціюється:

1. З дорогою. Наприклад: *to clear the way* (*Newsweek*, March 23, 1998, p. 11); *to hit the road* (*Business Week*, February 8, 1999, p. 55); *to steer down the road to democracy* (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 17); *on the path* (*Time*, January 8, 1998, p. 27); *the Arab street* (*U.S. News and World Report*, December 3, 2001, p. 31); *to make headway* (*Newsweek*, April 26, 1999, p. 20); *dead-end road* (*Time*, August 31, 1998, p. 14); *to be on a new road* (*U.S. News and World Report*, August 16/23, 1999, p. 41).

2. З маршрутом, верстовими стовпами: *to pockmark the road* (*Newsweek*, March 23, 1998, p. 11); *to mark the milestone* (*Time*, September 14, 1998, p. 55); *en route* (*The New York Times*, January 4, 2000, p. C12); *to stay on the right track* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 27); *cultural milestone* (*Time*, September 14, 1998, p. 4).

Вибухи та постріли є мітками на шляху до домовленості, водночас із припиненням вогню тривають мирні переговори.

Bombings and shootings, and centuries-old enmities, pockmark the road to settlement, but the ceasefire holds and the peace talks grind on (*Newsweek*, March 23, 1998, p. 11).

Вираз *to clear the way* означає звільнити шлях від перешкод. Якщо угода двох ворогуючих сторін буде дотримана, то домовленість про

припинення вогню та мирні переговори звільнять шлях, розчистять дорогу для конституційних змін.

If it holds, it would clear the way for modest constitutional changes that would give each side something... (Newsweek, March 23, 1998, p. 11).

Роздоріжжя асоціюють із сумнівами, роздумами та вибором. Порівняймо: *to be at a crossroads (Business Week, March 22, 1999, p. 57).*

The WTO is at a crossroads. It can evolve into an effective arbiter of fair trade, or fail – as did its predecessor, the General Agreement on Tariffs and Trades (Business Week, March 22, 1999, p. 57). Світова Організація Торгівлі постала перед вибором, стати на бік чесної торгівлі або зазнати краху, як трапилося з її попередниками.

Рух на дорогах регулюється світлофорами, в яких червоний колір символізує небезпеку, жовтий – попередження, а зелений – дозвіл руху. Напр.: *a flashing yellow warning signal (Newsweek, November 23, 1998, p. 30); to lengthen yellow-light signals (U.S. News and World Report, September 3, 2001, p. 35).*

Venezuela's election is a flashing yellow warning signal for Latin America (Newsweek, November 23, 1998, p. 30). Блимаючий жовтий сигнал світлофора – знак попередження про позитивну зміну, як на те вказує контекст.

Метафоричний вираз *green light* означає дозвіл.

Not all lights are green, of course. But Nokia is now so big (Newsweek, May 24, 1999, p. 60).

Дорога може виявитися рівною без ям або вибоїстою, а тому, щоб передати труднощі у політиці, журналісти використовують метафоричні вирази: *rough road (Newsweek, May 18, 1998, p. 33); to be a bumpy road (The New York Times, January 4, 2000, p. C1); a huge speed bump on the road (U.S. News and World Report, March 11, 2002, p. 43).*

У політиці, як і в дорозі, виявляється, існують тупики. Порівн.:

The music industry is making millions of dollars helping these kids down a dead-end road to jail death (Time, August 31, 1998, p. 14).

Неуважність, необережність на дорогах стає причиною аварії. Будь-яка подія в політичному чи економічному житті країни може зазнати аварії, провалу. Метафори *to go off the rails (Newsweek, January 18, 1999, p. 28)*, *to derail (Newsweek, October 5, 1998, p. 19)*; *to run into a brick wall (Business Central Europe, March 1999, p. 29)*; *a speed bump (Business Week, February 8, 1999, p. 53)* вживаються із значенням невдача, провал.

Desperately trying to derail Schroder, Kohl campaigned hard for the CDU ticket (Newsweek, October 5, 1998, p. 19).

Twice the talks went off the rails (Newsweek, January 18, 1999, p. 28).

Другою тематичною підгрупою метафор є ПОЛІТИКА – МАШИНА. Суспільне життя, політику та економіку асоціативно пов'язують із машинами, транспортними засобами, механізмами, які в залежності від ситуації працюють або стоять. До цієї тематичної підгрупи ми відносимо такі вирази: *to set the wheels in motion (Newsweek, April 12, 1999, p. 10)*; *to steer wheels (Newsweek, April 12, 1999, p. 51)*.

У відповідності з даним варіантом моделі держава і владні структури, та чи інша політична партія (рух, об'єднання, група однодумців) образно подається журналістами і політиками як потужний механізм, який долає опір окремої людини, партії і навіть цілого регіону. Порівняймо: *a smoothly running machine (Business Week, March 22, 1999, p. 38)*; *a campaign-finance machine (Business Week, March 22, 1999, p. 44)*; *a well-oiled innovation machine (Business Week, March 22, 1999, p. 60 EU 2)*; *high-risk vehicles (Time, September 14, 1998, p. 30)*; *a war machine (Time, June 8, 1998, p. 21)*.

Суспільно-політичне життя США асоціюється з рухом автомобіля, який є необхідним засобом пересування кожного американця, чим зумовлене частотне вживання лексичних одиниць. Наприклад: *to gain*

speed (International Herald Tribune, January 5, 2000, p. 13); to keep seat belts buckled (International Herald Tribune, January 5, 2000, p. 17).

Успішну справу, продуманий проект порівнюють із добре відрегульованою машиною, яка в результаті втілення проекту принесе успіх шкільним програмам.

If it works the way we hope, the project will become a finely tuned machine that continuous to run in schools throughout the country without the help of PCV (Peace Corps Times 1998, p. 17). У подібних випадках спробу вплинути на свідомість громадян метафорично зображають як управління механізмом, як своєрідний технологічний процес.

Непродуманий вчинок, ризиковану справу передає такий метафоричний вираз: *the high-risk vehicles (Time, September 14, 1998, p. 30).*

Інвестиції та технології – досить ризикована справа у бізнесі, тому вони нагадують неконтрольовану ситуацію, в якій машина мчить зі швидкістю 120 км/год до скелі.

In technology investing, Mr. Rosenbaum said: “the consensus is all in a car going 120 miles an hour toward the cliff. We know what will happen when we drive off the edge, but we don’t know where the edge is (International Herald Tribune, January 5, 2000, p. 17).

Американські журналісти використовують метафори, пов’язані з іншими транспортними засобами: а) потягом: *locomotive (Business Week, March 22, 1999, p. 64)*; б) літаком: *to fly on one engine (International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 3)*; *the turbines of Modernism (Time, June 8, 1998, p. 50)*; в) двигуном загалом: *to become an engine (Newsweek, October 12, 1998, p. 23)*; *high-tech growth engine (Business Week, February 8, 1999, p. 44).*

Right now, the U.S. is the safe economic locomotive for growth (Business Week, March 22, 1999, p. 64). Подібні контексти формують у свідомості читачів прагматично-емотивні конотації, пов’язані зі сприйняттям суб’єктів політичної діяльності як потужної і водночас бездушної сили, яка зневажає інтереси окремої особистості.

Група концептуальних метафор ЛЮДИНА – МАШИНА, пов'язаних з фізичним аспектом життя людини, демонструє, що людина може знаходитися в робочому або спокійному стані, володіти певним рівнем оперативності, продуктивністю, внутрішньою будовою, джерелом енергії та експлуатаційними умовами. Коли машина виходить з ладу, вона просто припиняє роботу [Лакофф, Джонсон, 1990: 411]. У відповідності з цим варіантом моделі механістична метафора формує образ того чи іншого посадовця як частини механізму, яка виконує певну функцію. Метафора встановлює зв'язок на ґрунті зіставлення функцій деяких органів людського тіла з частинами машини: серце традиційно розуміється як мотор, мозок і голова можуть бути номіновані як комп'ютер, тіло – корпус, виховання та совість розглядають як гальма, легені як система вентиляції [Чудинов, 1991: 166]. Ми поділяємо думку Е. Маккормака про те, що людина подібна до складної механічної машини [1990: 369]. Напр.: *a home-run hitting machine* (*Newsweek*, September 14, 1998, p. 54).

More than the jumbo Ruth or graceful Moris, McGwire is a home-run hitting machine (*Newsweek*, September 14, 1998, p. 54). Одного з найкращих бейсболістів США М. МакГваєра порівнюють з *a home-run hitting machine* (ударною машиною) за його вражаючу здатність далеко відбивати м'яч.

Отже, вивчення даної групи концептуальних метафор підштовхує до висновку, що аналогія між соціальною і механічною будовою можуть привести до двоякого розуміння ролі людської особистості в суспільстві. Людину можуть сприймати як активного творця, який здатен створити, відрегулювати і при потребі виправити функціонуючий соціальний механізм, але він може стати і гвинтиком (або ще якоюсь деталлю) в цій добре відлагодженій машині. Для такого гвинтика конче необхідна постійна працездатність, а надлишкова самостійність може виявитися шкідливою.

Виявлені концептуальні метафори показують, що сформоване під жорстким ідеологічним пресом тоталітарне мислення закономірно

відбивається на образному уявленні людини про навколишній світ. Механістичні метафори часто мають місце в американських публіцистичних текстах. Цей феномен пояснюється тим, що використання метафор механізму дає змогу висвітлити туманність предмета обговорення [Баранов, Казакевич, 1991: 10]. Суспільно-політичне життя як абстрактне явище осмислюється через конкретні поняття, такі як дорога та машина. Серед 946 метафор 92 метафори є дорожні.

3.2.11. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – СПОРТ

На мову публіцистичних текстів помітно впливає спортивна лексика, оскільки суспільно-політичне життя типово уявляється як спортивна подія [Cibbs, 1999: 140]. Спорт у США тісно пов'язаний із суспільним життям і займає важливе місце в американській культурі. Широка популярність, масове поширення спортивних понять створили сприятливу основу для метафоричного використання спортивної термінології у публіцистичних текстах. Це явище зумовлено інтенсивним спортивним вихованням, яке американець отримує з раннього віку [Радченко, 1978: 164]. Ми об'єднали концептуальні метафори спортивної тематики у групу СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – СПОРТ.

Спорт приваблює публіцистику передусім динамізмом понять, атмосферою гострої, напруженої боротьби, яскравою святковістю [Солганик, 1981: 81]. Спортивні ігри відіграють важливу роль у житті американського суспільства. Напр.: *fair game* (*Time*, September 14, 1998, p. 42); *dangerous game* (*Time*, September 14, 1998, p. 41); *political game* (*International Herald Tribune*, January 4, 2000, p. 4); *a major player* (*The New York Times*, January 4, 2000, p. 11); *to stay in the game* (*Time*, September 14, 1998, p. 35).

Ігрова діяльність підпадає під певні правила, які охоплюють обмеження часу на гру, простір, поділ на своїх і чужих, визначення

заборонених прийомів і способів дії. Грати за чийось правилами означає дотримуватися політичних чи економічних угод. У політичній діяльності також є свої правила, але у суспільно-політичному житті вони називаються: конституція, закони, угоди. Метафоричне використання спортивної термінології в публіцистичних текстах пов'язано з необхідністю точно визначити правила політичної гри. Порівняймо:

Thailand is playing by the West's rules (Newsweek, July 5, 1999, p. 24).

Серед американців поширюється уявлення про те, що праця, життя та політика все більше набувають характеру гри. Мета полягає в тому, щоб навчитися правил і виграти [Воїнов, 1994: 102].

Спортивні метафори пов'язані з такими ознаками, як часова локалізованість і переслідування певної мети [Гажева, 2000: 79]. Напр.: *to carry the ball (Newsweek, June 21, 1999, p. 54)*; *to stay in the game (Time, September 14, 1998, p. 35)*; *to drop the ball (Time, August 31, 1998, p. 12)*; *to throw in the towel (Newsweek, June 21, 1999, p. 36)*; *to blow the whistle (Time, August 31, 1998, p. 18)*.

Russia may have thrown in the towel on seeking to shape the immediate outcome significantly (Newsweek, June 21, 1999, p. 36). Метафоричний вираз *to throw in the towel* асоціюється з невдалим закінченням поєдинку, оскільки кинути рушник на поле означає визнати поразку.

Семантичне поле спортивних слів нараховує кілька груп, серед яких вагомим місцем займають ті, що порівнюють суспільно-політичне життя з: 1) шаховим турніром; 2) картярською грою; 3) футболом і бейсболом; 4) боксом; 5) іншими видами спорту та спортивними іграми.

1. Наприклад, до семантичного ряду виразів, пов'язаних із шахами, належать такі: *three chess moves ahead (Business Week, March 15, 1999, p. 58)*; *the strategic game board (Newsweek, July 6, 1998, p. 25)*; *to think three moves ahead (Newsweek, April 26, 1999, p. 84)*; *back to square one (Business Central Europe, March 1999, p. 52)*; *a game board (U.S. News and World Report, December 3, 2001, p. 49)*; *gambit (Newsweek, June 21, 1999, p. 77)*.

Термін *gambit*, окрім шахової гри, використовують у політиці та бізнесі зі значенням перший крок.

His 97 plan to slash property taxes while hiking other rates was his biggest gambit – and it failed (Newsweek, June 21, 1999, p. 77).

2. Наступний семантичний ряд об'єднує метафори картярської гри. Напр.: *playing for high stakes (Newsweek, September 14, 1998, p. 37); to hold all the important cards (Newsweek, October 5, 1998, p. 34); at stake (Newsweek, March 15, 1999, p. 20); a wild card (Business Week, March 22, 1999, p. 40); to overplay the Indonesian card (Newsweek, September 14, 1998, p. 41); to play the ethnic card (Newsweek, January 19, 1998, p. 38); to show one's cards (Newsweek, July 19, 1999, p. 20); at stake (Newsweek, March 15, 1999, p. 20).*

Під виразом *a trump card* (козирна карта) розуміється вагомий аргумент.

My trump card was that I knew Mike's wife, Maureen, didn't want to leave Massachusetts, says Egan (Business Week, March 15, 1999, p. 59).

Серед картярських ігор покеру належить провідне місце, оскільки значна кількість метафоричних виразів пов'язана з цією грою. Порівняйте: *playing poker (Business Central Europe, March 1999, p. 17); strip poker (Newsweek, October 19, 1998, p. 61); ante (Business Week, March 22, 1999, p. 60); to keep a poker face (Newsweek, October 19, 1998, p. 61).* Наприклад:

Вираз *to keep a poker face* вжито у переносному значенні, а саме, хитрувати, уникати щирості. Наведена метафора пов'язана з покером, картярською грою на гроші.

Ellen keeps a poker face while shooting a TV promo with models Heidi Klum, Iner and Tyra Beeks (Newsweek, October 19, 1998, p. 61).

3. Метафори у публіцистичних текстах орієнтовані на спортивні ігри. Група спортивних метафор, пов'язаних з бейсболом та футболом, ігровими видами спорту, нараховує чималу кількість виразів, які поділяються на підгрупи:

а) спосіб ведення гри: *play hardball* (*Newsweek*, December 29, 1997 / January 5, 1998, p. 42); *to level the playing field* (*Newsweek*, June 1, 1998, p. 53); *to throw a ball* (*Newsweek*, December 29, 1997 / January 5, 1998, p. 89); *to drop the ball* (*Time*, August 31, 1998, p. 12); *to play fair* (*Newsweek*, December 29, 1997 / January 5, 1998, p. 61); *to play among the stars* (*Newsweek*, December 29, 1997 / January 5, 1998, p. 71);

б) результат гри. Наприклад: *to be like following Joe Di Maggio in center field* (*Newsweek*, May 24, 1999, p. 57); *to lose the last ball* (*Newsweek*, December 29, 1997 / January 5, 1998, p. 83); *the ball is in their court now* (*Newsweek*, September 21, 1998, p. 54).

Метафоричний вираз *to drop the ball* вказує на поразку, якої зазнали в процесі проведення тесту на вживання стимуляторів у щорічних змаганнях Тур де Франс.

I feel you dropped the ball in your coverage of the drug controversy at this year's Tour de France (*Time*, August 31, 1998, p. 12).

Last week he complained to his aide, Howard Schloss, that replacing Rubin, is a little like following Joe Di Maggio in center field (*Newsweek*, May 24, 1999, p. 57). Джо Ді Маджіо – один з найкращих бейсболістів США. Статус професійних спортсменів настільки високий в американському суспільстві, що їх імена звучать навіть при характеристиці політиків. У наведеному вище реченні підкреслюється, що заміщення міністра закордонних справ Д. Рубіна схоже на спробу наздогнати Ді Маджіо у центрі поля. Політична заміна – марна справа, щоб виправити ситуацію.

При всій різноманітності розглянутих прикладів їх об'єднує емотивне забарвлення, яке переплітається з оцінкою політичної діяльності.

4. У публіцистичних текстах спостерігається використання боксерських спортивних метафор. Удари, дозволені та заборонені, стають образами чесних і нечесних засобів досягнення цілей. У цьому виді спорту антагонізм сторін виступає достатньо очевидно [Радченко, 1978: 156]. Спортивна лексика із теми БОКС виступає одним із джерел поповнення

публіцистичних текстів okazіональними метафорами. Метафори зі сфери боксу використовують також із метою передати жорстокість політичних баталій [Cibbs, 1999: 141]. До цієї групи okazіональних метафор ми віднесли такі: *the ring leader* (*Newsweek*, July 6, 1998, p. 39); *to enter the ring* (*Business Week*, February 8, 1999, p. 36); *to send both men to their corners more ornery than ever* (*Time*, August 31, 1998, p. 35).

...*the confrontation between Starr and the President seemed to raise the States and sent both men to their corners more ornery than ever* (*Time*, August 31, 1998, p. 35). Метафору *to send both men back to their corners* вжито з метою показати посилення протистояння між політиками.

Back in Japan, a third contender will enter the ring this fall: Nissan Motor Co. (*Business Week*, February 8, 1999, p. 54). *Ring* асоціюється з японським автомобільним ринком, на якому встановлені жорсткі умови конкуренції. Наведений вираз у термінах спортивних змагань показує непередбачуваність політики.

5. Слід відзначити, що існує значна кількість спортивних метафор, які ми об'єднали під назвою інші ВИДИ СПОРТУ та СПОРТИВНІ ІГРИ. Наприклад: *to put something in terms of an Olympic gymnast scale* (*U.S. News and World Report*, July 23, 2001, p. 60); *athletes of mind* (*U.S. News and World Report*, July 23, 2001, p. 26); *the marathon* (*U.S. News and World Report*, July 2, 2001, p. 59); *to lower the bar* (*Newsweek*, September 7, 1998, p. 26); *national champions* (*Time*, April 6, 1998, p. 58); *test-tube tug-of-war* (*Time*, April 6, 1998, p. 65); *mental calisthenics* (*U.S. News and World Report*, March 5, 2001, p. 53); *blood sport politics* (*Newsweek*, June 8, 1998, p. 47); *a high bar for someone* (*Time*, August 31, 1998, p. 30).

For the last part of Clinton's politics triathlon was always supposed to be the easiest (*Time*, August 31, 1998, p. 35). Політична діяльність експрезидента США Б. Клінтона асоціюється з триатлоном, тобто кількома видами спорту.

Спортивні метафори є прикладами того, як люди звично сприймають політику та відображають їхні підсвідомі схеми мислення [Cibbs, 1999: 142]. Наведені приклади ілюструють використання спортивних метафор як потужного засобу впливу на читачів. Як елементи впливу вони підводять читачів до переконання, що переговори і компроміси заборонені правилами.

Підводячи підсумок, ми відзначаємо, що спортивні метафори – поширене явище у публіцистичних текстах. Серед 946 виявлено 91 спортивну метафору, що складає 9,6 % від загальної кількості. Аналіз особливостей спортивних метафор у публіцистичних текстах дає змогу припустити, що у свідомості американської спільноти спорт виступає як образ діяльності, пов'язаної з досягненням успіху шляхом переборення опору протилежної сторони.

Наведені приклади свідчать, що політична діяльність нагадує спорт, в якому успіх значною мірою передбачуваний, а перемога приходить до сильнішого. Водночас спортивна метафора ніби знижує значення спортивної поразки, оскільки життя спортсменів – це численні спортивні змагання, в яких чергуються перемоги і поразки, а програний матч не означає краху всіх надій.

Значне місце у сучасних публіцистичних текстах США займають метафори, пов'язані з поняттями зі сфер театру та музики.

3.2.12. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ТЕАТР

Політичну боротьбу можна описати за допомогою театральної метафори. У цьому випадку увагу акцентують на ритуальності боротьби, наявності попередньо написаного сценарію, роботі режисерів, надуманості зіграних емоцій, передбачуваності перемог і поразок. У відповідності з розглянутою моделлю в кінці XX – початку XXI століття на політичній

сцені і під керівництвом досвідчених режисерів розігрувалися комедії, трагедії та фарси, в яких грали свої ролі актори.

Суспільно-політичне життя в США метафорично уявляється як яскраве шоу, представлення різних видів і жанрів. Театральна метафора підкреслює не жорстке протиборство, а лицемірство політиків, обман передвиборних обіцянок, наявність таємних режисерів і сценаристів у політичному житті країни.

4,75% метафор складають вирази театральної лексики, які ми поділили на такі підгрупи:

а) суспільно-політичне життя – сцена, на якій відбуваються події. Напр.: *leading roles on the national stage* (*U.S. News and World Report*, December 3, 2001, p. 49); *world stage* (*Newsweek*, December 29, 1997 / January 5, 1998, p. 24); *world actors* (*U.S. News and World Report*, September 24, 2001, p. 10); *the stage* (*Newsweek*, July 6, 1998, p. 18); *to set the stage* (*U.S. News and World Report*, June 25, 2001, p. 42); *to open the stage door* (*Time*, June 8, 1998, p. 43); *into the spotlight* (*Newsweek*, July 12, 1999, p. 47); *puppet* (*Newsweek*, June 21, 1999, p. 33).

Leading roles on the national stage haven't been played by the thinking elite but by the semidisdained nonchatterers who act physically in the real world (*U.S. News and World Report*, December 3, 2001, p. 49). Під метафоричним виразом *to play leading roles on the national stage* розуміються не актори, не урядовці, не політики, а терористи, які звикли діяти фізичними методами, впливаючи таким чином на політику та свідомість людей.

б) суспільно-політичне життя – вистава, дійство, театр. Порівн.: *in the theater* (*U.S. News and World Report*, December 3, 2001, p. 18); *to run a one-man show* (*Time*, September 14, 1998, p. 37); *sideshow* (*Time*, September 14, 1998, p. 44); *to deliver the parts in the play* (*International Herald Tribune*, January 4, 2000, p. 9); *to walk the tightrope* (*U.S. News and World Report*, October 29, 2001, p. 23); *to run the show* (*International Herald Tribune*, January 4, 2000, p. 11); *star of the show* (*Newsweek*, April 20, 1998, p. 43);

great theater (*Time*, September 7, 1998, p. 68); *to feature good theater* (*U.S. News and World Report*, February 18, 2002, p. 35); *political theater* (*U.S. News and World Report*, September 2, 2003, p. 24); *sideshow* (*Time*, September 14, 1998, p. 44); *spectacle* (*Time*, August 31, 1998, p. 36); *front-row seat at the show* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 50).

Renault of France is in the driver's seat at Nissan Motor Co., after acquiring a 37 % stake in the ailing carmaker, while Ford Motor Co. runs the show at Mazda Motor Corporation (*International Herald Tribune*, January 4, 2000, p. 11). Метафору *to run the show* вжито з метою позначити провідну роль компанії Форд у порівнянні з іншими автомобільними гігантами.

Суспільно-політичне життя та навіть увесь світ асоціюється зі сценою, на якій відбуваються події. Напр.:

Last February, when Dolly click-clacked onto the world stage, the science journal Nature predicted that a human would be cloned in 10 years (*Newsweek*, December 29, 1997 / January 5, 1998, p. 24). Вираз *the world stage* вжито у значенні появи у центрі уваги світової громадськості.

Суспільство уподібнюється театру. Життя соціуму, події, які відбуваються в ньому, подібні до вистави, де політики виконують ролі, а кожен скандал, подія висвітлюється публіцистикою, як прожектором на театральній сцені. Порівн.: *to get off the stage* (*Newsweek*, December 29, 1997 / January 5, 1998, p. 112).

У наведеному нижче реченні не йдеться про театр, хоча вирази запозичено з театральної лексики. Метафора *the curtain falls* означає час, тривалість подій, а під виразом *to get off the stage* розуміється необхідність припинення діяльності.

When the curtain falls, it is time to get off the stage (*Newsweek*, December 29, 1997/ January 5, 1998, p. 112).

Подібно до театральних виступів одного виконавця у політиці, крім злагодженої роботи групи політиків чи партії, існує поняття політичної діяльності однієї особи, державного діяча або бізнесмена. Напр.:

Malaysia's cantankerous, 72-year-old Premier Mancedin Mohamed, strongman for 17 years, ran a one-man show with total control over the country's economic machinery (Time, September 14, 1998, p. 37).

Метафоричний вираз *to run a one-man show* означає одноосібне правління, керівництво економікою Малайзії. Театральні метафори, використані для аналізу політичної ситуації всередині країни або на міждержавному рівні, досить влучно відображають реальні події.

Окрім театральної сцени, існує завіса, яку піднімають або опускають залежно від часу виступу. Вона символізує початок або кінець політичних подій. Напр.: *behind the curtain (Newsweek, March 1, 1999, p. 5); to bring down the curtain (U.S. News and World Report, December 21 / January 7, 2002, p. 48); the curtain falls (Newsweek, December 29, 1997 / January 5, 1998, p. 112).*

The curtains haven't open yet, and it's like the audience is beginning to get rowdy, well, the play isn't written yet (Newsweek, May 24, 1999, p. 55).

Метафора *the curtains haven't opened yet* передає приховану інформацію через образ опущеної театральної завіси, непевність політика передається через незакінчений перший акт, а балотування на пост президента США асоціюється з виставою.

На сцені театру вистава відбувається у світлі прожекторів, які символізують увагу ЗМІ, громадськості. Напр.: *into the spotlight (Newsweek, July 12, 1999, P.47); to spotlight (Time, September 11, 1998, p. 37).*

At the time when the spotlight is shining on high level Israeli-Syrian peace talks in West Virginia, a breakthrough on the Israeli-Palestinian track, seemed particularly significant (International Herald Tribune, January 5, 2000, p. 4).

Театральні прожектори символізують зосередження уваги (*the spotlight is shining*), вони виділяють актора, певну сцену або місце на сцені.

Політична діяльність, як театральне шоу, складається з окремих частин, епізодів.

The first act hasn't been finished. When we get ready, we will announce the opening of the show (Newsweek, May 24, 1999, p. 55).

Театральне дійство може мати успіх або зазнати провалу. Подібно до театру політичні дії теж мають кінець, позитивний чи негативний, залежно від ситуації. Напр.: *to stride across the stage to a grim finale* (Time, June 8, 1998, p. 24); *the spectacle worked* (Newsweek, October 5, 1998, p. 25).

India set off its nuclear explosions in secret; Pakistan approached the task like a character in a Shakespearean tragedy, striding purposefully across the stage to a grim finale (Time, June 8, 1998, p. 24). Протистояння Пакистану та Індії набуває зловісного характеру, оскільки уряд Пакистану зробив кроки до створення ядерного запасу. Метафора *to stride purposefully across the stage to a grim finale* підкреслює негативні наслідки для політиків.

Театральні метафори допомагають журналістам знайти відповідне позначення для суспільно-політичних реалій.

Життя американських політиків дає підстави описувати його як своєрідний театр, шоу. 4, 7% від загальної кількості метафор свідчить про те, що вони впливають на національну самосвідомість, на соціальну оцінку політичних процесів. А соціальна оцінка політичних процесів – вагомий чинник, який визначає специфіку метафоричної номінації. Типовий прагматичний зміст подібних метафор – надлишкова яскравість, відірваність від життя. Прагматичний потенціал театральної метафори визначається яскравим концептуальним вектором нещирості, штучності, імітації реальності. Політичні діячі не живуть справжнім життям, а всупереч своїй волі виконують чужі вказівки. Демократизація американського суспільства сприяє театральності суспільно-політичного життя. Театр як сфера-джерело створює чудові умови для реалізації емотивної функції метафори. Слід відзначити структурованість театрального світу як вихідної сфери для метафори, ґрунтовне уявлення більшості американського суспільства про таку структурованість і, звісно, їхню цікавість до театрального мистецтва [Чудинов, 2001: 115]. Подібні

метафори в більшості випадків несуть негативні емоції. У свідомості мас політик повинен бути героєм, а не грати героя.

Окрім театральних метафор в американських публіцистичних текстах трапляються метафори, пов'язані з танцями та музикою. Суспільно-політичне життя характеризується як різновид шоу, як музичний виступ, танок. Наприклад:

1. Танці: *to dance* (*Time*, January 25, 1999, p. 36); *to dance to its own tune* (*Newsweek*, April 20, 1998, p. 31); *to take two to tango* (*Newsweek*, October 4, 1999, p. 33); *to choreograph* (*U.S. News and World Report*, February 25 / March 4, 2002, p. 32); *Palestinian polka* (*U.S. News and World Report*, May 5, 2003, p. 10); *to waltz* (*Time*, January 25, 1999, p. 36); *to take the samba out of a political step* (*Newsweek*, September 21, 1998, p. 52).

He waltzed to reelection two years ago when he became the first figure out... (*Time*, January 25, 1999, p. 36). У наведеному реченні мова йде не про вальс, а про плавний підхід до виборів і підготовлену виборчу кампанію. Виборча кампанія, як і політика, осмислюється в термінах танцю.

Palestinian polka. The Bush administration will present its "road map" for peace once the Palestinian parliament OK's the cabinet (*U.S. News and World Report*, May 5, 2003, p. 10). У поданому вище реченні словосполучення *Palestinian polka* виконує експресивно-когнітивну функцію, оскільки допомагає читачеві зрозуміти політику керівництва Палестинської автономії на шляху до розв'язання конфлікту.

2. Музика: *to play his favorite tune* (*Newsweek*, April 20, 1998, p. 10); *new overture from Washington* (*Newsweek*, January 18, 1999, p. 36); *to leave something on a very good note* (*U.S. News and World Report*, August 13, 2001, p. 19); *the conductor of this sweet symphony* (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 69); *to play second fiddle* (*Business Week*, February 8, 1999, p. 54); *desk jockeys* (*U.S. News and World Report*, May 28, 2001, p. 8).

In a midnight audience, Fiddle says he's less than impressed by the new overture from Washington (*Newsweek*, January 18, 1999, p. 36). Під

увертюрою розуміються спроби американського уряду поліпшити стосунки з Кубою, знявши економічне ембарго. Політика США уподібнюється оркестру, де кожен музичний твір є політичним кроком, політичним рішенням, нерозсудливим або зваженим.

Окрім провідних ролей, партій існують рядові виконавці, які відіграють другорядні ролі. Напр.:

Ronald Reagan steered deliberately to the center, hoping to end his presidency on a good note (Time, August 31, 1998, p. 34). Йдеться про перебування экс-президента Р. Рейгана при владі, термін якого він хотів закінчити добре, залишивши приємні спогади.

Прагматичний потенціал поданої метафоричної моделі зумовлений яскравим концептуальним вектором нещирості, імітації реальності. Детальна і добре відома структурована понятійна сфера ТЕАТР часто допомагає журналістам знайти вдале метафоричне позначення для політичних реалій. Театр як сфера-джерело створює чудові умови для реалізації емоційного заряду метафори. Розглянутий матеріал повною мірою підтверджує думку про особливу значимість концептуального вектора, що відбиває типові уявлення про нещирість учасників політичного життя, несправжність і карнавальність подій у країні, несамостійність політиків. Водночас, метафоричне дзеркало відбиває щирі турботу про долю країни, бажання змін, привертає увагу суспільства до найгостріших проблем у політичному та суспільному житті.

Таким чином, ми доходимо висновку, що театр, музика та танці знаходять відображення через метафоричне переосмислення в мові публіцистичних текстів. 45 метафор із 946 є театральними та музичними.

3.2.13. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ОБРАЗОТВОРЧЕ МИСТЕЦТВО

Суспільно-політичне життя знаходить своє втілення в метафорах образотворчого мистецтва. Наприклад: *a picture* (*Time*, September 14, 1998, p. 37); *microeconomic picture* (*International Herald Tribune*, January 5, 2000, p. 9); *to paint a picture of investigation* (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 38).

The positive view of the region is based on an improving regional macroeconomic picture (*International Herald Tribune*, January 5, 2000, p. 9). Аналіз територіальної економіки дає кращу картину розвитку промисловості регіону. Мистецька метафора пов'язана з позитивним прагматичним змістом – цілісністю уявлення, ясністю, чіткістю образу.

Картина суспільно-політичного життя може бути повною, великою, малою, ясною, обнадійливою, жахливою, правдивою, одновимірною тощо. Порівняймо: *to paint a full picture* (*International Herald Tribune*, January 5, 2000, p. 9); *big picture* (*Newsweek*, April 20, 1998, p. 42); *little picture* (*Newsweek*, April 20, 1998, p. 42); *picture becomes clear* (*Newsweek*, January 19, 1998, p. 35); *the picture is not entirely rosy* (*Newsweek*, July 19, 1999, p. 22); *painting a true picture* (*Newsweek*, August 17, 1998, p. 21); *to get a one-dimensional picture* (*Newsweek*, May 24, 1999, p. 55); *to paint in words* (*U.S. News and World Report*, August 6, 2001, p. 56). Подані мистецькі метафори несуть позитивний зміст. Порівняймо:

Even so, only since the fall of the Soviet Union has it been possible to paint a full picture of Stravinsky's early life, thanks to documents, memoirs, correspondence and studies not previously accessible to Western biographies (*International Herald Tribune*, January 5, 2000, p. 9). Подана метафора на позначення загального уявлення про ранні роки композитора дозволяє виразити позитивне ставлення до суспільно-політичної діяльності взагалі і до її суб'єктів зокрема.

In August Bucher's team travelled to Detroit, where they discussed big-picture issues: how their departments are organized, how they work with

suppliers to reduce prices (Newsweek, April 12, 1999, p. 52). Використана метафора вжита на позначення важливих питань, які стосуються бізнесової діяльності.

Полотно та його розміри також впливають на сприйняття картини. Наприклад: *the huge canvas (Newsweek, March 23, 1998, p. 49)*; *a vast canvas of horror painted in Russian blood (The Economist, July 25th, 1998, p. 21)*.

The murder of the tsar and his family was but a tiny speck on the vast canvas of horror painted in Russian blood for more than half a century (The Economist, July 25th, 1998, p. 21). Наведена мистецька метафора має прагматичне спрямування. Її використання у публіцистичних текстах здійснює вплив на національну самосвідомість американського суспільства. Політичні вчинки відбиваються на історії народу як плями на полотні картини. Брудна політика, заплямована кров'ю невинних людей, залишила криваві сліди на полотні Росії. Цією плямою була смерть останнього російського царя та його сім'ї.

14 із 946 є метафорами образотворчого мистецтва. Приходимо до висновку, що соціальна оцінка суспільно-політичних процесів є вагомим чинником, що визначає специфіку метафоричної номінації.

3.2.14. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ХІМІЧНИЙ ПРОЦЕС

У мові публіцистичних текстів є низка хімічних концептуальних метафор. Напр.: *a new political chemistry (Newsweek, June 8, 1998, p. 20)*.

“There’s a new political chemistry in Indonesia”, says TV commentator Wilmar Witoelan (Newsweek, June 8, 1998, p. 20). Політичні події в Індонезії подібні до хімічної реакції (*political chemistry*), хоча результат ще не відомий. Хімічна метафора дає змогу по-новому поглянути на суспільно-політичні проблеми. Вона узгоджується з емпіричними спостереженнями, згідно з якими вирішені проблеми виникають знову і знову. Дж. Лакофф і

М. Джонсон стверджують, що проблеми не належать до тих сутностей, які можуть зникнути назавжди [Лакофф, Джонсон, 1987: 142]. Ми поділили метафоричні вирази цієї групи на кілька підгруп. До першої відносяться лексичні одиниці під назвою СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ПРОЦЕС ХІМІЧНОЇ ПЕРЕВІРКИ. Наприклад: *a real test (Time, September 14, 1998, p. 29); a litmus test (Newsweek, June 1, 1998, p. 47); an acid comment (Newsweek, December 29, 1997/ January 5, 1998, p. 132).*

There's been more litmus-test stuff from the left than from the right (Newsweek, June 8, 1998, p. 47). Під *litmus test* розуміється перевірка наявності кислоти, що у політичних термінах означає перевірку відповідності політичного курсу принципам проголошеної політики.

Друга група суспільно-політичних метафор називається СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ПРИСКОРЕННЯ. Наприклад: *to galvanize coalition (Newsweek, October 4, 1999, p. 5); to reach the critical mass (Newsweek, December 29, 1997/ January 5, 1998, p. 59); to be the catalyst (Newsweek, April 20, 1998, p. 23).* Наведені метафори переконливо доводять здатність хімічних метафор творити дійсність, впливати на перебіг подій.

The alleged poisoning three weeks ago in Malaysia's jailed former deputy prime minister Annai Ibrahim has galvanized his opposition coalition (Newsweek, October 4, 1999, p. 5). Дієслово *to galvanize* вжито у значенні збудити, пожвавити. Отруєння колишнього прем'єр-міністра Малайзії А. Ібрагіма пожвавило діяльність опозиції.

Термін *the catalyst* запозичено з хімії як назва речовини. Відбувся процес детермінологізації, оскільки термін перейшов зі сфери хімії в узус.

Activists are working to ignite a truly mass movement through a national civil disobedience campaign, and they say Abacha himself may be the catalyst (Newsweek, April 20, 1998, p. 23).

Вчинки політиків можуть ускладнити наявну ситуацію, призвести до військового конфлікту тощо. У цьому випадку зростає необхідність у запобіжних заходах, які змогли б нейтралізувати негативні наслідки. До

групи СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ХІМІЧНИЙ ПРОЦЕС НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ відносяться такі вирази: *to neutralize* (*International Herald Tribune, January 4, 2000, P.3*); *to defuse the situation* (*Newsweek, July 13, 1998, p. 3*); *the new chemistry* (*U.S. News and World Report, December 31 / January 7, 2002, p. 50*); *to be ideologically intoxicated* (*Newsweek, December 29 / January 5, 1998, p. 132*).

...but the world would surely have been a better place if someone had managed to associate or neutralize Hitler in 1938 (*Time, September 23, 1996, p. 23*). Під *neutralize* розуміється не хімічна реакція нейтралізації, а політичні кроки, які б дозволили попередити фашистську диктатуру.

Метафоричні поняття, які характеризують суспільно-політичну діяльність, визначають структуру сучасної реальності. Хімічна метафора стає частиною понятійної системи та впливає на нашу діяльність. Поступово вона змінює цю систему і створені нею уявлення та дії [Лакофф, Джонсон, 1987: 143]. На зміну наявним концептам у свідомості американського народу з'являються нові, які пов'язані з розвитком цивілізації. Належне місце серед них займає група концептуальних метафор на позначення процесу хімічної реакції, які складають 2% від загальної кількості виявлених одиниць.

Приходимо до висновку, що матеріалізація дійсності в мовній свідомості, “квантування” світу ідей і речей мовними засобами відбувається на рівні концептів. Здатність класифікувати предмети і явища, розподіляти їх за різними класами і категоріями свідчить про те, що людина у сприйнятті світу шукає схожі та відмінні риси між різними об'єктами. Категоризація – це головний спосіб надати сприйняттю світу упорядкований характер, систематизувати певним чином те, що спостерігається, і побачити в ньому подібність одних явищ на противагу розбіжності інших. 18 метафор із 946 є хімічними.

3.2.15. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – БРУД

Група концептуальних метафор СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – БРУД є однією з найменших у публіцистичних текстах США. Наприклад: *dirty book* (*Time*, September 14, 1998, p. 43); *a whitewash* (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 53); *white-shoe lawyers* (*Newsweek*, August 17, 1998, p. 26); *dirty Harry* (*U.S. News and World Report*, July 30, 2001, p. 6).

...*that Starr report will be a dirty book about the president's personal life* (*Time*, September 14, 1998, p. 43). У поданому реченні наведена метафора *a dirty book* виконує аксіологічну функцію, оскільки оцінює доповідь федерального слідчого у справі экс-президента Б.Клінтона як брудну справу.

She called the CNN investigation, which was run by first amendment lawyer Floyd Abrams, "a corporate whitewash" (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 53). Аналогічну оцінну функцію у наведеному реченні виконує словосполучення *"a corporate whitewash"*, оскільки воно вжито на позначення розслідування, спрямованого на виправдання вчинків колег-журналістів.

Приходимо до висновку, що вживання метафоричних виразів інколи невіддільне від соціальних цінностей і стереотипів мислення. Наведені приклади підтверджують думку про нерозривний зв'язок між метафоризацією, мисленням і культурою народу. 5 метафор із 946 є метафори на позначення бруду.

3.2.16. СУСПІЛЬСТВО – ІМПЕРІЯ, ЦАРСТВО

Метафори у мові публіцистичних текстів підштовхують до думки, що суспільство асоціюється з імперією, царством. Виявлені метафоричні вирази розподілені за такими підгрупами:

1. Держава, компанія – царство. Порівняймо: *the throne of the czar* (*Time*, September 14, 1998, p. 38); *fashion empire* (*Newsweek*, June 8, 1998, p. 5); *business empire* (*Newsweek*, June 8, 1998, p. 10); *high-tech kingdom* (*Newsweek*, December 29, 1997 / January 5, 1998, p. 58); *TV empire* (*Newsweek*, September 21, 1998, p. 66); *Daewoo global empire* (*Newsweek*, July 12, 1999, p. 32); *financial empires* (*Newsweek*, January 18, 1999, p. 26); *gymnastics empire* (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 48).

Ted Koppel and "Nightline" bridged the old world of serious political reporting with the new kingdom of talk (*Newsweek*, January 18, 1999, p. 15).

Наведена метафора виконує когнітивну функцію, оскільки сприяє осмисленню появи нового виду телерепортажу, висвітлення новин і політичного аналізу.

2. Політики – відомі люди – члени королівської сім'ї. Наприклад: *robber barons* (*Time*, September 14, 1998, p. 38); *king of the Golden Triangle* (*Newsweek*, April 20, 1998, p. 30); *czarina of w's message* (*Newsweek*, June 21, 1999, p. 77); *baseball monarch* (*Golf World*, December 19, 1997, p. 32); *media czars* (*Time*, April 6, 1998, p. 55); *the style king* (*Newsweek*, December 29, 1997 / January 5, 1998, p. 20); *monarch in music* (*Time*, June 8, 1998, p. 94); *king of the nets* (*Newsweek*, June 8, 1998, p. 68); *insurance king* (*Newsweek*, April 20, 1998, p. 40); *gossip king* (*Newsweek*, January 18, 1999, p. 15); *the queen of hip-hop* (*Time*, September 7, 1998, p. 70); *talk-show queen* (*Time*, September 7, 1998, p. 78); *empress of the blues* (*Time*, June 8, 1998, p. 97).

All told, there's only one monarch in music whose title has never rung false and still holds up – and that's Aretha Franklin, the Queen of Soul (*Time*, June 8, 1998, p. 94). Подана метафора вжита з оцінною функцією, оскільки підкреслює неперевершені здібності співачки.

21 метафора із 946 є метафорами на позначення імперії, царства.

3.2.17. СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – НАВЧАННЯ

Суспільство асоціюють із класом, а суспільно-політичне життя – з навчальним процесом. Навчальний процес передбачає уроки, помилки, виправлення помилок, навчальні предмети, підручники, студентів, розділи із підручника, перевірку, тести, оцінки та інше. Виявлені метафори поділено на такі підгрупи:

1. Навчальні предмети: *to remind the lesson* (*Time*, September 14, 1998, p. 58); *to learn* (*Time*, September 14, 1998, p. 42); *lessons of the past* (*International Herald Tribune*, January 4, 2000, p. 9); *to take the lessons* (*The New York Times*, January 4, 2000, p. 27); *to teach a lesson* (*Time*, June 8, 1998, p. 26); *to teach someone a life lesson* (*U.S. News and World Report*, April 1, 2002, p. 31); *history lesson* (*Newsweek*, June 8, 1998, p. 23); *a bitter civic lesson* (*Newsweek*, April 20, 1998, p. 45); *the lasting lesson* (*Time*, April 6, 1998, p. 58); *American lesson* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 20); *Mexican lesson* (*Newsweek*, August 17, 1998, p. 40).

Two years ago, we took the lessons from Nebraska, came back and had an awful fine year the following year (*The New York Times*, January 4, 2000, p. 27). Під метафорою *took the lessons* розуміються не уроки, а досвід, набутий в одному із штатів.

2. Навчальні матеріали: *his face is a book* (*Time*, January 25, 1999, p. 66); *closing chapters* (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 83); *a new chapter* (*Newsweek*, October 17, 1998, p. 40); *the noun and the verb* (*U.S. News and World Report*, July 9/July 16, 2001, p. 54).

A new chapter in India-Pakistan relations is being opened (*Newsweek*, October 17, 1998, p. 40). Індія і Пакистан розпочали мирні переговори. *A new chapter* – не новий розділ книги, а новий етап взаємовідносин, розпочатий за столом переговорів. Подана метафора виконує прагматичну та когнітивну функцію, оскільки, з одного боку, спрямована на читачів, а з іншого, допомагає краще зрозуміти ситуацію у стосунках двох держав.

3. Студенти, оцінки та тести: *a good student* (*Time*, September 14, 1998, p. 38); *make few mistakes* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 21); *the big test* (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 92); *a hawk with a schoolboy face* (*Newsweek*, May 24, 1999, p. 25); *to get high marks* (*Newsweek*, April 6, 1998, p. 6); *an A student* (*Newsweek*, April 6, 1998, p. 21); *to get an A* (*U.S. News and World Report*, June 4, 2001, p. 30); *to give a grade* (*U.S. News and World Report*, June 4, 2001, p. 30); *to leave someone's red mark in* (*Newsweek*, October 11, 1999, p. 14).

“He gets an A on turning around the mood and operations at the state Department”, says Patrick Cronin at the U.S. Institute of peace. “But no grade can be given yet on the conduct of foreign relations” (*U.S. News and World Report*, June 4, 2001, p. 30). Під метафоричними виразами *an A*, *no grade* розуміється оцінка діяльності політиків, визначення ефективності їхніх дій і вчинків.

24 метафори із 946 є метафорами на позначення навчання.

3.2.18. НАЦІЯ — СІМ'Я

У концептуальній картині світу американського народу вагоме місце належить концепту СІМ'Я. Суспільство асоціюється з соціальним організмом, сім'єю, а дії політиків – із вчинками її членів. Метафорична модель НАЦІЯ – СІМ'Я відображає відносини між державою та громадянами, лідером країни (президентом, генеральним секретарем та ін.) і народом, між соціальними силами тощо. Ці відносини можна концептуально уявити як відносини в сім'ї, члени якої відчують кровний зв'язок і глибоку прив'язаність один до одного, де молодші повинні поважати старших, а глава сім'ї може покарати винного. Водночас можуть виникнути суперечки, з'являтися взаємні образи та непорозуміння. Відносини в сім'ї регулюються традиційними уявленнями про правила поведінки в тих чи інших ситуаціях. Всі члени сім'ї – це свої, які при

потребі можуть протистояти чужим [Чудинов, 2001: 78]. Метафора родинних стосунків зустрічається в публіцистичних текстах. Сім'я, як соціум, взаємодіє зі світовою спільнотою. Земля соціуму є його домом. Суспільство живе в сусідстві з різними людьми, друзями і ворогами, від яких інколи слід захищатися [Cibbs, 1999: 142]. Наприклад: *clan politics* (*Time, September 14, 1998, p. 38*); *comeback kid* (*Time, September 14, 1998, p. 44*); *outside the family* (*Business Week, March 15, 1999, p. 38*).

And they are becoming mutinous, seeking alliances outside the family (*Business Week, March 15, 1999, p. 38*). Представники компаній шукають союзників за межами однієї галузі, яку називають сім'єю.

США уявляють як єдину сім'ю, яка складається зі штатів, партій і окремих громадян. Під сім'єю розуміють групу друзів, однодумців. Група концептуальних метафор ДЕРЖАВА – СІМ'Я як органічна єдність вміщує вірування, відношення, сподівання та цілі, які людина усвідомлює як можливості, виражені метафорами [Johnson, 1997: 55]. Напр.:

In 1992 he became the Comeback Kid, miraculously saving a crashing candidacy by quickly apologizing for causing pain in his marriage (*Time, September 14, 1998, p. 44*). Після політичного скандалу, який приніс біль і клопоти його рідним та близьким, Б. Клінтона назвали блудним сином, оскільки він визнав свої помилки і вибачився.

Традиційно політичний лідер держави називається батьком, а всі решта громадян є його дітьми. Громадяни США можуть метафорично називатися братами і сестрами, тобто дітьми однієї матері. Уряд на чолі нації як сім'ї уподібнюється владній фігурі, “типовому батьку”. Люди живуть у світі, повному небезпек, труднощів і конфліктів. Щоб вижити в такому світі, необхідно бути сильним. Тому у відповідь на життєві труднощі виникає ментальна модель сім'ї із суворим батьком. Зазначена модель сім'ї спрямована на розвиток сильних, морально-стійких дітей, які здатні справитися з небезпеками та злом світу [Lakoff, Johnson, 1999: 313].

У поняття сім'ї входять її члени, старші діти: брати і сестри. Правитель уряду за книгою Дж. Оруела "Big Brother"(1984р.) був названий Big Brother.

Beware Big brother may soon be reading your e-mail (Newsweek, August 24, 1998, p. 25). Big brother уособлює державу, яка контролює своїх громадян, порушуючи етичні норми. Група концептуальних метафор НАЦІЯ – СІМ'Я визначає народ як велику сім'ю людей (*Family of Man*). У великій сім'ї суворий батько встановлює сімейні норми, які усвідомлюються як соціальні. Висловлена думка знаходить своє відображення у виразі *Big Brother* [ОГВАС, 1999: 53]. Як у традиційній сім'ї старший брат доглядає та відповідає за менших, так і в державі уряд дбає про своїх громадян.

Несвідоме та автоматичне вживання концептуальних метафор СОЦІУМ – СІМ'Я підтверджує нашу думку, що метафори цього концепту логічно обґрунтовані та мають здоровий глузд для більшості читачів. Група метафор НАЦІЯ – СІМ'Я значною мірою визначає глибинне розуміння американцями стосунків між народом і політиками загалом.

Метафори групи НАЦІЯ – СІМ'Я існують як частина складної концептуальної системи американського народу, які символізують його сімейні цінності. Серед 946 метафор 0,73 % належить метафорам родини.

ВИСНОВКИ

Засоби масової інформації моделюють мовленнєву поведінку людини і залежно від комунікативної мети визначають стратегію вибору мовних засобів. Комунікативно-прагматична спрямованість публіцистичних текстів зумовлена їхньою максимальною орієнтацією на адресат з метою здійснити вплив на читача, спричинити зміни в його когнітивній сфері.

Зміни зовнішнього середовища (природи, суспільства, людської свідомості) відображаються в структурі та семантиці лексичних одиниць. Динаміка мовних змін зумовлена динамікою словникового складу, оскільки лексика реагує на події у багатьох сферах суспільного життя. Лексичні зміни забезпечують експресивність публіцистичного тексту, легкість декодування поданої інформації. Яскравими прикладами динаміки в сфері лексичної семантики виступають метафори, оскільки відображають базові схеми концептуалізації досвіду й навколишнього світу. Мова виступає при цьому як відображення дійсності, закодоване шляхом вербалізації людського досвіду. Освоюючи світ, осмислюючи закономірності його розвитку, люди втілюють свої поняття та уявлення в семантиці мовних знаків. Метафори американських публіцистичних текстів є яскравими прикладами динаміки у сфері лексичної семантики, оскільки вони складають базові схеми, за допомогою яких відбувається концептуалізація досвіду.

Метафори публіцистичних текстів виконують лінгвокогнітивну функцію в мові і відповідають способу сучасного мислення американців. Оскільки явища мови, особливо значення і референція, переломлюється через призму когніції людини, то метафора виступає результатом взаємодії когніції людини з семантичними параметрами, властивими англійській мові. Ми співвідносимо когнітивну діяльність із лінгвокреативним мисленням людини, виявляючи суть глибинного механізму розвитку мови,

перш за все з процесами, які супроводжують обробку інформації, спрямованої на утворення особливих структур свідомості.

Концептуальна метафора є вагомим елементом переконання та впливу на читачів, оскільки виступає орієнтиром у сприйнятті реальної дійсності. Важливою функцією метафор публіцистичних текстів є їх здатність до формування концептів. Вище описані концепти складають невід'ємну частину моделі внутрішнього світу, притаманного американській культурі, в термінах якої більшість американців мислить і діє. Виділені концепти відбивають уявлення американського етносу про навколишній світ і його місце в ньому.

Оскільки мова виконує функції кодування концептів та маніпулювання ними, то передача інформації відбувається через текст, зокрема публіцистичний. Розуміння й продукування мовлення ґрунтується на когнітивних засадах. Мовні знання беруть участь у переробці інформації. З урахуванням цього факту значно зростає роль засобів аналізу та інтерпретації дій та висловлювань авторів публіцистичних текстів, оскільки вони є єдиним засобом впливу на свідомість читача.

Концептуальна метафора є вагомим елементом переконання та впливу на читачів, оскільки виступає орієнтиром у сприйнятті дійсності. Численною є група метафор СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ – ХВОРА ЛЮДИНА, що складає 13,42 % від загальної кількості виявлених одиниць. Природничі, військові, морські, дорожні та спортивні метафори відповідно складають 13, 1%, 10,25%, 10%, 9, 72% і 9,6%. Менше виявлено кулінарних, будівельних і театральних метафор, відповідно, 6,87%, 6,65% і 4,75%. Найменше у публіцистичних текстах виявлено хімічних метафор (1, 9%), метафор полювання (2, 74%), мистецьких метафор (1,47 %), родинних (0,73 %) та метафор на позначення дня і ночі (2,1 %). Описані концепти складають невід'ємну частину моделі внутрішнього світу, притаманного американській культурі, в термінах якої більшість американців мислить і діє. Виділені концепти відбивають уявлення американського етносу про

навколишній світ і його місце в ньому. Важливою умовою розвитку метафоричної моделі є детальна структура вихідної понятійної сфери і приналежність вихідної сфери до найближчого кола інтересів людини. Власне висвітлені особливості зумовлюють появу нових нетривіальних метафоричних виразів. Найтипівішими групами є метафори з концептуальними векторами жорстокості, агресії і конкуренції (море, війна, дика природа, спорт, дорога), відхилення від природного порядку (хвороба). Характеризуючи американську суспільно-політичну метафору, слід відзначити і низку позитивних образів, які передають ідею природності та неперервності розвитку життя, близькості і взаємозв'язку людини і природи, важливості фізичного і морального здоров'я та інші фундаментальні для американського суспільства цінності. Причина активізації розглянутих груп концептуальних метафор – це складність соціальної обстановки, що знаходить свій відбиток у свідомості народу і мові. Активне використання метафор із сильними концептуальними векторами тривоги, агресії впливає на соціальну оцінку ситуації в країні, підштовхує до думки, що суспільство хворе, що політична еліта складається з тварин, солдатів, гвинтиків, а це відображається на житті країни.

З одного боку, висвітлені концептуальні вектори відбивають реальну самосвідомість речей, їхню оцінку стану речей у країні. Якщо політики і засоби масової інформації концептуалізують сучасну американську дійсність, використовуючи переважно образи війни, хвороби, театру, спорту, дикої природи, бруду, то такий підхід, без сумніву, впливаючи на суспільну свідомість, підсилює негативну оцінку дійсності та сприяє нагнітанням напруженості у соціумі. Дзеркало виявлених концептуальних метафор відбиває типові соціальні уявлення про жорстокість і лицемірство сучасної епохи. Очевидно, що військові, дорожні чи будь-які інші метафори – всього лише образи, які не менш важливі, ніж логічні докази. Розглянутий матеріал свідчить, що певні групи метафор дозволяють

яскравіше уявити одні аспекти досліджуваного явища і відповідно зробити менш помітними інші.

З іншого боку, аналіз метафоричних переносів дає можливість виявити вектор загальних тенденцій змін у мові американської публіцистики, оскільки метафоризація є механізмом концептуалізації навколишнього світу.

Результати нашого дослідження дозволяють також окреслити коло проблем для подальшої розробки. Насамперед, перспективним є дослідження лексико-стилістичних та синтактико-стилістичних особливостей мови сучасної американської публіцистики у ракурсі функціональної стилістики, а також дослідження семантичних змін у морфології.

ЧАСТИНА ІІІ

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ЗМІН У МОВІ АМЕРИКАНСЬКОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ

У третій частині монографії розглянуто лексико-семантичні, морфологічні, морфолого-синтаксичні та синтаксичні напрями функціональних змін у мові американської публіцистики.

РОЗДІЛ 1. ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ЗМІНИ

До лексичних змін, заснованих на функціональній переорієнтації, відносимо:

- 1) динаміку, зумовлену змінами соціальних і функціональних обмежень, у використанні лексики (використання термінів);
- 2) динаміку, зумовлену появою нових найменувань (новотвори);
- 3) динаміку в семантиці слів (виникнення нових значень у вже існуючих лексичних одиницях).

У мові американських публіцистичних текстів виявляється значна залежність семантики слова від контексту. ЛО є гнучкими у функціональному аспекті, тобто здатними змінювати функціональні характеристики при стабільності форми [Левицкий, 1998: 250; Каращук, 1977: 209]. Реальне використання одиниць номінації у публіцистичних текстах приводить до зміни їх семантичної структури (розширення) та лексичного значення, які ведуть до функціональної переорієнтації номінативного елемента [Левицкий, 1998: 184; Каращук, 1977 : 17; Гинзбург, 1979: 192]. Семантичне зрушення полягає в:

- 1) переосмисленні категоріальної приналежності вихідного слова (транспозиції);
- 2) уточненні вихідного слова та його конвертизації;

3) наявності словотворчого значення в похідному слові, яке виражається тим чи іншим словотворчим засобом;

4) поділом похідного слова на творчу основу та словотворчий елемент [Каращук, 1977: 17]. До семантичних змін відносимо використання одиниць із конкретним значенням у абстрактному значенні, генералізацію значення, появу граматичних оказіональних утворень із новими функціями. До лексичних змін, пов'язаних із семантичними, відносяться лексичні, фразеологічні новотвори та поява нових синонімів.

1.1. Зміни у суспільно-політичній термінології

Особливе місце в публіцистичних текстах займає спеціальна лексика, терміни. Науковці відзначають, що в останні роки ХХ століття посилилась тенденція до розширення значень слів, деспеціалізації термінів, які переходять в загальнолітературну мову та зростає взаємодія між загальною та спеціальною мовами [Степанова, Фляйшер, 1984: 163; Левицкий, 1998: 301; Заботкина, 1989: 78; Мостовий, 1993: 191-196]. За свідченням лінгвістів понад 90 % усіх нових слів, які з'являються в сучасних мовах, становить спеціальна лексика [Зацний, 1999: 95; Плотникова, 2000: 25]. У загальному складі досліджуваних ЛО термінам належить 25,1% (243 одиниці). Розповсюдження термінів у мові американської публіцистики розглядається нами, слідом за С.І. Тресковою, як процес демократизації у вживанні термінології та розширення сфери її застосування [Трескова, 1989: 117]. У цьому відношенні під демократизацією розуміється зближення загальнонародної мови та мов для спеціальних цілей, зростаючий вплив наукового мовлення на публіцистику, а через неї і на розмовну англійську. Розвиток же технологій стирає межі між термінологічною та нетермінологічною лексикою. У процесі детермінологізації терміни перетворюються в одиниці загальнонародної мови.

Науковці виділяють наступні фактори причинної залежності семантичних трансформацій терміна в їхній динаміці: компетенція суб'єкта в конкретній сфері знань, номінативна потреба (необхідність позначити нове поняття), експресивна потреба (створення виразнішого або лаконічнішого позначення предмета, що вже має назву) [Никулина, 2003: 55].

Під терміном, слідом за О.І. Головановою, ми розуміємо слово або словосполучення зі спеціальним значенням, що відображає досвід фахівців певної сфери [2002: 186]. Терміни відповідають природі публіцистичних текстів влучністю номінації, глибиною узагальнення, однозначністю, специфічністю, системністю та лаконічністю вираження, які узгоджуються з функціями ЗМІ [Засурский, Пронин, 1990: 164; Москаленко, 1998: 197]. У публіцистичних текстах терміни виконують кілька функцій: номінативну, сигніфікативну, комунікативну, прагматичну, інтелектуального та емоційного впливу, коли вони детермінологізуються [Лысакова, 1987: 22]. Від інших ЛО публіцистичних текстів, терміни відрізняються своєю інформативною насиченістю.

У межах загальної категорії номінації виділяється три види термінів: 1) номінація через слово; 2) номінація через речення або словосполучення (пропозитивна); 3) номінація через висловлення (дискурсивна) [Журавлева, 1998: 96].

Аналіз термінологічної лексики публіцистичних текстів дає підстави виділити три основні напрями функціонально-семантичного розвитку лексики: термінологізація, транстермінологізація [Зацний, 1999: 93] та детермінологізація [Левицкий, 1998: 301; Мостовий, 1993: 196]. Під термінологізацією розуміємо використання слів у вузько-спеціальних значеннях. Транстермінологізація (у термінах Ю.А. Зацного) приводить до зміни значення слів у зв'язку з їх міграцією з однієї терміносистеми в іншу. При виведенні терміна з його звичного оточення спостерігається

процес детермінологізації [Левицкий, 1998: 301; Зацний, 1990: 39; Соловьев, 1981: 33], який приводить до використання термінів в узусі.

У процесі термінологізації звичайні слова термінологізуються, попадаючи в оточення термінів певної науки. Із розвитком комп'ютерних технологій відбувається термінологізація багатьох повсякденних слів. Напр.: *bug disaster* (*Newsweek*, June 8, 1998, p. 9) (перехід із одного тисячоліття в інше та труднощі, пов'язані з перепрограмуванням комп'ютерів); *e-students* (*U.S. News and World Report*, October 15, 2001, p. 56); *e-commerce* (*Newsweek*, July 5, 1999, p. 41); *e-learning* (*U.S. News and World Report*, October 15, 2001, p. 58); *cyberworld* (*Newsweek*, December 29, 1997/January 5, 1998, p. 33) (комп'ютерна мережа); *traffic on the Net* (*Newsweek*, December 29, 1997, p. 33) (робота в мережі Інтернет).

How much time and money will it take to fix the year 2000 Bug disaster? (*Newsweek*, June 8, 1998, p. 9). У наведеному реченні використана метафора *bug disaster*, під якою розуміється перехід комп'ютерних програм 2000-літній рубіж. Оскільки програмне забезпечення не передбачає такої операції переходу, то існує побоювання щодо їх спроможності. Метафоричний вираз передає авторське емоційно-оцінне ставлення (стурбованість) до цієї події.

У мові американської публіцистики потужним є процес транстермінологізації, внаслідок якого термінологічна лексика однієї сфери використовується для цілей іншої. Терміни різних сфер вживаються для позначення понять та явищ економіки та бізнесу:

1) Ядерної фізики. Порівн.: *meltdown* (*Newsweek*, April 20, 1998, p. 19); *fiscal neutrinos* (*Time*, September 7, 1998, p. 38); *to melt* (*Time*, September 7, 1998, p. 31); *critical mass* (*Newsweek*, July 12, 1999, p. 22);

2) Астрономії. Напр.: *big bang* (*Newsweek*, April 20, 1998, p. 31); *Big Bang reforms* (*Newsweek*, March 30, 1998, p. 24); *to be lightyears ahead* (*Business Week*, March 15, 1999, p. 26);

3) Техніки. Порівн.: *high-octane economic growth* (*Newsweek*, November 1, 1999, p. 66); *to turbocharge* (*Newsweek*, November 30, 1998, p. 3).

Under the big bang financial market opening, which began April 1, U.S. money is now accepted as legal tender in many places in Japan (*Newsweek*, April 20, 1998, p. 31). Світову економічну кризу, яка вразила навіть економіку розвинутих країн прирівняли з великим вибухом, вживши термін *the big bang*, запозичений з астрономії.

4) Театру та музики: *to orchestrate* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 49); *computer jockeys* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 49).

The Fed's job is to oversee the financial system, and orchestrating the Long-Term bailout may well have saved numerous institutions... (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 49). Під словом *orchestrating* розуміється керівництво у сфері бізнесу. *Orchestrating* є музичним терміном, який перейшов в узус.

5) Ігор, спорту. Напр.: *low bar* (*U.S. News and World Report*, April 19, 2001, p. 28); *blue chips* (*U.S. News and World Report*, January 21, 2002, p. 36); *blue chip stocks* (*Newsweek*, August 24, 1998, p. 35);

6) Конфесій: *market's nirvana* (*Newsweek*, October 11, 1999, p. 56); *management guru* (*Newsweek*, May 18, 1998, p. 34); *musical aura* (*Time*, June 8, 1998, p. 96).

Biotech investors place their bets along a continuum of risk. Profitable blue chips are less dicey, as are drug company stocks (*U.S. News and World Report*, January 21, 2002, p. 36). Термін *blue chips* перейшов зі сфери азартних ігор у сферу економіки змінивши свій зміст. Він вживається для позначення прибуткових, надійних підприємств.

7) Для позначення економічних процесів використовують медичні терміни, оскільки вони відображають зміни в економіці, які уподібнюються: а) стану. Напр.: *computer paralysis* (*International Herald Tribune*, January 4, 2000, p. 1); *economic ills* (*Newsweek*, July 5, 1999, p. 24);

б) лікам: *panacea* (*Newsweek*, October 4, 1999, p. 40); *financial morphine* (*Time*, September 7, 1998, p. 39).

On Monday, it was clear that the worst nightmares of computer paralysis related to the change to 2000 from years starting with 19 had not come to pass (*International Herald Tribune*, January 4, 2000, p. 1). Комп'ютерним паралічем інженери назвали перехід із 1999 до 2000-го року через побоювання за програмне забезпечення.

Явище транстермінологізації супроводжується семантичним розширенням меж об'єму поняття терміна. Внаслідок таких змін терміни, раніше закріплені за однією сферою науки чи техніки, використовують для позначення понять іншої.

Зміни у суспільстві, науково-технічний прогрес зумовлюють детермінологізацію, тобто процес переходу термінів в узус, розширення значення. Детермінологізація є одним із шляхів поповнення лексики. Рухомою силою процесу детермінологізації виступає функціональна переорієнтація [Левицкий, 1998: 301].

Функціональна переорієнтація термінів у публіцистичному стилі відбувається шляхом перетворення семантичних структур слова, розширення смислового об'єму поняття, накопичення нових сем, розвиток переносного значення, тобто деспеціалізація [Левицкий, 1998: 302; Заботкина, 1989: 78]. Детермінологізація – активне явище, притаманне сучасній лексиці, оскільки підсилює стилістичну функцію терміну, робить повідомлення експресивним. Процес детермінологізації приводить до розширення значення терміна, до зміни його функції. Детермінологізація відбиває постійний процес взаємодії термінів і загальноживаної лексики. У загальний вжиток сучасної англійської перейшли терміни із таких сфер:

1. Хімії. Напр.: *sulfuric acid* (*Newsweek*, September 13, 1999, p. 49); *acid test* (*Newsweek*, April 12, 1999, p. 52); *acid jokes* (*Newsweek*, April 26, 1999, p. 62); *to galvanize* (*Newsweek*, April 26, 1999, p. 83); *to neutralize* (*U.S.*

News and World Report, Aug.16, 1999, p. 43); *to distill* (*Newsweek*, September 13, 1999, p. 49).

Ten years in the NBA, and 18 in the Senate cloakroom, distilled his native Missouri wit into sulfuric Jersey acid (*Newsweek*, September 13, 1999, p. 49). Термінологічне словосполучення *distilled wit into sulfuric acid* вжито зі значенням перетворити природню мудрість на гостроту (*sulfuric acid*).

2. Фізики. Напр.: *power vacuum* (*Newsweek*, September 21, 1998, p. 57); *the opposite end of the spectrum* (*International Herald Tribune*, January 2, 2000, p. 6); *nationalistic impulses* (*Newsweek*, June 1, 1998, p. 53); *to short-circuit* (*Newsweek*, March 23, 1998, p. 56);

3. Техніки. Порівн.: *low-octane celebrities* (*Newsweek*, December 29, 1997 / January 5, 1998, p. 89); *high wattage* (*Newsweek*, September 21, 1998, p. 57); *high-octane growth* (*Newsweek*, November 1, 1999, p. 66); *conveyor belt* (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 2); *to smile at full wattage* (*U.S. News and World Report*, April 29, 2002, p. 20); *to electrify* (*Newsweek*, November 30, 1998, p. 19).

His growing TV-empire needs high-wattage content to entice people to pay for programming (*Newsweek*, September 21, 1998, p. 57). Для того, щоб тримати глядачів біля екранів телевізорів власнику кінокомпанії потрібен захоплюючий телематеріал (*high-wattage content*). Сферою поглибленого інтересу є спортивні репортажі.

4. Математики: *axiom* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 23); *congruent* (*Newsweek*, May 31, 1999, p. 27); *through the prism* (*Newsweek*, May 31, 1999, p. 27); *a 180-degree turn* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 26); *in a geometric ratio* (*Newsweek*, May 24, 1999, p. 21); *x amount* (*U.S. News and World Report*, July 30, 2001, p. 29); *a meta-analysis* (*U.S. News and World Report*, April 22, 2002, p. 53); *to copy the formula* (*U.S. News and World Report*, December 31 / January 7, 2002, p. 14).

Математичний термін *congruent* вжито з певною метою, – привернути і затримати увагу читачів.

Russia's national interests are not always congruent with ours; less sociology and more foreign policy (Newsweek, May 31, 1999, p. 27).

5. Військової справи: *lieutenant (Newsweek, June 8, 1998, p. 50); to be in trenches (Newsweek, September 21, 1998, p. 21); echelons (The New York Times, January 4, 2000, p. C8); breakthrough (Time, June 8, 1998, p. 59); under the radar (Time, April 6, 1998, p. 21); detonate (Time, April 6, 1998, p. 39); field marshal (Newsweek, June 8, 1998, p. 67); to focus on new tactics (Newsweek, September 21, 1998, p. 58 D).*

As a retired journalist with 35 years in trenches, I thank Alber for restoring my faith in a craft (Newsweek, September 21, 1998, p. 21).

Військовий термін *in trenches* уподібнює професійне поле діяльності журналіста до військових дій.

6. Медицини: *donor fatigue (Newsweek, July 5, 1999, p. 2); final spasm (Newsweek, July 5, 1999, p. 14); side effects (Newsweek, May 4, 1998, p. 8); to get out scalpel and make some serious incisions (Newsweek, April 26, 1999, p. 53); the 59-60 syndrome (Newsweek, March 8, 1999, p. 42); to metastasize (Newsweek, October 5, 1998, p. 41); clinic (U.S. News and World Report, April 19, 2001, p. 76); anatomy of a massacre (Newsweek, May 31, 1999, p. 12).*

In the wake of the influx of women, law schools now put more emphasis on "clinics", where students learn by representing real clients (U.S. News and World Report, April 19, 2001, p. 76). У даному реченні спостерігаємо не тільки деспеціалізацію терміна (*clinic*), тобто перехід зі сфери медицини в узус, але й процес формування нового значення – модельовані заняття, професійна підготовка. Слово виділено на письмі лапками, які свідчать на користь оказіонального вжитку.

Fernando Galmarini, a member of the lower house of deputies and sponsor of a new sports law, says: "It's time to get out the scalpel and make some serious incisions" (Newsweek, April 26, 1999, p. 53). Мова йде не про хірургічне втручання, а про політичні заходи і рішучі дії, які слід здійснити для того, щоб підтримати новий закон про спорт. Медичний термін

запозичено з певною метою – затримати увагу читачів і влучно описати політичну ситуацію.

7. Біології: *to be under microscope* (*Newsweek*, June 8, 1998, p. 70); *political virus* (*Newsweek*, September 21, 1998, p. 56); *symbiosis* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 22); *symbiotic partner* (*U.S. News and World Report*, February 18, 2002, p. 34); *embryonic* (*Time*, May 6, 1996, p. 51).

Perhaps we should push Clinton out from the microscope and place ourselves, the voting public, under the same scrutiny, because we elected him (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 18). Під метафоричним виразом *to push Clinton out from the microscope* розуміється перенесення уваги із екс-президента США Б. Клінтона на інші важливі питання.

8. Спорту. Напр.: *to become a pawn* (*Newsweek*, July 5, 1999, p. 22); *to play hardball* (*Newsweek*, December 29, 1997, p. 42); *rhetorical jujitsu* (*Newsweek*, September 21, 1998, p. 26); *gambit* (*Newsweek*, September 21, 1998, p. 57); *home run* (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 56); *lightweight* (*Newsweek*, March 22, 1999, p. 22).

The Yugoslav president is not a helpless pawn of the nationalists (*Newsweek*, February 15, 1999, p. 25). Термін *a pawn* запозичений із шахів і означає безвільну людину, якою керують. Йдеться про екс-президента Югославії, який був самостійним політиком, а не пішаком у чужих руках.

9. Астрономії. Порівн.: *the center of the gravity* (*Newsweek*, May 24, 1999, p. 74); *a lunar landscape* (*Newsweek*, March 15, 1999, p. 34); *constellation* (*Newsweek*, February 9, 1998, p. 27); *to fall out of orbit* (*Time*, June 8, 1998, p. 75); *the black hole* (*Time*, September 7, 1998, p. 80); *to eclipse* (*Time*, April 6, 1998, p. 38); *galaxy of practices* (*Newsweek*, July 5, 1999, p. 64).

10. Віросповідань. Християнська конфесійна лексика нараховує значну кількість одиниць, які ми згрупували за частинами мови:

a) іменники. Напр.: *the schism* (*Newsweek*, December 29, 1997/January 1998, p. 62); *holy of holies* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 36); *altar-boy*

(*U.S. News and World Report*, June 4, 2001, p. 18); *apostles of* (*U.S. News and World Report*, July 9/16, 2001, p. 72); *social stigma* (*U.S. News and World Report*, April 19, 2001, p. 49); *charisma* (*Newsweek*, June 1, 1998, p. 46); *patriarch* (*Newsweek*, July 12, 1999, p. 46); *amen* (*U.S. News and World Report*, March 18, 2002, p. 76); *brethren* (*U.S. News and World Report*, April 1, 2002, p. 30); *70's trinity* (*U.S. News and World Report*, July 2, 2001, p. 20); *anathema* (*International Herald Tribune*, January 5, 2000., p. 8); *altar* (*Time*, August 31, 1998, p. 39); *monastery* (*U.S. News and World Report*, April 19, 2001, p. 87); *heresy* (*Time*, September 7, 1998, p. 74); *manna* (*Newsweek*, May 4, 1998, p. 35);

Bur even Chicago is not the same school Fitzhugh Mullan described as a science monastery (*U.S. News and World Report*, April 19, 2001, p. 87). Словосполучення *a science monastery* вжито з прагматичною метою не тільки привернути і затримати увагу читачів, але й надати висловленню експресії. Слово *monastery* асоціюється з самопожертвою і відданістю служінню Богу. Слово *science* виконує конкретизуючу функцію, воно уточнює наступне слово, формуючи загальне значення “наукова лабораторія”.

б) дієслова: *stigmatize* (*Newsweek*, December 29, 1997 / January 1998, p. 45); *christen* (*Newsweek*, October 4, 1999, p. 44); *to rechristen* (*U.S. News and World Report*, April 8, 2002, p. 23); *to give someone's blessing* (*U.S. News and World Report*, March 25, 2002, p. 26); *to be heretical* (*U.S. News and World Report*, May 13, 2002, p. 50); *to carry a stigma* (*International Herald Tribune*, January 4, 2000, p. 16); *to crucify* (*Time*, January 25, 1999, p. 9).

And with Russia, the Clinton's administration's most important policy initiative – undertaken with hallelujahs from congressional republicans – was NATO expansion (*Newsweek*, September 7, 1998, p. 19). Термін *hallelujahs* виконує емпатичну функцію, оскільки означає схвалення.

У процесі нашого дослідження виявлено, що поряд із термінами християнства набуває поширення буддистська термінологія. Порівн.: *a zen-*

like trance (Travel and Leisure, December 1997, p. 92); radio guru (Newsweek, May 31, 1999, p. 55); kind of Zen in a way (U.S. News and World Report, September 3, 2001, p. 51); a top secret aura (Newsweek, October 19, 1998, p. 12); mantra (Newsweek, June 8, 1998, p. 30); athletic nirvana (Time, September 14, 1998, p. 56); Zen-like demeanor (U.S. News and World Report, May 6, 2002, p. 52); oil Zen (Newsweek, June 8, 1998, p. 30); karmic (U.S. News and World Report, July 2, 2001, p. 40); reincarnate (National Geographic, December 1996, p. 101).

Germany's former capital is reincarnating itself as the leader of Europe's richest, most popular and most powerful country (National Geographic, December 1996, p. 101). Reincarnate запозичене з буддизму зі значенням відродитися, почати нове життя. Німеччина, яка постраждала під час другої світової війни, відродилася, ставши лідером Європи.

11. Юриспруденції: *political death sentence (U.S. News and World Report, August 16/23, 1999, p. 21); verdict (Newsweek, May 24, 1999, p. 57); the crime of the first order (Newsweek, December 29, 1997/January 5, 1998, p. 76).*]

Robin pronounced his own verdict on his handiwork in an interview (Newsweek, May 24, 1999, p. 57). Йдеться не про рішення присяжних засідателів, а про думку, критичне висловлення стосовно питання, поставленого під час інтерв'ю.

Терміни фізики, математики, астрономії, біології, які не мають прямої предметної співвіднесеності легше піддаються переносному використанню у порівнянні з термінами із прямим значенням. Поява таких одиниць обумовлена екстралінгвістичними факторами, зокрема необхідністю використовувати узагальнено-родові позначення [Вердиева, 1987: 5].

Отже, у мові американської публіцистики кінця XX – початку XXI століття широко представлений процес детермінологізації, внаслідок якого терміни із хімії, фізики, математики, медицини, астрономії, біології,

спорту, військової справи, конфесій та права переходять у повсякденне мовлення. Поданий висновок підтверджується статистичними даними таблиці № 2.2.

Таблиця 2.2

Терміни, що перейшли в узус унаслідок процесу детермінологізації

№ п/п	Терміни	Кількість	Процентне співвідношення
1	Фізики	12	5%
2	Астрономії	16	6,6%
3	Хімії	12	5%
4	Техніки	6	2,4%
5	Театру / музики	34	14,1%
6	Спортивних ігор	51	21%
7	Математики	8	3,3%
8	Медицини	15	6,1%
9	Біології	5	2%
10	Військової справи	18	7,4%
11	Християнства	51	21%
12	Буддизму	15	6,1%
	Всього	243	100 %

Кількісні підрахунки свідчать про широке використання театральних, музичних, спортивних та релігійних християнських термінів. Менше використовують військові, фізичні, хімічні, астрономічні, медичні і буддистські терміни. Найменша кількість математичних, біологічних та технічних термінів. Впливає висновок, що продуктивним шляхом утворення новотворів є семантична деривація. Зміни семантичного об'єму термінів супроводжуються змінами їх функціональних характеристик. Виникаючи у мові, як відповідь на соціальний запит, терміни є значною групою слів, які задіяні ЗМІ. Внаслідок демократизації суспільства відбувається розповсюдження термінології в мові публіцистичних текстів.

Детермінологізація приводить до того, що терміни переходять в узус. Взаємодія між загальною і спеціальною мовами зростає, що приводить до ширшого використання термінів у публіцистичних текстах, які сприяють

масовому поширенню спеціальних номінацій та однозначності їх розуміння.

1.2. Особливості тематичного використання новотворів у сучасній американській публіцистиці

Кінець XX – початок XXI століття – період докорінних змін в політичній, економічній та ідеологічній сферах суспільного життя, який характеризується ускладненням політичної ситуації в світі, терористичними акціями, посиленням військових та міжнаціональних конфліктів, руйнуванням стереотипів, скандалами в житті політиків, важливими подіями у внутрішній і зовнішній політиці країн [Зацний, 1999: 252]. Означений період – глобальний перехід до нового світового порядку, в якому ведучу роль відіграє англійська мова. Вона є мовою ЗМІ, міжнародного бізнесу, наукових конференцій, дипломатії, спорту, інтернаціональних змагань, поп музики і реклами [Crystal, 1996: 29]. Розвиток комунікаційних технологій і економічний глобалізм руйнують географічні та мовні кордони.

Зі зміною світу змінюється й мова, оскільки її функції розширюються з розвитком технологій, науки, нового економічного мислення. Нові вимоги і потреби спричиняють зміни у словниковому складі і граматиці. Наведені характеристики сучасного політичного стану в житті країн світу знаходять своє віддзеркалення в мові, і, перш за все, в її номінативній системі.

Внутрішній стимул до спонтанного саморозвитку та наведені вище чинники обумовлюють динамічні зміни у мові публіцистичних текстів. Зміни знаку приводять до зміни самого поняття [Соссюр, 1990: 122]. Зміни значень слів приводять до утворення okazіonalіzmів, які зумовлені двоякою функцією словотвору: заповнити лакуну та дати варіант існуючого найменування [Степанова, 1984: 186]. Під okazіonalіzmом ми

розуміємо нові (за формою або за змістом) мовні одиниці, слова чи словосполучення, які знаходяться на периферії мовної системи у даний період розвитку, є продуктом індивідуальної творчості внаслідок певних функціональних причин, не порушують законів словотворення та будуються за існуючими мовними моделями [Левицкий, 1998: 244]. Ми поділяємо думку М.С. Ретунської про те, що новотвори виконують низку функцій, зокрема: інформативну, експресивну та апелятивну. Інформативна функція оказіональних утворень полягає в повідомленні нової, несподіваної для реципієнта інформації про предмети й явища. Експресивна функція виявляється в намаганні творця оказіонального слова виразити свої почуття, своє особисте ставлення до того, що повідомлено оказіоналізмом. З інформативною та експресивною функціями тісно переплітається апелятивна функція – функція впливу на реципієнта. Її призначення полягає в створенні певних умов сприйняття. Адресант оказіонального слова впливає на адресат, оскільки використання такого слова примушує напружити його увагу [Ретунская, 1974: 9]. Досліджуючи оказіональні утворення науковці зауважують, що для оказіоналізмів момент виникнення (діахронний аспект) і момент використання (синхронний аспект) співпадають. В міру повторюваності новотвору, його відтворення з'являється можливість говорити про початок “діахронного життя”, а з його виникненням у слова з'являються синхронні функціональні синтагматичні та парадигматичні зв'язки [Лыков, 1976]. Таким чином слово змінює свій статус, переходить із оказіонального в канонічне.

Новотвори фіксуються спочатку в мові періодичних видань, які оперативно відображають будь-які соціальні зміни в мові. Порівняно з термінами, лексичних і семантичних новотворів зустрічається менше, однак вони складають 26 % від загальної кількості виявлених ЛО (187 одиниць). Вони формуються для обслуговування певної мовленнєвої ситуації відповідно до прагматичної настанови акту комунікації. Основна

функція новотворів при цьому – емоційний вплив на реципієнта через незвичність їх змісту й зовнішньої форми [Полюжин, 1999: 204].

Науковці виділяють низку причин появи новотворів: 1. Покращення умов життя членів суспільства. 2. Запровадження новітніх технологій і, як наслідок, поширення термінологічної лексики. 3. Набуття словом нових конотації. 4. Зміна соціального статусу мовців також може привести до появи нових лексичних утворень. 5. Культурно-географічні зміни. 6. Відношення мовців до тих чи інших явищ, і зрештою, поява евфемізмів. 7. Існування лексичних табу зумовлює семантичні зміни [див. Lehmann, 1992: 262-264]. Зміни є зручними у певному змісті, оскільки відповідають принципу зручності. Окрім вище зазначених чинників Г.І. Миськевич і Л.К. Чельцова виокремлюють деякі фактори, що сприяють закріпленню слова в мові: функціональну доцільність, критерій правильності, вплив позамовних факторів і частотність вжитку слова [Миськевич, Чельцова, 1970].

У лексичному складі мови американських публіцистичних текстів ми виділили кілька груп okazіональних одиниць, пов'язаних з економікою, політикою, конфліктними ситуаціями та сферою розваг і відпочинку.

1.2.1. Сфера економічного життя

Кожний новий етап розвитку суспільства супроводжується формуванням нових поглядів на дійсність, удосконаленням методів її пізнання, а новий тип світорозуміння потребує нових понять [Жоль, 1990: 107] і відповідно нових номінативних засобів. На кожному етапі розвитку суспільства виділяються певні сфери життя, соціального середовища, які розвиваються найбільш динамічно, бурхливо. Сфери найінтенсивнішого розвитку є джерелами нової лексики і фразеології, сферами зародження певних тенденцій у лексико-семантичній системі мови взагалі [Зацний, 1999: 232; Lehmann, 1992: 255]. Сфера економічного життя дала імпульс

для появи значної кількості інновацій в останнє десятиліття, кількість яких складає 17, 1 % від загальної кількості новотворів.

Сферою інтересів США є космос. До географічної території, сфери знань, технологічних здобутків приєднується космічний простір, на якому американські бізнесмени намагаються заробити. До виразів *physical frontiers, knowledge frontiers, the technology and application frontiers* приєднуються вирази *heaven / space frontier* та *celestial capitalists* (*Newsweek, December 29 / January 5, 1998, p. 71*). Порівн.:

The New Celestial Capitalists (Newsweek, December 29 / January 5, 1998, p. 71).

American business is viewing the heavens as the final (profit-making) frontier (Newsweek, December 29/January 5, 1998, p. 71). Американські мільйонери вкладають значні кошти у дослідження космосу з метою виявлення можливостей для економічного збагачення. На їхню думку, космос може стати ще одним джерелом прибутків. Тому бізнесменів, які працюють у сфері космічного бізнесу, називають *Celestial Capitalists*.

Із ринковими відносинами пов'язаний такий вираз, як *market fundamentalism* (*Business Week, February 8, 1999, p. 21*).

But now, he says, the era of Western "market fundamentalism" is fading as a global ideology (Business Week, February 8, 1999, p. 21). Методи жорсткої конкуренції (*market fundamentalism*) відходять у минуле, поступаючись місцем гнучкішим методам боротьби за клієнта.

США нав'язують свою монетарну політику всьому світу, оскільки їх валюта є найстійкішою та найнадійнішою. Внаслідок цього виникають такі одиниці, які ще не зафіксовані словниками: *dollarize (v), dollarization (n)* (*Newsweek, October 4, 1999, p. 41*); *dollarizing* (*Business Week, March 15, 1999, p. 12*).

Hausmann openly favors dollarization: scrapping local currencies outright in favor of the greenback (Newsweek, October 4, 1999, p. 41). У наведеному реченні політика твердої валюти асоціюється зі словом

dollarization. Зміст такої політики полягає у тому, щоб витіснити місцеву грошову одиницю та зміцнити позиції долара.

Dollarized Latins would lose control over their own interest rates and be hefty with bills known as seigniorage (Newsweek, October 4, 1999, p. 41). Новотвір *dollarize*, як дієслово, утворилося від іменника *dollar* за допомогою суфікса *-ize*. Під виразом *dollarized Latins* розуміють латиноамериканські країни, на валютних ринках яких панує долар.

Економіка, як і будь-яка інша сфера суспільного життя зазнає змін. У сферу економічного життя США активно входять жінки, які займають керівні пости на підприємствах, конкуруючи з чоловіками. Така активна позиція жінок знайшла відбиток у мові, у слові *womanomics* (*Newsweek, May 18, 1998, p. 14*).

Womanomics might be the best word for the change (Newsweek, May 18, 1998, p. 14). *Womanomics* утворено за аналогією зі словом *economics*, однак елемент *Woman* вказує на причетність жінки до розвитку економіки та підприємництва. Під цим словом розуміється зростаюча роль жінок, їх активна участь у бізнесі.

Починаючи із 2000 року, при сприянні президента США були здійснені кроки для втілення так званої нової економічної політики (*new economy*), спрямованої на зміцнення економіки та підвищення добробуту американців. Порівн.:

A small portion of their portfolio is held in an aggressive account used to invest in “new economy” companies (U.S. News and World Report, October 22, 2001, p. 60). Під виразом *new economy* розуміються заходи американського уряду спрямовані на збільшення біржових і банківських операцій, купівлю акцій, облігацій, вклад в цінні папери. Наведений вираз виділений лапками, що характерно для новотворів [Хорнби, 1984: 769].

Із економічною сферою пов'язаний рівень інфляції, який за певних умов може бути високим або низьким. Зокрема, словосполучення

“*Goldilocks*” *level of inflation* вживається на позначення середнього рівня інфляційних процесів. Наприклад:

After decades of fighting with rising prices, the Fed now seems to be working toward what Bernanke calls the “Goldilocks” level of inflation – neither too high nor too low (U.S. News and World Report, December 29, 2003/January 5, 2004, p. 40).

Якщо раніше фразеологізм *promised Land* асоціювали з Ізраїлем, то зараз ЛО *the Promised Land* асоціюють із США та Європою, країнами широким можливостей для молоді.

But outside home, younger Indonesians are groping for a new Promised Land: the world of “Melrose Place”, perhaps, the American TV version of carefree young adulthood (Newsweek, May 18, 1998, p. 45). Під *a new Promised Land* розуміється легке життя, безтурботне та сите. Імідж обіцяної землі (США) створює телебачення, зокрема такі популярні серіали, як: *Melrose Place*. Швидкий перебіг подій і зміни пріоритетів американського суспільства привели до переосмислення значення наведеної одиниці та утворення аналогічних за формою, але відмінних за змістом. Інтерпретуюче вживання неозначеного артикля для вираження “уявного, мисленнєво допустимого” [Штелинг, 1978: 11] є універсальним як для безартиклевих так і для артиклевих власних назв [Потапенко, 2000: 65].

The United States and Europe, with their high wages, are the Promised Land (Newsweek, August 3, 1998, p. 25). Молодь країн, що розвиваються, будь-якими способами намагається дістатися Європи або Америки, щоб забезпечити собі гарне життя. Для них розвинуті країни Європи і США є обіцяними землями, щедрими для кожного, хто туди попаде.

З ФО *a Promised Land* пов’язаний ще один вираз *the American Dream*, під яким розуміється забезпечення рівних можливостей для успішного життя національних меншин і емігрантів в США.

Функціональною рисою сучасної фразеології є ідентифікація, яка є своєрідною стрілкою, що спрямована на відоме, існуюче, те, що існувало чи те, що може бути в одному зі світів – реальному чи гіпотетичному [Арутюнова, 1999: 189; Баран, 1997: 22]. Порівн.: *to blow the roof off the American dream* (*Newsweek*, July 5, 1999, p. 35); *the wrong American dream* (*Time*, June 8, 1998, p. 105). Відбувається коригування (розрізнення та уточнення) поняття, отже, зміна форми слова.

Arthur Miller fashioned an elegy to Willy Loman, a materialistic, worn-out drummer who has succumbed to the “wrong” American dream (*Time*, June 8, 1998, p. 105). Під “*wrong*” розуміється швидке збагачення за будь-яку ціну. Таким чином, ФО зазнала зміни, розширивши своє значення.

Із зростанням злочинності в країні серед рядових американців посилюється бажання захистити себе за допомогою зброї. Це бажання знайшло відбиток у виразі *the new American dream* (*U.S. News and World Report*, August 13, 2001, p. 21).

Call it the new American dream. But instead of being built around golf courses, homes will look out on 22 shooting ranges, a five-story SWAT tower, and a defensive-driving track (*U.S. News and World Report*, August 13, 2001, p. 21). *The American dream* є вихідною ФО. Означення *new* у наведеному прикладі описує бажані характеристики об'єкту. При досягненні поставленої мети означення *new* вживається з означеним артиклем на позначення періоду, що проходить в житті суспільства [Потапенко, 2000: 66].

Вихідним значення ФО *the American dream* є забезпечення рівних можливостей для успішного життя національних меншин і емігрантів. У сучасних умовах проживання в США, ідіома набула нового значення, а саме – значні борги. Порівн.:

American dreams these days are built on hope, hard work – and, often, a mountain of debt (*U.S. News and World Report*, March 19, 2001, p. 52). Окрім важкої праці, ідіома *the American dream* означає ще й значні борги.

Наведена ЛО зазнала зміни семантики, зумовленої змінами життя в США, економічними умовами. Семантична видозміна ФО не означає повного відриву від значення вихідної одиниці, вони зберігають смисловий зв'язок.

Поряд з існуючою виникли нові ФО. Порівн.: *Lebanon's dream* (*Time*, May 6, 1996, p. 46); *Palestinian dream* (*Newsweek*, June 8, 1998, p. 54); *the French dream* (*Newsweek*, March 23, 1998, p. 6).

Crushing Lebanon's dream (*Time*, May 6, 1996, p. 46).

Sharif is symbolic of new Palestinian leadership – scarred from the old battles but relying more on reason than force in pursuit of the Palestinian dream (*Newsweek*, June 8, 1998, p. 54). Під *Lebanon's Dream* і *the Palestinian dream* розуміється мир на близькому сході та сподівання арабського населення Палестини на мирне врегулювання конфлікту з Ізраїлем.

The Parisian travel agency Back Roads has been offering about 200 clients a year the chance to experience what owner Jackues Klein calls “the French Dream”, which seems to be all about America (*Newsweek*, March 23, 1998, p. 6). *The French Dream* (мрія кожного француза) – відвідати США. Туристична фірма в Парижі дає можливість своїм співгромадянам втілити їхню мрію в реальність.

ФО діляться на різні групи, до яких вони належать. Наведені вище ФО зберігають смисловий зв'язок із вихідним значенням навіть в їх семантичному протиставленні, яке базується на протиставленні семантичних асоціативних зв'язків, оскільки особливістю семантики вербальної комунікації є дія закону семантичної опозиції. Будь-яке слово та поняття передбачають існування семантичної опоземи, що є закономірністю пізнавальної діяльності людини [Стриженко, 1980: 36].

Світова економічна криза негативно вплинула на економіку багатьох країн світу, особливо значних втрат зазнали країни колишнього Радянського Союзу. Незважаючи на складну економічну ситуацію в країні, росіяни з мужністю переносять випробування Напр.:

One should treat this in a Russian way: just have some patience to live through a couple of uncomfortable minutes as our cosmonauts do (Newsweek, February 9, 1998, p. 9). Терпимість росіян стосовно проблем, які виникають, є прикладом наслідування для американців.

Із економічною кризою в Росії пов'язана така ФО, як: *D-day (the day of default and devaluation) (Newsweek, January 18, 1999, p. 26).*

How Russia got to its own D-day – the day of default and devaluation – is the subject of the story that follows (Newsweek, January 18, 1999, p. 26). Фразеологічна одиниця *D-day* має два значення: день початку військової операції та день висадки союзницьких військ у Франції під час другої світової війни. Наведений у реченні приклад має зовсім інше значення, а саме – день початку економічної кризи та девальвації карбованця. *D-day* символізує відлік кризового періоду для Росії. Означення *own* виконує конкретизуючу функцію, оскільки уточнює значення слова *D-day*.

Перші кроки у напрямку до капіталістичних відносин привели до появи середнього класу у нових незалежних країнах. Напр.:

In the past three weeks, tens of thousands of bankers, advertising executives and corporate managers – the men and women who made up Russia's "ermies"- have lost well-paying jobs (Newsweek, September 28, 1998, p. 22). Під *ermies* розуміються члени щойно утвореного середнього класу Росії: банкіри, керуючі, виконавчий склад компаній. Слово *ermies* виникло внаслідок скорочення сполучення *members of the emerging middle class* і злиття двох слів *emerging + middle class*.

Зміна економічної формації у пост-радянських республіках привела до появи нового класу багатих людей, так званих нуворішей, нових росіян: *New Russians (Time, September 7, 1998, p. 36); New-rich Russians (Newsweek, August 24, 1998, p. 12)* (росіяни, яким вдалося збагатитися за короткий час); *New Russia (Newsweek, August 17, 1998, p. 8).*

Only a few banks, some new-rich Russians and foreigners play around in Moscow's markets (Newsweek, August 24, 1998, p. 12). Композит *New-rich*

Russians виконує функцію прикметника у реченні. Він складається з двох прикметників, які передають оцінно-емоційне ставлення автора до цієї категорії російського населення. Під наведеним виразом розуміється новий клас росіян, які заробили гроші за короткий час, інколи нечесним шляхом.

Зі змінами в економіці пов'язаний ще один вираз – *Russian miracle* (*Newsweek, January 18, 1999, p. 24*). Напр.:

The disastrous summer of 1998 represented the collapse of what Alpha Bank chairman Peter Aven called the “Russian miracle”: the notion that 1000 years of history – an era mainly bereft of capitalism and democracy – could be overturned in just six years (*Newsweek, January 18, 1999, p. 26*). ФО *Russian miracle* вжито зі значенням швидкі позитивні зміни, економічна перебудова.

Економічні зміни в інших країнах світу також призвели до погіршення умов життя, розшарування суспільства, чим зумовили появу виразу “*new poor*”.

Time has been toughest for the “new poor”, the Argentines left behind by the Menem boom (*Newsweek, September 13, 1999, p. 35*). *New poor* називають середній клас аргентинців, які збідніли внаслідок нової економічної політики президента країни Карлоса Менема. Внаслідок непродуманих дій президента постраждав навіть середній клас, який почали називати *new poor*.

Торгову політику США визначають корпорації та концерни, промислові об'єднання, які дістали назву *big boxes* через розміри своїх офісів. Порівняймо: “*big box*” *discounters* (*U.S. News and World Report, June 11, 2001, p.46*); *big box retailers* (*U.S. News and World Report, November 26, 2001, p. 44*).

Urban planners have long complained that shoppers in low-income neighborhoods get the cold shoulder from “big box” discounters and suburban supermarket chains (*U.S. News and World Report, June 11, 2001, p.46*).

Розшарування на бідних і багатих, збагачення одних за рахунок інших призвели до такого явища як торгівля внутрішніми органами. Напр.: *kidney business* (*Newsweek*, November 1, 1999, p. 50); *organ-selling* (*Newsweek*, November 1, 1999, p. 50); *trafficking in organs* (*Newsweek*, November 1, 1999, p. 50); *kidney-selling* (*Newsweek*, November 1, 1999, p. 50); *kidney for sale* (*Newsweek*, November 1, 1999, p. 50).

In Tondo kidney-selling is just another way to make a peso (*Newsweek*, November 1, 1999, p. 50). Під виразом *kidney-selling* розуміється продаж власних внутрішніх органів.

Чималі гроші заробляють на викраденні людей. Слово *kidnapping* набуло нового змісту зі зміною форми. Порівняймо: *kidnapping* (*Newsweek*, February 15, 1999, p. 5).

Prosecutors say police stopped McPhail on his way to a friend's house and took him on an "express kidnapping" – a popular crime in which the victim is driven around for several hours and forced to withdraw money from ATMs (*Newsweek*, February 15, 1999, p. 5). Якщо раніше поліція стояла на захисті інтересів громадян, то зараз поширення набуває співпраця поліції та злочинців. Змінився процес викрадення, його називають *express kidnapping*. Викраденого возять годинами в автомобілі вимагаючи викуп, який отримують досить швидко у порівнянні з традиційним методом.

1.2.2. Сфера сучасних технологій

Утворення семантичних okazionalizmів у багатьох випадках зумовлює і певні словотвірні процеси, веде до появи нових одиниць. Ми підтримуємо думку Ю.А. Зацного про те, що семантичні новотвори сприяють утворенню лексичних інновацій [Зацний, 1999: 105]. Під семантичними новотворами ми розуміємо нові значення вже існуючих слів.

При дослідженні динаміки змін виникає проблема диференціації нових лексем і нових лексико-семантичних варіантів. Ми дотримуємося семантичного критерія: якщо між значеннями полісемантичного слова зберігається семантичний зв'язок, то ми маємо справу з однією лексемою, що представлена кількома лексико-семантичними варіантами [Березинский, 1983: 132; Шепель, 2000: 228]. Формування нової одиниці (ЛСВ або слова) безпосередньо пов'язане з варіативністю, що є внутрішньоструктурним механізмом динамізму лексичної системи. Слід відзначити, що семантичні неологізми ведуть до появи нових одиниць, тобто до утворення лексичних інновацій, які відповідають прагматичним потребам мовця. Існує зв'язок між прагматикою та активними номінативними процесами. В акті номінації завжди існує прагматична спрямованість, бажання щось пояснити своєму співрозмовнику [Кубрякова, 1997: 43]. Так, поява у слова ЛСВ в світлі прагматично-комунікативної парадигми ми розглядаємо як результат прагматичної варіативності слова. Поділяючи думку В.І. Заботкіної, під прагматичною варіативністю слова, ми розуміємо варіювання його вжитку в різних ситуаціях спілкування, залежно від соціального, територіального, національного, вікового та інших статусів учасників комунікації [Заботкина, 1989: 9]. З іншого боку, будь-яка семантична новизна породжує новизну прагматичну. Визнаємо наявність складного діалектичного зв'язку між семантикою та прагматикою. При зміні значення відбувається функціональне зрушення: 1. Категоріальне зрушення по когнітивній лінії; 2. Порухення референтного співвіднесення слова по семантичній лінії; 3. Порухення відношення знак – користувач по прагматичній лінії [Заботкина, 1991: 39]. Поява ЛСВ слова розширює прагматику всієї лексеми, оскільки розширюється спектр ситуацій і контекстів її вжитку, а відтак, і обмежень на вжиток, які обумовлені сильною тенденцією до збереження стану комунікативної придатності. Поява нового слова є результатом боротьби двох тенденцій: розвитку мови

та її збереження [Заботкина, 1989: 9]. Щоб адекватно відобразити, відтворити і закріпити нові ідеї та поняття, мова, зокрема, її лексична система змушена перебудовуватися, диференціюватися, породжувати нові одиниці.

Новотвір як будь-який акт лінгвокреативної діяльності індивіда виступає мовним відбитком позамовного континууму в лексичних значеннях [Телия, 1977: 221]. Він компенсує нестачу в мові номінативних засобів, необхідних для передачі авторського ставлення до об'єкта найменування або його відображення автором, тобто служить засобом мовного мислення, втілює у словесній оболонці індивідуальні уявлення. Оказіональне утворення виникає в результаті взаємодії мовних і позамовних структур пам'яті, представлених концептуальною мережею пам'яті автора [Полюжин, 1999: 192].

Семантичні неологізми утворюються від корневих, афіксальних та складних лексичних одиниць, включаючи словосполучення [Жлуктенко, 1983: 136]. Формування деривату відбувається внаслідок семантичного зрушення в значенні прототипа, яке приводить до появи у слова нового значення, що викликано впливом стійких синтагматичних зв'язків цього слова (у складі певного стійкого словосполучення) [Снитко, 1981: 50].

Мова віддзеркалює зміни, які стосуються екології. Стихійну боротьбу людей та застосування природоохоронних заходів позначають такими виразами: *ecoterrorist* (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 44); *ecoterrorism* (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 44); *ecoterror* (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 45). Наведені приклади позначають терористичні дії, спрямовані на захист навколишнього середовища.

Police say last week's \$ 12 million blaze at Colorado's Vail ski resort was arson – and a little-known ecoterrorist group says it is to blame... (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 44). Під *ecoterrorist group* розуміються не терористи, а радикально налаштована група захисників навколишнього середовища, яка здійснила підпал щоб захистити острівки дикої природи.

Eco-warrior означає борців, які виступають за збереження дикої природи мирними шляхами, без насилля.

The green eco-warriors plan to turn the World Trade Organization's conference in Seattle into the biggest political demonstration...(*Newsweek, November 1, 1999, p. 4*). Під *eco-warriors* розуміються захисники довкілля. Слово *eco-warrior* утворилося внаслідок сполучення двох слів – *eco* скороченого від *ecology* та *warrior*.

Водночас росте переконання, що людина повинна піклуватися про природу, стати на її захист. Під виразом *steward of nature* розуміється турботливий господар.

It wasn't enough just to understand and appreciate nature, people had to become stewards of nature and protect the environment (*Peace Corps Times, 1998, p. 29*).

Поява прикметника *green* із новим значенням “екологічно безпечний” привела до утворення таких одиниць, як *green machines* (*Business Week, February 8, 1999, p. 54*); *green cars* (*Business Week, February 8, 1999, p. 54*).

Toyota's green machine will soon have lots of rivals (*Business Week, February 8, 1999, p. 54*).

Honda, Nissan, and Fuji are gearing up to challenge Toyota's lead in "green cars" (*Business Week, February 8, 1999, p. 54*). Наведені вирази означають екологічно чисті машини, безпечні для навколишнього середовища, які випускає японська фірма Тойота.

Безпека навколишнього середовища пов'язана з питаннями генетично-модифікованої їжі рослинного походження. Генетична їжа безпечна як для людей, так і для навколишнього середовища. Ми поділили продукти харчування на дві групи:

1. Їжа, яку піддали біологічному впливу. Порівн.: *biotech food* (*Newsweek, July 13, 1998, P.42*); *bio-food* (*Newsweek, July 13, 1998, p. 42*); *biotech crops* (*Newsweek, July 13, 1998, p. 42*).

2. Генетично-модифікована їжа, яка зазнала генетичних змін, спрямованих на покращення якостей. Напр.: *transgenic crops* (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 42); *genetically modified (GM) food* (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 42); *high-tech food* (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 42); *genetic food* (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 42); *Frankenstein food* (*Newsweek*, July 13, 1998, p.42); *functional food* (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 42).

Over the last three years, the St. Louis-based firm has invested some \$8 million to bring genetically modified (GM) food to the masses (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 42). Під *genetically modified food* розуміється генетично-модифікована їжа.

Активісти партії “Зелених” вважають зміни генетичного коду рослин злочином проти цивілізації, наслідки якого важко передбачити. Порівняймо: *genetic pollution* (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 42); *genetic tinkering* (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 43).

Green-party activists worry about “genetic pollution” – the potential for genes to migrate from hardy GM varieties to native plants, creating “super-weeds” (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 42).

Мова віддзеркалює зміни, які стосуються екології. Стихійну боротьбу людей та застосування природоохоронних заходів позначають такими виразами: *ecoterrorist* (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 44); *ecoterrorism* (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 44); *ecoterror* (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 45). Наведені приклади позначають терористичні дії, спрямовані на захист навколишнього середовища.

Police say last week’s \$ 12 million blaze at Colorado’s Vail ski resort was arson – and a little-known ecoterrorist group says it is to blame ... (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 44). Під *ecoterrorist group* розуміються не терористи, а радикально налаштована група захисників навколишнього середовища, яка здійснила підпал лижного курорту щоб захистити острівки дикої природи.

Eco-warrior позначає борців, які виступають за збереження природи мирними шляхами, без насилля.

The green eco-warriors plan to turn the World Trade Organization's conference in Seattle into the biggest political demonstration... (Newsweek, November 1, 1999, p. 4). Під *eco-warriors* розуміються захисники довкілля. Слово *eco-warrior* утворилося внаслідок сполучення двох слів – *eco*, скороченого від *ecology*, та *warrior*.

Водночас росте переконання, що людина повинна піклуватися про природу, стати на її захист. Під словосполученням *steward of nature* розуміється турботливий господар.

It wasn't enough to just to understand and appreciate nature, people had to become stewards of nature and protect the environment (Peace Corps Times, 1998, p. 29).

Сучасний етап науково-технічної революції відзначається широким упровадженням у всі сфери суспільного життя інформаційних технологій, провідне місце серед яких належить комп'ютерам. Природньо, що досягнення інформаційної революції знаходять відбиток у мові публіцистичних текстів. Міжнародна комп'ютерна мережа Інтернет створила умови для електронної торгівлі, послуг, які знайшли відображення в новотворах.

1. Електронні послуги. Напр.: *e-voting* (U.S. News and World Report, March 5, 2001, p. 45); *e-pay* (U.S. News and World Report, March 12, 2001, p. 25); *e-trade* (International Herald Tribune, January 5, 2000, p. 20); *on-line trading* (International Herald Tribune, January 5, 2000, p. 20); *online auction* (U.S. News and World Report, June 4, 2001, p. 44); *virtual visit* (U.S. News and World Report, May 7, 2001, p. 36);

2. Інтернет кафе: *digital kiosks* (U.S. News and World Report, June 11, 2001, p. 59);

3. Торгові посередники. Напр.: *online vendor* (Business Week, February 8, 1999, p. 39); *e-rater* (Newsweek, February 15, 1999, p. 12);

4. Користувачі мережі: *e-folks* (*Newsweek*, January 19, 1998, p. 22);

5. Високотехнологічні засоби: *media wall* (*Newsweek*, December 21, 1998, p. 12).

You can e-file and e-pay, get it done and get going (*U.S. News and World Report*, March 12, 2001, p. 25). Унаслідок розвитку електронної мережі Інтернет споживачі можуть користуватися електронним вибором товарів (*e-file*) і оплачувати свої рахунки не виходячи з дому (*e-pay*).

Політика також не залишилася осторонь від електронних послуг. Наприклад *e-voting* означає електронну систему голосування, яка ще не поширена в США, оскільки має певні недоліки.

E-voting has other drawbacks. Electronic balloting systems make it harder to check results, Mercury says (*U.S. News and World Report*, March 5, 2001, p. 45).

Електронна торгівля привела до появи такого нового поняття як *online vendor*, під яким розуміється продавець на мережі Інтернет.

The online vendor then negotiates directly with the dealers, either by e-mail or phone (*U.S. News and World Report*, June 4, 2001, p. 44).

Послуги на мережі Інтернет настільки удосконалились, що навіть відвідини лікаря стали можливими через комп'ютер. Під *Virtual visits* розуміється спеціально розроблена комп'ютерна програма, яка передбачає візит до лікаря та діагностику через електронну мережу. Порівн.:

The Silicon Valley Employers Forum is launching a pilot program to test online "virtual visits" between doctors at three big local medical groups and about 6000 employees, their families (*U.S. News and W.R.*, May 7, 2001, p. 36).

Розвиток високих технологій привів до появи інтелектуалів, окремої групи людей, яка позначається словосполученням *knowledge workers*:

Nuala Beck calculates that over the past 10 years, 85,8 percent of all new jobs in the United States have been for people she calls "knowledge workers" who include professionals, scientific and technical workers, and corporate managers (*Newsweek*, May 18, 1998, p. 15).

Розвиток технологій привів до появи нових якісних матеріалів, альтернативи існуючих. Наприклад: *teflon, polar fleece, lucite, formica, velcro, gore-tex, saran, styrofoam, celluloid, cellophane, polycarbonate* (*U.S. News and World Report, June 25, 2001, p. 46*).

Сучасні комп'ютерні технології асоціюють із центрами розвитку, які беруть свій початок із "Силіконової долини" (територія в долині Санта Клара), штату Каліфорнія, США. Ця територія стала основою для утворення топонімів на позначення центрів по виробництву комп'ютерних програм. Порівняймо: *Silicon Alley* (*Newsweek, November 9, 1998, p. 34*); *Silicon Fen* (*Newsweek, November 9, 1998, p. 34*); *Silicon Glen* (*Newsweek, November 9, 1998, p. 34*); *Silicon Woods* (*Newsweek, November 9, 1998, p. 34*); *Silicon Forest* (*Newsweek, November 9, 1998, p. 35*); *Silicon Prairie* (*Newsweek, November 9, 1998, p. 35*); *Silicon Plateaus* (*Newsweek, November 9, 1998, p. 39*).

Наведені словосполучення стали основою для подальшого процесу словотворення. Наприклад: *Silicon Alley* → *to valley-ize* (v.) (*Newsweek, November 9, 1998, p. 34*).

Cambridge university, after 800 years of perching above the commercial fray, is now actively leading an effort to valley-ize surrounding (*Newsweek, November 9, 1998, p. 34*). Виокремлене слово виконує функції дієслова у реченні. ЛО *to valley-ize* зазнало змін, воно не стосується долини, а ототожнюється з комп'ютеризацією та новітніми технологіями.

Наведені приклади свідчать про активні процеси змін у мові американської публіцистики, які відображають наслідки інформаційної та технологічної революцій. Комп'ютерні технології стають домінуючою ланкою в діяльності людей. Технологічні новотвори складають 15% від загальної кількості виявлених утворень.

1.2.3. Суспільно-політична сфера

Лексико-семантичні та фразеологічні новотвори соціальної сфери складають 36,4 % від загальної кількості утворень виявлених у мові публіцистичних текстів. Під okazіоналізмами суспільно-політичної сфери об'єднано нетермінологічну лексику, яка складає основу суспільно-політичного словника [Крючкова, 1991: 9]. Okазіоналізми суспільно-політичної сфери утворені за аналогією з існуючими моделями.

У словотворенні аналогія відіграє важливу роль, оскільки у цьому процесі має місце відбиття моделі зразка, його морфологічної структури [Зацний, 1999: 30]. Її роль у словотворі полягає у тому, що відбувається породження ЛО, поняття яких вже існують у мові [Мешков, 1976: 8]. Наша пам'ять пронизана численними асоціаціями та аналогіями між існуючими словоформами. Аналогічне осмислення мнемонічного фонду дозволяє створювати нові мовні фігури, знаходити нові умови для використання словоформ, відомих нам у складі певних виразів і створювати нові форми та вирази. Кристалізуючись у нашій пам'яті, нові одиниці несуть на собі відбиток аналогічної подібності з їх прототипами, на основі яких вони були створені, прийняті та вміщені у фонд мовної пам'яті мовців [Гаспаров, 1996: 96]. Власне цим і пояснюється значна кількість подібностей, аналогій та симетрій у публіцистичних текстах, які полегшують та стимулюють асоціативний процес, результатом якого є безперервне оновлення та зміна репертуару мовних засобів.

Використання новотворів у публіцистичних текстах зумовлено їхньою функціональною спрямованістю на адресата, намаганням апелювати до читачів, здійснити вплив [Белехова, 2002: 144].

Нова суспільно-політична лексика та фразеологія поділяється на три підгрупи. Першу складають слова та словосполучення, які описують міжнародне життя. До другої підгрупи ми віднесли лексеми про події у

внутрішньому житті країни. Третя підгрупа виразів описує події, які пов'язані з військовими конфліктами.

Новотвори, що описують міжнародне життя, включають імена політиків, які брали участь у важливих подіях. Слово *Chinochet* утворене за аналогією зі словом *Pinochet*, ім'ям чилійського диктатора. *Chinochet* асоціюється з авторитарною владою, жорстким правлінням і перевищенням влади. Напр.:

In Peru, President Alberto Fujmori – a.k.a. “Chinochet” – has acted with authoritarian zeal to eliminate leftist guerillas, accelerate market reforms and perpetuate his power (Newsweek, November 23, 1998, p. 31).

Політика вимагає гнучкого підходу, а іноді й твердої руки. У публіцистичних текстах поширена ФО *the carrot and the stick (promises and threats)*, яка має значну кількість ЛСВ варіантів, які зберігають зв'язок із вищезазначеною лексемою. Виявлені ФО мають такі значення:

1. Стимул. Напр.: *to offer a carrot (Newsweek, May 31, 1999, p. 19); to hold out a carrot (Business Week, March 22, 1999, p. 23); all carrot and no stick (U.S. News and World Report, April 29, 2002, p. 33); as a carrot (U.S. News and World Report, April 28, 2003, p. 46); to offer additional tax carrots (U.S. News and World Report, October 15, 2001, p. 80); to use the carrot (Time, May 6, 1996, p. 62); to dangle a carrot (U.S. News and World Report, April 1, 2002, p. 8).*

2. Покарання. Напр.: *to use the stick (Time, May 6, 1996, p. 62); from the carrot to the stick (Newsweek, October 26, 1998, p. 16);*

3. Рівновага між стимулом і покаранням. Напр.: *to be a stick as well as a carrot (Newsweek, October 4, 1999, p. 49); to drive through the carrot and the stick (U.S. News and World Report, April 8, 2002, p. 28); to have both a carrot and a stick (Business Week, March 15, 1999, p. 24).*

NATO spokesman Jamie Shea, insisting that the allies are united and will not compromise on their conditions to end the fighting in Kosovo. “We are not

going to offer any carrot”, she said (*Newsweek*, May 31, 1999, p. 19). У наведеному реченні фразеологізм *to offer a carrot* має значення обіцянки.

As for the British government’s dealings with the IRA, he said London should switch “from the carrot to the stick” (*Newsweek*, October 26, 1998, p. 6). Вираз *from the carrot to the stick* позначає зміну політики від розмов до жорстких мір.

Розвиток політичних відносин призвів до появи ЛО, що позначають різні види дипломатії. Напр.: *basketball diplomacy* (*U.S. News and World Report*, April 16, 2001, p. 12); *24-hour diplomacy* (*U.S. News and World Report*, April 16, 2001, p. 18); *ping-pong diplomacy* (*Newsweek*, November 9, 1998, p. 22); *date diplomacy* (*U.S. News and World Report*, December 31 / January 7, 2002, p. 18); *direct-dial diplomacy* (*U.S. News and World Report*, February 10, 2003, p. 22); *impeachment diplomacy* (*Time*, April 6, 1998, p. 25).

Chung’s cattle diplomacy may someday rank with U.S.-Chinese Ping-Pong diplomacy as a major diplomatic ice breaker (*Newsweek*, November 9, 1998, p. 22). Спорт є тією сферою, яка прокладає шлях до дипломатичних відносин. Участь у міжнародних турнірах по тенісу зміцнили міждержавні зв’язки між Китаєм і США.

Виявлені вирази розглядаємо з точки зору конструктивного вирішення питань або з позиції тиску. До першої групи віднесено ЛО, які виражають розважливий підхід у вирішенні політичних питань, зокрема: *shuttle diplomacy* (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 14); *luncheon diplomacy* (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 6); *transit diplomacy* (*U.S. News and World Report*, May 28, 2001, p. 30); *open-door policy* (*U.S. News and World Report*, March 24, 2003, p. 63).

The president gave new meaning to the term shuttle diplomacy, Secretary of State Madeleine Albright said later (now or never) (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 14). Якщо раніше під виразом *shuttle diplomacy* розуміли часті візити політиків для вирішення питань [NWD, 1993: 922], то экс-президент

США Б. Клінтон надав нового значення цьому виразу – зараз або ніколи. Набувши нового значення лексична одиниця орієнтована на результат.

Друга група ЛО віддзеркалює політичні погляди державних діячів, які дотримуються позиції сили у вирішенні політичних питань. Порівн.: *megaphone diplomacy* (*Newsweek*, November 30, 1998, p. 27); *gunboat diplomacy* (*Newsweek*, April 6, 1998, p. 8F); *rocket diplomacy* (*Newsweek*, September 13, 1999, p. 40).

Серед виразів суспільно-політичного характеру вагома роль належить складним лексичним утворенням, зокрема: *don't ask just tell policy* (*Newsweek*, February 9, 1998, p. 35); *a "no first use" policy* (*Newsweek*, September 28, 1998, p. 36); *job-for-life-policy* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 30).

Madeleine Albright made the rounds in Europe and the Middle East last week, showing off an assertive new stance that could be described as "don't ask just tell policy" (*Newsweek*, February 9, 1998, p. 35). Незалежну політику США, стосовно військових дій у Югославії, назвали *don't ask just tell policy*.

Політика пов'язана не тільки із державними справами, а й скандалами навколо державних і політичних діячів. До скандалу, який опинився в центрі уваги світової громадськості, були причетні експрезидент США Б. Клінтон та Моніка Левінські. Ця подія знайшла відображення у значній кількості лексичних одиниць, які означають:

1. Секс скандал: *L'Affair Monica* (*Time*, August 31, 1998, p. 46); *Monica madness* (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 37); *Lewinsky explosion* (*Newsweek*, April 13, 1998, p. 13); *Bill and Monica dirty laundry* (*Time*, August 24, 1998, p. 86); *sexual Armageddon* (*Newsweek*, September 28, 1998, p. 16);

2. Події після скандалу: *post-Monica world* (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 39);

3. Помсту: *lips that launched a thousand Tomahawks* (*Time*, January 25, 1999, p. 9);

4. Моніку Левінські: *Big She* (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 32); *Big Creep* (*Newsweek*, October 12, 1998, p. 44);

5. Вагомий аргумент: *Monica's dress* (*Newsweek*, August 7, 1998, p. 36);

6. Гордість: *to feel like Monica Lewinsky* (*Newsweek*, August 7, 1998, p. 39).

Have you ever gotten a lot of grief for breaking ranks? Grief? I feel like Monica Lewinsky (*Newsweek*, August 17, 1998, p. 39). Лексична одиниця *to feel like Monica Lewinsky* відображає гордість М. Левінської, якій вдалося привернути до себе увагу громадськості.

We know about Helen of Troy and "the face that launched a thousand ships". Now its Monica Lewinsky and "the lips that launched a thousand of Tomahawks" (*Time*, January 25, 1999, p. 9). Під наведеною ЛО розуміється помста екс-президента США Іраку у вигляді крилатих ракет як компенсація за приниження під час скандалу. Під *the lips that launched a thousand of Tomahawks* розуміються свідчення Моніки Левінської. Якщо причиною троянської війни була красуня Єлена із Трої, то причиною військового конфлікту між США та Іраком виявилось приниження президента Б. Клінтона. Завдавши ракетного удару по Іраку, президент дав волю почуттям.

She proudly boasts of never cashing in on her notoriety like other Clinton girls. I'm not selling purses. I'm not Monica Lewinsky (*U.S. News and World Report*, April 16, 2002, p. 8). Під виразом *to be Monica Lewinsky* розуміють значення "заробляти гроші на поганій славі".

Дії політиків впливають на життя окремих країн і навіть цілих континентів. Розпад НДР і об'єднання двох частин Німеччини привело до формування поняття *Berlin republic* (*Newsweek*, October 12, 1998, p. 36).
Напр.:

And Schroder spoke eagerly about the “Berlin republic”, referring to next year’s capital shift from Bohn to Berlin and the growing confidence of a reunited Germany (Newsweek, October 12, 1998, p. 36).

За аналогією з топонімом *the United States of America* виникли okazionalizmi *the United States of Arms* (Newsweek, August 23, 1999, p. 2); *a United States of Central Africa* (Newsweek, March 30, 1998, p. 19). *The United States of Arms* (Newsweek, August 23, 1999, p. 2) характеризує Америку як країну насилля, оскільки зброю застосовують навіть у школах.

The elder statesman of the assembled group of African leaders, Tanzania’s Julius Nyerere, may well renew his call for creation of a “United States of Central Africa” to address the curse of ethnic hatred (Newsweek, March 30, 1998, p. 19). Наведена ЛО виникла аналогічно існуючому топоніму *the United States of America*.

Процес глобалізації привів до прагнення європейських політиків до об’єднання Європи, запровадження спільної грошової одиниці євро.

За аналогією з США виникла лексична одиниця *a United States of Europe* (U.S. News and World Report, June 25, 2001, p. 33). На okazionalniznistь може вказувати неозначений артикль, який вживається із власними назвами [див., напр., Потапенко, 2000: 65]. Напр.:

Europe does not wish to turn into “a United States of Europe” (Newsweek, June 8, 1998, p. 10H). У наведеному прикладі неозначений артикль виконує інтерпретуючу функцію власної назви *United States of Europe*. Наведені компоненти висловлювання передають точку зору автора відносно майбутнього Європи.

We are a United States of America, and we reflexively welcome a United States of Europe (U.S. News and World Report, June 25, 2001, p. 33). *A United States of Europe* стає реальністю, першим кроком до якої є запровадження спільно-європейської грошової одиниці євро, день уведення якої в обіг назвали “E-Day” (U.S. News and World Report, Dec.31 / Jan.7, 2002, p. 20).

Many Europeans are ill informed about E-Day (U.S. News and World Report, December 31 / January 7, 2002, p. 20). Спільна грошова одиниця діє з 1-го січня 2002-го року по всій території Європи. “E-Day” побудована аналогічно ЛО D-Day.

Тенденція до глобалізації привела до появи ЛО “глобо.” Порівн.:

Euros, pesos...and globos? May be someday we'd even be willing to trade in our greenbucks for some globo-bucks – as long as the new currency has an eagle and a one-eyed pyramid on it (U.S. News and World Report, January 14, 2002, p. 39).

Розширення європейського союзу за рахунок нових членів, таких як: Польщі, Прибалтики, Чехії нашоувхують на думку не тільки про спільну грошову одиницю, а й про спільну мову. Напр.:

Unlike Esperanto, a would-be international language created a century ago, Europanto does not have a formal grammatical structure (Newsweek, December 31, 1998, p. 6). На відміну від мови Есперанто, яка не виконала функцію реальної міжнародної мови, лінгвісти сподіваються, що Європанто стане мовою для європейських країн.

Із розширенням європейського союзу, мова американської публіцистики поповнюється новими поняттями, які беруть початок із американського континенту. Однією із таких ЛО є *black European*, яка утворена за аналогією із *Afro-American*. Порівн.:

It's anomalous for many people to say “black European” (Newsweek, May 10, 1999, p. 63). Під виразом *black European* розуміється європеєць африканського походження. Але слово *anomalous* вказує на неприйнятність цього виразу.

Процес аналогії відіграє важливу роль у фразо- та словотворенні. За аналогією зі словосполученням *environmental pollution* утворились вирази *mental pollution* (Newsweek, May 31, 1999, p. 12) й *noise pollution* (International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 13). Аналогічно слову *motorist* утворилось слово *garagist* (Time, September 23, 1996, p. 53). Слово

Yahooligans (*Business Week*, March 22, 1999, p. EB8) утворилось аналогічно слову *hooligans*. А за аналогією зі словом *criminology* утворилось слово *Kremlinology* (*Newsweek*, September 7, 1998, p. 8).

The home team's stunning finish – tying the Russians for second place behind the Chinese in an event that drew 473 high school “mathletes” from 83 countries – left education reformers scratching their heads (*U.S. News and World Report*, July 23, 2001, p. 26). Подана ЛО *mathletes* є новою за формою, вона утворилась за аналогією зі словом *athletes* внаслідок злиття двох слів *mathematics* + *athletes*.

The sources of our “gunocracy” date back at least to the Revolutionary war and our romanticized visions of citizen militias (*Newsweek*, August 23, 1999, p. 31). *Gunocracy* утворено за аналогією зі словом *bureaucracy*. Різниця полягає у змісті. *Gunocracy* проголошує силу зброї, в той час як *bureaucracy* – бюрократичних перепон. Після стрілянини в ряді американських шкіл виник оказіоналізм *gunocracy*, який утворився шляхом приєднання суфікса *-cracy* до основи *gun*.

1.2.4. Сфера військових конфліктів

Боротьба за демократичне перетворення світу не завжди проходить мирно, у різних точках планети мають місце військові конфлікти. Оскільки мова віддзеркалює події, які мають місце в суспільстві, то логічно припустити, що збройний конфлікт на Балканах породив певну кількість новотворів, які поділяються на такі групи: 1. Вирази пов'язані з винищенням населення, з етнічними чистками. Напр.: *urbicide* (*Newsweek*, November 30, 1998, p. 16); *ethnic cleansing* (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 12); *ethnically pure* (*Newsweek*, June 21, 1999, p. 26); *ethnic purity* (*Newsweek*, April 20, 1998, p. 8B); *to ethnicize* (*Ukrainian Weekly*, January 16, 2000, p. 20). Від дієслова *to cleanse* (*Newsweek*, June 21, 1998, p. 26) утворилися вирази *ethnic cleansing* (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 12); *ethnically clean*

(*Newsweek*, May 10, 1999, p. 4); *cleansers* (*Newsweek*, May 10, 1999, p. 4); *self-cleansing* (*Newsweek*, May 10, 1999, p. 4).

2. Лексичні одиниці, що позначають воєнні дії та стабілізуючі сили. Напр.: *extraction force* (*Newsweek*, December 21, 1998, p. 19); *humanitarian wars* (*Newsweek*, June 28, 1999, p. 6).

Our latest contributions to civilization are authentic Serbian neologisms such as “ethnic cleansing” and “urbicide”, which is what we Serbs did to Sarajevo and Vukovar (*Newsweek*, November 30, 1998, p. 16). Війна на Балканах започаткувала два новотвори і кілька ЛСВ: *ethnic cleansing* та *urbicide*, які широко вживаються в публіцистичних текстах. Слово *cleansing* утворилося внаслідок метафоризації на основі тотожності, подібності винищення до чистки. *Ethnic* виконує функцію уточнення. Слово *urbicide* утворилось шляхом сполучення двох елементів: скорочення *urb* від *urban* і суфікса *-cide*. Можливо, що слово *urbicide* утворилося за аналогією зі словом *genocide*.

Під час Балканських подій сили НАТО виконували функцію відволікання збройних сил сербів. Нова функція військових підрозділів отримала назву *extraction force* (*Newsweek*, December 21, 1998, p. 19). Напр.:

How do you feel about the NATO “extraction force” in Makedonia, which is there to protect the international monitors in Kosovo (*Newsweek*, December 21, 1998, p. 19)?

Втручання в міжнаціональні конфлікти миротворців, сил НАТО чи ООН почали називати *humanitarian wars* (*Newsweek*, June 28, 1999, p. 6) *wars of values* (*Newsweek*, June 28, 1999, p. 6) та *humanitarian intervention* (*Newsweek*, June 28, 1999, p. 6).

Під виразами *humanitarian wars* та *wars of values* розуміються військові конфлікти, в які втручаються сили миротворців для того, щоб захистити мирних жителів.

But the debate over “humanitarian wars”, in Blair’s phrase, not of interest but values – has only just begun (Newsweek, June 28, 1999, p. 6).

In today’s world, “wars of values” are the only wars that many nations will ever be asked to fight (Newsweek, June 28, 1999, p. 6).

Військові конфлікти на Балканах стали звичним явищем в історії Європи: перша світова війна бере початок із Балкан, події в Сербії, Герцоговині також пов’язані з локальними війнами, а тому саме слово Балкани почали асоціювати з війною. Порівн.: *to Balkanize (International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 8).*

...hyperinflation and political instability in Germany, isolationism in the United States explain why the forces of globalization went into a retreat that by 1945 left the world economy Balkanized (International Herald Tribune, January 4, 2000, p. 8). *To Balkanize* утворене від основи слова *Balkan* і суфікса *-ize*. *Balkanized* означає нестабільну ситуацію на межі падіння, краху.

Окрім Балкан, стійку асоціацію війни викликає слово Косово та Боснія. Порівн.: *Kosovo of its own in Tibet (Newsweek, May 24, 1999, p. 17); another Bosnia (Newsweek, March 23, 1998, p. 48); Bosnia of Asia (Newsweek, April 20, 1998, p. 30).*

...Burma will once again become the war-torn “Bosnia of Asia” (Newsweek, April 20, 1998, p. 30). Наведений метонімічний вираз утворився внаслідок перенесення власної назви *Bosnia* на країну Бірма. По своїй жорстокості, бойові дії у Бірмі нагадують війну у Боснії.

Агресія Китаю проти Тибету привели до насилля над жителями цієї країни. Втручання в її внутрішні справи стало іскрою, що запалила вогонь військового конфлікту, який порівнюють із трагедією в Косово.

...many Russians would object to NATO’s actions against Serbia and that China (with “Kosovo” of its own in Tibet) would look askance at the violation of a sovereign state (Newsweek, May 24, 1999, p. 17).

За аналогією з ЛО *ethnic cleansing* (етнічні чистки) виникли вирази *economic cleansing* (економічне знищення) (*Business Week, March 15, 1999,*

p. 6); *racial cleansing* (расове винищення) (*Newsweek*, August 23, 1999, p. 36); *nuclear cleansing* (ядерне знищення) (*Newsweek*, August 23, 1999, p. 31).

Порівн.:

But no amount of neoliberal propaganda can hide the ongoing economic cleansing, perhaps more fastidious but in truth as cold-blooded and as destructive to mankind as ethnic cleansing (*Business Week*, March 15, 1999, p. 6).
 ЛО *economic cleansing*, за згубними наслідками для людства, прирівнюють до *ethnic cleansing*. Маються на увазі технологічний прогрес та жорстока конкуренція, які приведуть до масового безробіття, збідніння та росту криміногенної ситуації у країнах третього світу. Без жодного пострілу такі країни стануть економічно залежними від розвинутих країн, їх сировинними придатками та постачальниками дешевої робочої сили. *Economic cleansing* асоціюється з винищенням економічно слабких країн.

Поява військових новотворів пов'язана зі зміною функції слів, морфологічних ознак. Так, від прикметника *ethnic* утворилося діслово *to ethnicise* (*Ukrainian Weekly*, January 16, 2000, p. 20).

Оказіональне утворення *to ethnicize politics* уособлює агресивну політику російського уряду на чолі з президентом В. Путіним, яка спрямована проти чеченців. Війна розв'язана Росією на Кавказі також пов'язана з етнічним знищенням народу, який бореться за незалежність.

Mr. Putin will certainly do no less and is quite likely to do a great deal more, thus further "ethnicizing" politics in many of these countries (*Ukrainian Weekly*, January 16, 2000, p. 20).

Для опису військових конфліктів використовують оказіоналізми, синонімічні існуючим словам. Напр.: *to kill – to disappear* (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 23); *killing – disappearance* (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 23).

Garson is seeking his extradition on charges of masterminding the killing or disappearance of 94 people, including citizens of Chile, Spain, Argentina, Britain and the United States (*Newsweek*, November 2, 1998, p. 23). *Disappeare*

і *disappearance* зазнали переосмислення, під ними розуміють вбивства цивільних, які зникли за невідомих обставин.

Політичні події пов'язані з військовими конфліктами є своєрідними віхами на шляху розвитку політики. Такою історичною міткою є події на площі Тяньаньмень у Китаї. Від власної назви *Tiananmen square* (*Newsweek*, June 1, 1998, p. 28) утворились такі ЛО *Tiananmen era* (*Newsweek*, June 7, 1999, p. 32); *Post-Tiananmen China* (*Newsweek*, June 7, 1999, p. 34); *Tiananmen crackdown* (*Newsweek*, June 7, 1999, p. 36); *Tiananmen massacre* (*Newsweek*, March 30, 1998, p. 31); *before Tiananmen* (*Newsweek*, March 30, 1998, p. 31).

Not since the 1989 Tiananmen massacre has a senior leader been so bullish on democracy (*Newsweek*, March 30, 1998, p. 31). Вираз *Tiananmen massacre* асоціюється з придушенням демократії. Події на площі Тяньаньмень уособлюють антидемократичні настрої, авторитаризм, який межує з диктатурою. Політичні події в світі діляться на ті, які були до 1989 року та після нього. Порівн.: *before Tiananmen* (*Newsweek*, March 30, 1998, p. 31); *Post-Tiananmen China* (*Newsweek*, June 7, 1999, p. 34).

Після придушення демократії в Китаї, другою важливою подією в історії політики виявилися терористичні атаки в США 11-го вересня 2002 року. Ця подія залишила слід у сучасній англійській мові, а саме: *the twin towers* (*U.S. News and World Report*, December 3, 2001, p. 41); *September 11* (*U.S. News and World Report*, January 28 / February 4, 2002, p. 50).

I've been to Washington six times since the twin towers, Lewis said during a recent interview at his home in Princeton, N.J. (*U.S. News and World Report*, December 3, 2001, p. 41). У наведеному виразі використане метонімічне перенесення назви з частини на ціле. Під вежами-близнюками розуміються події 11-го вересні, коли терористи здійснили атаки торгового центру.

Військові конфлікти і війни початку XXI століття викликали до життя нові лексичні утворення, слова та словосполучення. Порівняймо: *"in contact"* (*U.S. News and World Report*, April 14, 2003, p. 35); *pre-emptive /*

preventive war (U.S. News and World Report, March 10, 2003, p. 17); enforcers (U.S. News and World Report, October 6, 2003, p. 36).

“In contact is the euphemism of choice here for having been in battle (U.S. News and World Report, April 14, 2003, p. 35). Автор поданого словосполучення визнає, що це дійсно евфемізм, вжитий з метою приховати справжні реалії військових дій в Іраку в 2003 році. На замовлення політичних сил автори публіцистичних текстів зазвичай використовують евфемізми, щоб приховати зміст війни, намагаючись замінити різкі, відверті слова м'якшими за формою та змістом.

Американські політики виправдовують будь-які засоби для досягнення своєї мети. Навіть війни почали називати випереджувальні (*pre-emptive / preventive wars*), хоча будь-яка війна, розв'язана проти іншого народу залишається війною, горем і трагедією, як би її не називали. Наприклад:

And he (G. Bush) devised a radically new concept that America has the right to launch “pre-emptive” / “preventive” war against evildoers that have such weapons before they strike (U.S. News and World Report, March 10, 2003, p. 17).

Таким чином, збройні конфлікти також поповнюють словниковий склад мови американської публіцистики оказіональними утвореннями, які складають 16,5 % від загальної кількості виявлених одиниць.

1.2.5. Сфера розваг і відпочинку

Розширення сфери послуг та пошук нових розваг привів до появи значної кількості лексичних одиниць. Виявлені ЛО, які складають 15 % від усієї кількості новотворів, ми об'єднали у кілька підгруп відповідно до сфер вжитку. До першої підгрупи відносяться оказіональні утворення, пов'язані з побаченнями. Напр.: *extreme dates (U.S. News and World Report,*

June 18, 2001, p. 52); *turbo dating* (*U.S. News and World Report*, June 4, 2001, p. 43); *speed dating* (*U.S. News and World Report*, June 4, 2001, p. 43).

Turbo dating has an appeal. Turbo dating isn't for everyone; a number of psychologists express concerns that fast date functions put more time pressure on already stressed Americans (*U.S. News and World Report*, June 4, 2001, p. 43). *Turbo dating* – новий вид побачення, запроваджений агенціями для самотніх людей. Під *fast date* (*speed dating*) розуміють короткочасне побачення, під час якого чоловік і жінка проводять сім розмов наодинці, кожна з яких триває сім хвилин.

Друга група об'єднує оказіональні утворення, які походять зі сфери спорту. Порівн.: *Mexican wave* (*Newsweek*, February 15, 1999, p. 41); *Barmy army* (*Newsweek*, February 15, 1999, p. 41); *ice-climbing* (*National Geographic*, December 1996, p. 88); *tennis clinic* (*Travel and Leisure*, December 1997, p. 83); *a coaster* (*Newsweek*, December 29, 1997 / January 5, 1998, p. 6); *day-trippers* (*Newsweek*, June 15, 1998, p. 22); *the sky-diving* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 69).

Scaling instantly steep ice, like this glacial pitch, became less crazy thanks to Yvon Chauinard, dean of modern ice-climbing (*National Geographic*, December 1996, p. 88). Такий вид спорту як *ice-climbing* з'явився нещодавно. Він подібний до альпінізму, але замість скель, його любителі долають кручі покриті льодом.

At cricket match in Sydney last month, police expelled dozens of fans for starting the "Mexican wave", which is forbidden because participants hold cups of beer while they throw up their arms (*Newsweek*, February 15, 1999, p. 41). *Mexican wave* означає одночасний рух рук великої кількості болільників на спортивних матчах, які тримають пляшки із пивом.

Новотвори, пов'язані з незвичними захопленнями і розвагами, відносяться до третьої підгрупи: *space-tourist* (*Newsweek*, December 29, 1997/January 5, 1998, p. 71); *whale-watching* (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 24); *calorie counters* (*Newsweek*, June 8, 1998, p. 9).

Some of the business schemes are gimmicky-delivering people's cremated remains into orbit or taking "space-tourists" for one hour spin in low-Earth orbit (Newsweek, December 29, 1997/January 5, 1998, p. 71). Багаті люди знайшли собі ще один вид розваг. На цей раз, це – одногодинна подорож ракетою навколо землі. *Space-tourist* – не просто турист, а дуже багатий турист, який шукає розваг на околотемній орбіті.

Четверту підгрупу виразів об'єднує спільна тема – місця розваг, до яких ми віднесли парки і зони відпочинку, які ми поділили на три групи:

1. Місця відпочинку, пов'язані з іменем власника компанії У. Діснеєм. Напр.: *Disneyland (Newsweek, July 12, 1999, p. 67); Disney (Newsweek, July 12, 1999, p. 67); EuroDisney (Newsweek, October 12, 1998, p. 25); Disnesque (Newsweek, July 6, 1998, p. 24).*

2. Зони розваг, які названі за аналогією з іменем одного з персонажів мультфільму Мікі Мауса. Напр.: *Mickey Mouse (Newsweek, July 12, 1999, p. 67); Mickey (Newsweek, March 15, 1998, p. 6).*

3. Парки відпочинку, які мають відмінні назви від вищеназваних. Порівн.: *Magic Kingdom (Newsweek, July 12, 1999, p. 67); fantasyland (Newsweek, July 12, 1999, p. 67).*

At Clinton's first stop, in the ancient imperial capital of Xian, the Chinese put on a Disnesque "Emperor's welcome" of scholars in fur-lined robes, bannerme and sleek maidens (Newsweek, July 6, 1998, p. 24). Від імені власника компанії У. Діснея утворився прикметник *Disnesque*. Подане слово зазнало функціональних змін, оскільки наведений прикметник утворився від іменника *Disney*.

Від іменника *Disney* утворилося дієслово *to Disneyfy*. Напр.:

While Wynn and Bennett were Disneyfying the strip with automated pirate shows indoor theme parks, he catered to blue-collar gamblers at Bob Stupak's vegas world... (Time, May 6, 1996, p. 75). Дієслово *Disneyfy* утворилось від основи іменника *Disney* та суфікса *-fy*. Слово вжито із значенням "прикрашати, робити привабливим".

Поряд із наведеними вище назвами з'являються такі okazіоналізми, як: *theme park* (*Newsweek*, April 6, 1998, p. 8D); *theme* (*Newsweek*, April 6, 1998, p. 8D); *to theme out* (*Newsweek*, April 6, 1998, p. 8D). Від ЛО *theme park*, де *theme* виступає прикметником утворився іменник *theme*, від якого, в свою чергу, утворилось дієслово *to theme out*.

Theme parks' wildly successful formula, already copied by theme retail stores and restaurants, will work its way into museums and visitor centers (*Newsweek*, April 6, 1998, p. 8D). Під *theme* розуміють парки розваг подібні до парку У. Діснея.

Some well-established themes may start wheezing with age: boredom with theme machines like Hard Rock Cafe and Planet Hollywood could produce extreme mutations (*Newsweek*, April 6, 1998, p. 8D). У наведеному реченні вираз *theme park* зазнав скорочення, внаслідок якого утворився okazіоналізм *theme* із значенням парк розваг.

Airports, movie theaters, office buildings – all will “theme out” (*Newsweek*, April 6, 1998, p. 8D). Від словосполучення *theme parks* утворився okazіоналізм *to theme out*, який вживають із значенням створити оточення з метою керувати почуттями і здоров'ям людей.

Слідом за Б.Ю. Норманом, визнаємо існування окремих закономірностей у появі та моделюванні okazіональних утворень: 1) залежність номінативних можливостей слова в контексті від його експресивного потенціалу; 2) прив'язка okazіональної номінації до свого контексту [Норман, 1996: 17]. Також поділяємо думку М.С. Ретунської про співвіднесеність okazіоналізмів із розмовним мовленням [Ретунская, 1974: 16]. Їх поява залежить від мети мовця. До першої групи відносяться okazіональні утворення, які утворюється носіями мови для заповнення пропусків в ідіолексиконі мовця. Порівняймо:

He's been fed up from a golden spoon, sniffs a local publisher (*Newsweek*, September 7, 1998, p. 30). Наведена лексична одиниця утворена за аналогією з існуючою *to be born with a silver spoon*. Людина, про яку

йдеться у поданому реченні, займає високе соціальне становище та походить із дуже багатой сім'ї.

До другої групи відносяться новотвори, які слугують експресивними еквівалентами загальноприйнятих слів і словосполучень [Розен, 1991: 5]. Напр.: *Magic kingdom (Disneyland) (Newsweek, May 17, 1999, p. 58)*; *to sell the idea (to advertise) (Time, September 23, 1996, p. 51)*; *a blue flesh (nuclear plant) (Newsweek, October 11, 1999, p. 30)*.

Як знаки номінації і знаки емотивності, фразелогічні інновації виконують номінативно-кваліфікуючу та номінативно-зображальну функцію [Смерчко, 1997: 15]. Лексичні та семантичні новотвори мають прагматичне спрямування, яке узгоджується з прагматикою тексту.

Внаслідок аналізу творення семантичних новотворів ми доходимо висновку про те, що семантичні зміни є продуктивним способом номінації нових понять, які виникають у різних сферах людської діяльності. Семантичні оказіональні утворення слугують засобом підсилення експресії лексики за рахунок утворення більш виразних, образних лексичних одиниць – синонімів до вже існуючих нейтральних слів.

Кількість новотворів у різних тематичних групах залежить від інтенсивності розвитку відповідних видів людської діяльності та від інтенсивності змін у способі життя суспільства. Найбільше новотворів виявлено в суспільно-політичній сфері (36,4%), менше їх в економічній (17,1%), технологічній (15%), військовій (16,5%) і сфері розваг (15%).

Таким чином, фразеологічні та лексичні новотвори свідчать про мовні зміни у публіцистичних текстах США, які відображають процеси у суспільному житті країни. Терміни, словосполучення та ФО видозмінюються в словотворчому плані по лінії лінгвістичної аналогії, а в семантичному – по лінії контрасту, смислового протиставлення.

РОЗДІЛ 2. СЛОВОТВІРНІ ЗМІНИ

Динамічний підхід до дослідження змін у морфології мови американської публіцистики кінця ХХ – початку ХХІ століття вимагає аналізу закономірностей формування мовних одиниць. Динаміка розвитку мови співвідноситься з принципом похідності мовних одиниць, із трансформаціями, модифікаціями мовного знака [Кудрявцева, 1992: 18]. Похідні слова, як відомо, утворюють більшу частину словникового складу мови, яка є не тільки найгнучкішою, але й такою, що постійно розвивається. Легко виникаючи в мовленні в міру необхідності, нові похідні слова найприроднішим способом відображають зміни, що відбуваються в реальному світі та навколишньому середовищі. Постійне поповнення лексики тієї чи іншої мови за рахунок похідних слів слугує придатним матеріалом для вивчення шляхів функціонування мови, її зв'язку з розвитком суспільства [Полюжин, 1999: 20]. Семантику похідного слова у словотворчому контексті репрезентовано двома способами: 1) дефініційно, коли присутнє мотивуюче слово (як окремо взяте так і в словосполученні); 2) іншими лексичними засобами, що включають різні перифрази похідного, пояснення семантики синонімічними засобами тощо [Полюжин, 1999: 212].

Динаміку мовних змін значною мірою зумовлено динамікою розвитку словотвору. Активність функціонального словотворення властива різним сферам спілкування сучасної англійської мови, серед яких найяскравіше виділяється публіцистика. Під словотворенням ми розуміємо систему динамічних моделей та процесів у мові. Функціональний підхід до вивчення основної одиниці словотворення поглиблює наявні знання як про саме похідне слово, його мотивацію і формування семантики, так і про контекст, що його оточує. Відкритий характер лексичної системи пов'язують із особливостями підсистем похідних слів, активною дією словотворчих процесів [Харитончик, 1986: 41]. Питанням словотвору та

поповнення словникового складу англійської мови присвятили свої праці: О.Д. Мешков [1985], Л.Ф. Омельченко [1981, 1989], Ю.А. Зацний [1997, 1999], А.Е. Левицький [1998, 2001], В.І. Заботкіна [1981, 1991], О.С. Кубрякова [1986, 1988] та інші. Найповніший опис дериваційного механізму мови за своїми функціями здійснено О.А. Земською, до яких вона зараховує: 1) номінативну; 2) конструктивну; 3) компресивну; 4) експресивну; 5) стилістичну [Земская, 1992: 8]. Проте процеси словотворення в сучасній англійській мові на синхронному зрізі залишилися поза увагою дослідників і потребують вивчення та аналізу, оскільки вони є показниками динамічної системи в реальному використанні.

Шляхами поповнення словникового складу мови є запозичення, розвиток нових значень наявних одиниць і конструювання нових слів за існуючими продуктивними словотворчими моделями. Оскільки фактори частотності відіграють свою роль при означуванні світу, то регулярні моделі словотворення мають більше шансів на використання в процесі утворення okazionalizmів. Аналіз словотворчих моделей дозволяє простежити процес та принципи формування нових понять у суспільстві, тому що словотвір, забезпечуючи процес комунікації відіграє важливу роль у класифікаційно-пізнавальній діяльності людини і є одним з основних засобів поповнення словникового складу мови [Кубрякова, 1998: 467]. Словотвір пов'язаний із комунікативною діяльністю індивіда [Левицкий, 2002: 414].

Нові назви, народжені для того, щоб відобразити нові поняття, формуються на рівні слова у вигляді похідних одиниць [Кубрякова, 1978: 50]. Постійна поява у мові похідних утворень, виступаючи закономірним процесом, впливає з творчого характеру мовленнєвої діяльності в цілому. Як справедливо зауважує Г.Г. Гадамер, вказуючи на зумовленість появи нової лінгвістичної одиниці лінгвістичними факторами, унікальна властивість мови полягає в тому, що будь-яке слово в ній породжується і

пробуджується іншими, викликаючи до життя нові слова й відкриваючи шлях мовленнєвому потокові [Гадамер, 1988: 356]. Похідне слово, яке є складнішим за структурою від слова простого, є прозорішим та інформативнішим за значенням. Похідні слова легко утворюються на базі вже існуючих у мові слів і так само легко декодуються та запам'ятовуються. Для розуміння нового слова часто достатньо знати вихідне мотивуюче слово, тоді як для введення нового простого слова без відповідного контексту досить важко його декодувати. Таким чином, мотивуюча основа для похідного слова є своєрідним “маленьким контекстом”, у якому накопичуються знання, необхідні для виведення його значення [Полюжин, 1999: 134]. У рамках похідного слова як номінації характерним є відсилання до вже існуючого знака або знаків мови, і тут реалізується своєрідне позначення невідомого через відоме, поєднання нового досвіду зі старим. Представлене у розчленованій формі, похідне слово допомагає асоціювати позначуваний ним предмет, дію або ознаку з тим, що відомо з попереднього досвіду. Позначаючи якийсь фрагмент дійсності, похідне слово співвідносить його з уже відомим явищем і тим самим полегшує його розуміння. Слід підкреслити, що відмінною рисою похідного слова є те, що вся різноманітність досвіду й знання людини, її картина світу представляється в ньому у вигляді словотворчих значень, моделей, рядів, гнізд і їм подібних. Воно наділене здатністю об'єднувати різні концепти в єдине ціле й позначати нові реалії уже наявними конструкціями. Утворення похідного за словотворчою моделлю відбувається як акт номінативної діяльності, що відображає пізнання навколишнього світу й спостереження за цим світом [Полюжин, 1999: 134].

У лінгвістиці існує інший підхід до поняття словотворчої деривації – це аналіз від змісту до вираження. У цьому випадку ми рухаємося від значення і ставимо собі запитання стосовно того, яке формальне вираження це значення знаходить у даній конкретній мові. Цей аспект

отримав назву ономасіологічного (див. Плотникова, 2000). Динамічний аспект аналізу похідного слова дозволяє уявити реконструкцію словотворчого процесу. Ми можемо уявити цей процес співставляючи новотвір з розгорнутим описом, який передує вербальному втіленню. Отже, динамічний підхід, пов'язаний з дослідженням процесу словотворення дозволяє розглядати його як складне перетворення лексичних одиниць. Звернення до словотворчих актів допомагає розкрити процеси, що складають динамічну сутність мови. Ми розглядаємо динаміку і статику як дві взаємопов'язані і взаємозумовлені сторони мови, які складають її діалектичну єдність.

На основі виявлених оказіональних утворень ми здійснили спробу визначити обриси і склад діючого ядра словотворчої системи мови американської публіцистики, розмежувати складові компоненти за ступенем їх активності та відділити ядрові моделі від периферійних. Досліджуваний масив нараховує 1800 мовних одиниць, серед яких 1483 оказіональні утворення та 316 зареєстрованих одиниць.

Словотвір виступає одним із основних шляхів розширення функціонального складу мови і пов'язаний із мовленнєвою діяльністю [Левицкий, 1998: 272], передачею знань про світ, структуруванням елементів навколишнього світу, виділених і опанованих суб'єктом мовлення [Шахнарович, 1991: 214]. До динаміки словотворчих процесів, які ґрунтуються на функціональній переорієнтації, відносимо:

1. динаміку продуктивності словотворчих моделей (продуктивність афіксів і утворення слів за допомогою афіксоїдів);
2. динаміку, зумовлену появою нових найменувань (новотвори);
3. динаміку словотворчих процесів морфології (конверсія);
4. динаміку, зумовлену синтаксичним словоскладанням.

До змін у морфології ми відносимо афіксальний словотвір, телескопійне словотворення, скорочення та утворення слів за допомогою афіксоїдів. Ми поділяємо думку О.Д. Мешкова про те, що словотворчий

акт призводить до появи нової лексичної одиниці [Мешков, 1976: 12]. Утворення нових слів у мові публіцистики відбувається згідно з певними зразками, словотворчих моделей, які мають характерні ознаки: загальне категоріальне значення (належність до певної частини мови), структурний склад, словотворче значення (характер смислового зв'язку із вихідним словом) і продуктивність [Бортничук, 1988: 11; Чекалина, 1991: 48; Кубрякова, 1977: 235]. Продуктивні моделі є провідними, опорними в словотворчій системі, вони створюють ядро мовної системи, визначають її розвиток і зміни. Непродуктивні моделі знаходяться на периферії системи, входять до неї, але є малодіючими у порівнянні з продуктивними [Жлуктенко, 1983: 6; Шелихова, 1976: 76]. Під продуктивними ми розуміємо такі моделі, за зразком яких утворюється значна кількість нових слів [Бортничук, 1988: 11].

О.С. Кубрякова, аналізуючи словотвір, виокремлює три типи словотворчих процесів за характером джерела деривації:

- 1) аналогічний (лексичний). Словотворчий процес відбувається з орієнтацією на готовий лексичний зразок або низку таких зразків;
- 2) кореляційний (морфологічний). Нове найменування виникає як правильний дериват звичайної кореляції;
- 3) дефініційний (синтаксичний). Поява похідного слова відбувається шляхом перетворення вихідної дефініції позначуваного в його назву. Джерелом похідного слова можна вважати судження про позначуване, в якому обов'язково присутнє мотивуюче слово [Кубрякова, 1981: 151].

2.1. Афіксальний словотвір

Новотвори, виявлені в мові публіцистичних текстів, утворюються за аналогією з існуючими ЛО на основі продуктивних словотворчих моделей, які розширюють і поповнюють словниковий склад мови. Мовні засоби

стають активно вживаними завдяки дії аналогії. Функціональна переорієнтація демонструє тенденцію до поширення в рамках системи англійської мови дії закону лінгвістичної аналогії, коли мовний засіб і модель, за якою він збудований, стає зразком для створення нових мовних одиниць [Левицкий, 2001: 51]. Афіксація є яскравим прикладом застосування аналогії як основи словотворення.

17% виявлених нами новотворів у публіцистичних текстах припадає на долю суфіксального словотворення. Таблиця 3 ілюструє кількість виявлених оказіоналізмів, утворених суфіксальним шляхом.

Таблиця 3.3

Оказіоналізми, утворені суфіксальним шляхом

№ п/п	Модель	Кількість	Процентне відношення
1	$v+er=n$	43	35%
2	$adj.+ly=adv.$	4	3,3%
3	$n+ist=n$	5	4%
4	$n+ism=n$	29	23,5%
5	$adj.+ness=n$	9	7,35%
6	$n+ize=v$	9	7,35%
7	$v+ation=n$	24	19,5
	Всього	123	100 %

У ході дослідження ми виявили такі моделі утворення слів у публіцистичних текстах США кінця XX – початку XXI століття:

1. $v+er \rightarrow n$. Напр.: *knower* (*The International Educator*, February 2000, p. 30).
2. $adj.+ly \rightarrow adv.$ Напр.: *blessedly* (*Travel and Leisure*, December 1997, p. E12).
3. $n+ist \rightarrow n$. Напр.: *splittist* (*Newsweek*, May 31, 1999, p. 51).
4. $adj.+ism \rightarrow n$. Напр.: *triumphalism* (*Newsweek*, October 11, 1999, p. 130).
5. $adj.+ness \rightarrow n$. Напр.: *everydayness* (*Newsweek*, March 22, 1999, p. 4);
6. $n+ize \rightarrow v$. Напр.: *winter* \rightarrow *to winterize* (*Newsweek*, May 31, 1999, p. 25).
7. $n+ation \rightarrow n$. Напр.: *feminization* (*Newsweek*, May 18, 1998, p. 17).

Аналіз суфіксальних утворень дозволяє стверджувати, що словотворчі суфікси у мові американської публіцистики – це елементи, які приєднуючись до основи, виконують одну з таких функцій:

1. Транспонуючу, яка переводить словотворчу основу в іншу частину мови: *to pollute* → *polluter* (*Time*, June 8, 1998, p. 92); *to bless* → *blessedly* (*Travel and Leisure*, December 1997, p. E12); *kindergarten* → *kindergartener* (*U.S. News and World Report*, June 3, 2002, p. 52).

2. Ідентифікуючу, яка переводить словотворчу основу в інший лексико-граматичний розряд [Лысакова, 1981: 31; Красных, 2001: 58]. Порівн.: *silence* (стан) → *silencer* (особа) (*Newsweek*, May 31, 1999, p. 29); *diet* → *dieter* (*Newsweek*, December 29, 1997/ January 5, 1998, p. 81).

Наведені приклади є свідченням явища транспозиції, яке полягає в тому, що більша частина продуктивних суфіксів, виявлених у публіцистичних текстах, є категоріальними, тобто, сприяють утворенню частини мови від іншої частини мови [Мешков, 1976: 32; Кубрякова, 1978: 52]. Мало зустрічається розрядних суфіксів, які переводять слова із одного лексико-граматичного розряду в інший в межах однієї і тієї ж частини мови.

У процесі дослідження виявлено, що суфікс *-er* у поєднанні з дієслівними основами характеризується високою продуктивністю, оскільки 35 % виявлених okazionalizmів утворені за його допомогою (43 слова). Напр.: *polluter* (*Time*, June 8, 1998, p. 92); *developer* (*Environment: The Next Frontier*, 1999, p. 11); *cyberscriber* (*U.S. News and World Report*, February 10, 2003, p. 86); *sexplorer* (*U.S. News and World Report*, April 19, 2001, p. 55).

Нові слова з'являються внаслідок приєднання суфікса *-er* до основи іменника ($n+er \rightarrow n$). Порівн.: *silencer* (*Newsweek*, May 31, 1999, p. 29); *gamer* (*Newsweek*, July 12, 1999, p. 10); *modelizer* (*The New York Times*, January 4, 2000, p. C24); *clicker* (*Newsweek*, July 5, 1999, p. 37); *Englander* (*Newsweek*, May 17, 1999, p. 4); *nester* (*Newsweek*, August 2, 1999, p. 53);

roader (*Newsweek*, May 4, 1998, p. 35). Нові слова зберігають смисловий зв'язок із вихідними величинами. Утворені похідні слова є семантично похідними, тобто їх значення можна вивести із значення вихідної одиниці. Ми розглядаємо похідне слово як особливу одиницю номінації, яка є вторинною через те, що її значення виявляється через семантику іншого вихідного знака. Останній виконує роль твірної основи. Семантична спорідненість, яка базується на формальній співвіднесеності однієї одиниці з іншою, дає підстави вважати вмотивованість однією з основних ознак похідного слова. Можемо уявити смислову структуру похідного слова через структуру вихідного: *Englander* – житель Англії (країни), *gamer* – гравець та інші (див. додаток А).

Результати дослідження свідчать про те, що okazіоналізми утворюються не тільки від слів, а й від словосполучень.

Оказіональні утворення виникають шляхом додавання суфікса *-er* до основи складного іменника. Порівняймо: *blue-chippers* (*U.S. News and World Report*, December 24, 2001, p. 32); *dead-enders* (*U.S. News and World Report*, December 29, 2003/ January 5, 2004, p. 13); *Doomsdayers* (*U.S. News and World Report*, December 17, 2001, p. 2).

Похідні слова співвідносяться зі словосполученнями, які передають семантично еквівалентну думку [Полюжин, 1999: 27]. Нові слова утворюються шляхом приєднання суфікса *-er* до будь-якої дієслівної основи. Напр.: *to do an exercise* → *exerciser* (*U.S. News and World Report*, May 27, 2002, p. 38); *to push paper* → *paper pusher* (*Newsweek*, March 30, 1998, p. 2); *to open eyes* → *eye-opener* (*Newsweek*, November 9, 1998, p. 8F); *to wave banner* → *banner-wavers* (*Newsweek*, November 9, 1998, p. 21); *to get a vote* → *vote getter* (*U.S. News and World Report*, April 19, 2001, p. 28); *to make money* → *moneymaker* (*Newsweek*, April 26, 1999, p. 53); *to solve problems* → *problem solver* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 4); *to do evil* → *evildoer* (*U.S. News and World Report*, April 15, 2002, p. 22); *hunter-killer* (*U.S. News and World Report*, December 17, 2001, p. 13); *to blow whistle* →

whistleblowers (*U.S. News and World Report*, January 20, 2003, p. 30); *to give opinion* → *opinion giver* (*Newsweek*, August 17, 1998, p. 53); *to stop crime* → *crime stopper* (*Newsweek*, March 23, 1998, p. 8D); *to do over* → *do-over* (*Time*, September 7, 1998, p. 40); *to seek asylum* → *asylum-seekers* (*Newsweek*, February 22, 1999, p. 40); *to make opinion* → *opinionmaker* (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 27); *to bite nails* → *nail-biter* (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 6); *to greet people* → *people greeter* (*The New York Times*, January 4, 2000, p. C4); *to make policy* → *policymaker* (*U.S. News and World Report*, September 30, 2002, p. 64). Наведені деривати дають змогу виразити у стислій формі те, що точніше й розгорнутіше передають словосполучення.

Наприклад, слово *exerciser* – лаконічне та зрозуміле читачеві, оскільки утворене від дієслова *to exercise*.

A new Cybex line features seats that don't require laborious tugging to adjust, magnetic pins...and arm machines that let the exerciser use one arm at a time (*U.S. News and World Report*, May 27, 2002, p. 38).

Службовців компаній, які мають справу з паперовою роботою, називають *paper pushers*. Це складне слово утворене шляхом приєднання суфіксі *-er* до дієслівної основи словосполучення *to push papers*.

Relatively few modern office workers are dead-end paper pushers, but neither are they high-technology whiz kids... (*Newsweek*, March 30, 1998, p. 2).

Умотивованість похідного слова означає не тільки наявність перехресних областей референції, а й розчленованість смислової структури похідного слова. Похідні іменники містять значення, які вказують на предмет, стан або місце, пов'язані з похідними словами, наприклад: *dieter* пов'язане зі станом *diet*, *nester* – з місцем *nest*. У випадку із дієсловами, навпаки, предмети позначені через вказівку на дії, які вони здійснюють: *to give opinion*, *to make money*, *to solve problems*.

Логіка утворення нових слів пов'язана не тільки з необхідністю пов'язати попередній досвід із новим, задовольнити потребу в нових значеннях та відобразити зміни, що відбуваються в світі [Кубрякова, 1978:

52; Полюжин, 1999: 20; Fowler, 1991: 151; Van Lier, 1995: 46]. Вважаючи слово найважливішою номінативною та основною когнітивною одиницею мовної системи (воно є носієм інформації не тільки про мовну, а й про позамовну дійсність), ряд лінгвістів виділяє в ньому його комунікативний аспект [Полюжин, 1999: 130; Кубрякова, 1984: 15]. Й.А. Стернін відзначає, що слово одночасно є номінативною і комунікативною одиницею [Стернін, 1985: 17]. Водночас, як справедливо зауважує А.А. Уфимцева, воно є і основною когнітивною одиницею мовної системи [Уфимцева, 1988: 118]. Ці три функції слова (номінативна, комунікативна, когнітивна) тісно взаємопов'язані й дають можливість його різнобічного опису, оскільки без номінації немає комунікації, а без когніції не може бути й номінації.

Приєднуючись до основи іменника, суфікс *-er*, виконує називну функцію, тобто репрезентує виділений в акті номінації об'єкт засобами мови, та бере участь у творенні похідних, які мають агентивне значення:

1. Член групи, послідовник певних поглядів, спорту: *jogger* (*Newsweek*, June 8, 1998, p. 9); *dieter, nondieter* (*U.S. News and World Report*, October 20, 2003, p. 55); *snorkel* (*U.S. News and World Report*, February 10, 2003, p. 86); *ponger* (*Newsweek*, April 12, 1999, p. 6); *camper* (*Environment: The Next Frontier*, 1999, p. 33).

The Potomac just upstream of the nation's capital is one of the finest urban wilderness rivers in the world, beloved by serious hikers, birders, anglers, canoeists and kayakers (*National Geographic*, December 1996, p. 46). Слова *kayaker, birder* виконують характеризуючу та називну функції в реченні, об'єднуючи людей у групи за інтересами.

2. Людина, діяльність або погляди якої характеризується словотворчою основою: *planner* (*U.S. News and World Report*, October 13, 2003, p. 48); *achievers* (*U.S. News and World Report*, October 13, 2003, p. 51); *preparer* (*U.S. News and World Report*, March 10, 2003, p. 42); *signer* (*U.S. News and World Report*, January 20, 2003, p. 9); *modernizer* (*Newsweek*,

September 27, 1999, p. 27); *unifier* (*Newsweek*, November 1, 1999, p. 45); *crusader* (*Time*, April 6, 1998, p. 73).

Politically, all are on the center-left, and all modernizers, even if Jaspin doesn't like the Third way... (*Newsweek*, September 27, 1999, p. 27). Слово *modernizers* – поліфункціональне, оскільки не обмежується однією характеризуючою функцією. Воно виконує компресивну (за формою одного слова приховується зміст цілого речення, оскільки розуміються політики, які намагаються змінити існуючу ситуацію), експресивну (надає висловленню виразності), атрактивну (привертає увагу читача) та прагматичну (впливу на читача) функції у наведеному реченні.

On one side, the formidable Kohl – unifier of his country, tireless advocate of European unity (*Newsweek*, November 1, 1999, p. 45). Слово *unifier* виконує характеризуючу функцію, воно утворене шляхом приєднання суфікса *-er* до дієслівної основи.

При когнітивному підході до мови на перший план виступають знання людини про світ, які об'єктивуються у словах як номінативних одиницях. До когнітивних функцій слова А.А. Уфимцева відносить: позначення предметів, узагальнення та абстрагування їх властивостей, ідентифікацію на основі набутого досвіду, відображеного у значеннях слів і утворення нових змістів мовленнєвими одиницями [Уфимцева, 1986: 60]. Крім того, слова як номінативні одиниці містять когнітивні думки, пов'язані з осмисленням названої структури певної сфери діяльності [Полюжин, 1999: 130]. Особливо яскраво когнітивна функція слова виявляється в словотворчій номінації, оскільки словотворчі одиниці мають когнітивну структуру з уже заданими концептами, що зумовлено фундаментальною особливістю похідної лексики – її подільністю [Полюжин, 1999: 130].

Основоположним принципом когнітивного дослідження у словотворі, як вважає О.М. Позднякова, є принцип мовної репрезентації людського досвіду через призму людської діяльності. З когнітивної точки

зору важливо, щоб в актах номінації своє позначення отримали не тільки деякі ситуації, явища або предмети, але й фрагменти людського досвіду або знання, включені до певного виду діяльності, завдяки чому вони вже усвідомлені та інтерпретуються відповідно до цієї діяльності й характеру участі в ній самої людини. Наслідком цього принципу є той факт, що, не дивлячись на обмежену (у морфемному плані) мовну репрезентацію, концептуальна структура слова відображає й ті елементи ситуації дій, які експліцитно не виражені [Позднякова, 1998:135]. Похідні, виступаючи комплементарними одиницями, тримають у довготривалій пам'яті людини певні знання, що репрезентують світ і при необхідності виводяться з неї. Однак, на відміну від лексикону, де знання вже готові, у контексті реального використання похідні слова набувають рухомих та гнучких значень. Нові похідні слова виникають у публіцистичному тексті й стають суттєвою частиною його динамічних процесів. Як цілком справедливо зазначає О.С. Кубрякова, “похідне слово виступає мовною структурою представлення знань, а словотворча модель – формулою регулярного введення у похідні слова певних знань про об'єкти, процеси й ознаки, розуміння яких у тексті слід вивчати в ході застосування деяких когнітивних операцій відновлення повних структур знань, скороченими аналогами, яких вони виступають” [Кубрякова, 1996: 16-17]. Функціонуючи в публіцистичному тексті, слово неминуче адаптується своїм лексичним значенням до конкретних умов тексту, позначаючи не тільки фрагмент дійсності, за яким закріплено його лексичне значення у певній культурі, а й фрагмент дійсності, виділений автором зі своїх фонових знань на основі загальнокультурної бази даних. Тим самим, окреме взяте слово стає вираженням концептуальної організації знань пам'яттю мовця, а виникнення у нього нових значень пов'язується зі структурами представлення знань [Полюжин, 1999: 153].

Словотворчий акт виступає актом категоризації. У системі словотворення роль категоризаторів і класифікаторів дійсності виконують

словотворчі форманти (афікси), для яких характерне окреме категоріальне значення [див. напр., Харитончик, 1992: 104; Новицкая, 1998: 120; Петрухина, 1998: 125; Раевская, 1998: 131; Полюжин, 1997: 85]. Вони є тими когнітивними стрижнями, які забезпечують включення слова до певного класу та його правильну інтерпретацію. Кожен афікс може розглядатися у ролі оператора, що фіксує у складі похідного слова його категоріальну належність [Кубрякова, 1994: 6]. Як категоризатор, він може виконувати транспонуючу функцію, характеризуючись загальнокатегоріальним значенням, тобто таким, що відповідає найзагальнішим поняттєвим категоріям окремих частин мови [Архипов, 1998: 19]. Як класифікатор, словотворчий афікс наділений частковим категоріальним значенням, що відповідає певним розрядам всередині загальних категорій [Тропина, 1998: 147].

Утворення похідних у термінах когнітивізму можна охарактеризувати таким чином: нове поняття концептуалізується на основі подібних концептів, уже наявних у голові (мозку) людини. Концепт категоризується (входить у деякий клас понять) і всередині цього класу переосмислюється, тобто утворюється когнітивна семантична структура на підставі словотворчого значення [Кубрякова, 1990: 13]. Наведену думку підтверджує R. Hudson, який зауважує, що існує достатньо підстав на користь того, що лінгвістичні структури тісно пов'язані з загальними когнітивними структурами [Hudson, 1985: 215]. Слово (іменник) виникає для того, щоб утримувати в пам'яті і фіксувати певну структуру знань, однак в акті семіозису нове поняття знаходить для свого вираження тіло знака, яке стає матеріальним замісником структури знань. Після апробації слова спільнотою і реєстрації в словнику воно не може залишатися бездіяльним по відношенню до розвитку самої структури знань і до особливостей використання та розуміння цієї структури окремими мовцями. Значення знака змінюється, оскільки в ході використання роль знака (назва) полягає в тому, щоб активізувати певну структуру знань, що

асоціюється зі знаком. Знання – динамічна сутність як для мовця (який може знати більше або менше про щось), так і для суспільства (в силу прогресу і постійного процесу росту знань) [Кубрякова, 1997: 306]. Разом з розширенням знань про предмет відбувається розширення або уточнення екстенціонального обсягу знака в порівнянні з тим, який був зафіксований його інтенціоналом і закріплений початково його назвою. Такі операції відбуваються згідно схеми: СТРУКТУРА ЗНАНЬ – НАЗВА, ЩО СПІВІДНОСИТЬСЯ – РОЗВИТОК СТРУКТУРИ ЗНАНЬ – ЗАКРІПЛЕННЯ ЗА НАЗВОЮ НОВИХ ЗНАЧЕНЬ і НОВОЇ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ.

З точки зору функціонально-прагматичного підходу утворені іменники виконують прагматичну функцію, оскільки сама поява нового слова відповідає прагматичним потребам мовця. Відправник повідомлення вибирає з наявного лексичного репертуару те, що найкращим чином виражає його думки і почуття. Якщо в лексиконі відправника такого слова нема, то він видозмінює стару чи створює нову ЛО [Кубрякова, 1986: 86]. З іншого боку, будь-яка семантична новизна породжує новизну прагматичну.

У процесі пізнавально-практичної діяльності мовця утворення слова ґрунтується на селекції істинної інформації про даний об'єкт. Прийнято вважати, що при створенні звукової оболонки слова зазвичай використовують одну із найсуттєвіших ознак предмета чи процесу, які виступають у ролі об'єкта найменування. Поряд із виразними ознаками можуть бути вибрані маловиразні риси, здатність яких до вирізнення є досить слабкою. Мотивація встановлює конекції між мотиватором і мотиватом й іншими імплікованими позиціями [Селиванова, 2000: 166].

Аналізуючи номінативні одиниці, утворені за допомогою суфікса *-er*, ми виявили, що найменування концепту ЛЮДИНА в слотовій позиції агенса найчастіше висвітлює конекції зі слотами:

1. Предиката-мотиватора: *gamer* (*Newsweek*, July 12, 1999, p. 10); *schemer* (*Time*, April 6, 1998, p. 44); *unifier* (*Newsweek*, November 1, 1999, p. 45);

2. Предиката і об'єкта дії: *paper pusher* (*Newsweek*, March 30, 1998, p. 2); *moneymaker* (*Newsweek*, April 26, 1999, p. 53); *opinion givers* (*Newsweek*, August 17, 1998, p. 53); *crime stoppers* (*Newsweek*, March 23, 1998, p. 8D); *do-overs* (*Time*, September 7, 1998, p. 40); *nail-biter* (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 6); *note-takers* (*The New York Times*, January 4, 2000, p. A8); *attention-getter* (*Newsweek*, June 22, 1998, p. 39); *wage-earner* (*The New York Times*, January 4, 2000, p. A6).

3. Використовуються також мотиватори:

- медіатив: *kayaker* (*National Geographic*, December 1996, p. 46); *shipper* (*Environment: The Next frontier*, 1999, p. 25); *dot-commer* (*U.S. News and World Report*, November 25, 2002, p. 40);

- локатив: *Englander* (*Newsweek*, May 17, 1999, p. 4); *nester* (*Newsweek*, August 2, 1999, p. 53); *roader* (*Newsweek*, May 4, 1998, p. 35); *net-worker* (*U.S. News and World Report*, July 21, 2003, p. 6);

- корелятив: *silencer* (*Newsweek*, May 31, 1999, p. 29); *schooler* (*U.S. News and World Report*, October 20, 2003, p. 66); *doubter* (*U.S. News and World Report*, April 28, 2003, p. 40); *backpackers* (*Newsweek*, September 27, 1999, p. 72);

Backpackers and kayakers explore wilderness tracts little changed since the time of Lewis and Clark (*Newsweek*, September 27, 1999, p. 72). Однією з найсуттєвіших ознак подорожі або туризму є рюкзак, який виступає елементом об'єкта найменування (*backpackers*). У даному випадку виокремлено виразну ознаку любителів пішохідних подорожей. Рюкзак як вагома ознака та символ мандрівника корелює з туризмом.

Словотвір за рахунок дії семантичної асоціації розширяє круг найменувань шляхом створення нового знака на базі вже існуючих знаків.

Із вищезазначеного випливає висновок про те, що іменники, утворені за допомогою суфікса *-er*, характеризуються високою продуктивністю та категоріальністю, виконують номінативну, комунікативну та когнітивну функції, переводять словотворчу основу в іншу частину мови чи в інший лексико-граматичний розряд та мотивуються маловиразними ознаками.

Суфіксальних прислівників, які з'явилися у мові публіцистичних текстів в кінці ХХ-го – початку ХХІ, століття порівняно мало. Вони складають 3,3 % від усієї кількості суфіксальних оказіональних утворень. Усі вони утворені за моделлю *adj. + ly → adv* і в усіх випадках зберігають значення творчої основи. Порівн.: *achingly* (*Time*, April 6, 1998, p. 68); *painstakingly* (*Ukrainian Weekly*, January 16, 2000, p. 10); *matter-of-factly* (*Newsweek*, January 18, 1999, p. 17); *ergonomically* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 44).

Afterward he matter-of-factly stated, “she will be back” (*Newsweek*, January 18, 1999, p. 17). Прислівник *matter-of-factly* підкреслює, що зауваження було зроблено сухим тоном, по діловому. *Matter-of-factly* утворено від прикметника *matter-of-fact*, за допомогою суфікса *-ly*.

KPIS and information relating to critical success factors are displayed grafically on the walls of an ergonomically designed meeting room (*Business Week*, March 22, 1999, p. 44). *Ergonomically* вжито щоб підкреслити оформлення кімнати, пристосованої для вивчення розумової та фізичної здатності службовців виконувати різні види робіт на підприємстві.

4% похідних (6 слів) за моделлю *n + suf. = n* дав суфікс *-ist*. Він поєднується переважно з іменниками. Похідними із зазначеним суфіксом є назви фахівців, які займаються якоюсь сферою досліджень або позначають прихильника певних поглядів. Напр.: *splittist* (*Newsweek*, May 31, 1999, p. 51); *the root-causist* (*U.S. News and World Report*, November 12, 2001, p. 51); *hobbyist* (*U.S. News and World Report*, January 14, 2002, p. 55); *garagist*

(*Time*, September 23, 1996, p. 53); *imagist* (*U.S. News and World Report*, May 7, 2001, p. 14).

Monks of working monasteries like the Drepung say they were forced to denounce the Dalai Lama as a “splittist” (*Newsweek*, May 31, 1999, p. 51). Слово *splittist* (розкольник) утворене за допомогою суфікса *-ist*, приєднаного до іменникової основи.

Fowler also says that Rich, 57, known as a songwriter and society gal, employs an “imagist” who calibrates her wardrobe for each schedule event (*U.S. News and World Report*, May 7, 2001, p. 14). Під виділенням у реченні словом “*imagist*” розуміється не послідовник напряду у поезії і мистецтві, а стиліст.

Інтернаціональний суфікс *-ism* залишається одним із активних засобів словотворення і привертає увагу дослідника тим, що є відображенням ідеологічної та політичної установки [Винник, 1986: 9]. Оказіоналізми, утворені за його допомогою, складають 23,5 % від виявлених одиниць (29 слів). Цей суфікс відбиває основні тенденції розвитку суспільства і ту гамму стосунків, яка визначається співвідношенням “людина - суспільство”, “людина - людина” [Керда, 1998: 65].

У процесі творення слів від словосполучень суфікс *-ism* утворює абстрактні іменники із значеннями:

1. Спільної соціальної поведінки, поглядів: *tribalism* (*Newsweek*, April 26, 1999, p. 4); *triumphalism* (*Newsweek*, October 11, 1999, p. 130); *big dealism* (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 92); *survivalism* (*Newsweek*, February 9, 1998, p. 14); *Yogism* (*U.S. News and World Report*, June 25, 2001, p. 11); *landmarkism* (*U.S. News and World Report*, December 1, 2003, p. 34); *alarmism* (*U.S. News and World Report*, April 8, 2002, p. 12); *nativism* (*U.S. News and World Report*, March 11, 2002, p. 12); *paternalism* (*Newsweek*, November 16, 1998, p. 18); *Euroscepticism* (*U.S. News and World Report*, June

25, 2001, p. 33); *nonjudgmentalism* (*U.S. News and World Report*, August 31, 2001, p. 10).

I invite your attention to the impeachment debate the other day, when hundreds of defensive Democrats did a brilliant “throwaway” job on Clinton, a sort of “doesn’t everybody?” pose of blase acceptance and “what’s the big dealism?” (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 92). Вираз *the big dealism* утворений за допомогою суфікса *-ism*.

2. Спільних економічних поглядів: *corporatism* (*Newsweek*, May 4, 1998, p. 26); *globalism* (*Newsweek*, April 26, 1999, p. 4).

3. Політичних рухів: *pan-Africanism* (*Newsweek*, March 30, 1998, p. 23); *anti-Englishism* (*Newsweek*, June 29, 1998, p. 46); *Republicanism* (*U.S. News and World Report*, April 22, 2002, p. 6); *olympism* (*U.S. News and World Report*, January 28/February 4, 2002, p. 43).

It was self-defense against out-of-control anti-Englishism (*Newsweek*, June 29, 1998, p. 46). Незвичне за формою і за змістом слово *anti-Englishism* привертає увагу читача, однак не викликає труднощів розуміння змісту. Суфікси *ant-* та *-ism* допомагають усвідомити, що йдеться про рух опору всьому англійському, тобто британському.

4. Спільних поглядів людей, об’єднаних територіальною ознакою: *New-Yorkism* (*U.S. News and World Report*, November 19, 2001, p. 60); *Arabism* (*U.S. News and World Report*, April 14, 2003, p. 38).

У сучасному політичному дискурсі спостерігається тенденція до персоналізації політичних систем, ідеологічних концепцій, течій [Белова, 1997: 170-171; Тимченко, 1997: 113].

Поєднуючись із іменами відомих політичних діячів та філософів, суфікс *-ism* утворює похідні із значенням доктрина, яка, в більшості випадків, пов’язана з іменем політика. Напр.: *Suhartoism* (*Newsweek*, June 8, 1998, p. 20) (жорсткий політичний курс экс-президента Індонезії Сухарто); *New Wilsonianism* (*The New York Times Magazine*, November 1, 1998, p. 80) позначає політику, спрямовану на пом’якшення податкового тягара. Під

цим словом, розуміється добрий і справеливий президент (Т.В. Вілсон – экс-президент Америки, обіймав посаду з 1913 по 1921 рр.) [NWDEL, 1993: 1126]; *Reaganism* (*U.S. News and World Report*, August 16 / 23, 1999, p. 10) (політичний курс экс-президента США Р. Рейгана); *Clintonism* (*Newsweek*, February 9, 1998, p. 19) (політичні погляди экс-президента США Б. Клінтона, гарні манери, добре частування та центристські пропозиції); *Eurocentrism* (*U.S. News and World Report*, December 3, 2001, p. 41); *Gingrichism* (*Newsweek*, November 16, 1998, p. 16) (концепція економічного розвитку США); *Kim Il Sung-ism* (*Newsweek*, March 9, 1998, p. 2).

In a speech carefully crafted and flawlessly delivered, he laid out what amounted to the “Summa Theologica” of Clintonism: a long list of accomplishments, good cheer and centrist proposals (*Newsweek*, February 9, 1998, p. 19). Суфікс *-ism* утворює численні іменники для позначення виникаючих течій, напрямків у науковій, політичній та інших сферах діяльності людини.

7,35 % похідних (9 слів) утворено за допомогою суфікса *-ness*. Порівн.: *Jewishness* (*Time*, April 6, 1998, p. 72); *clubbiness* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 49); *Chineseness* (*Newsweek*, August 17, 1998, p. 19); *Frenchness* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 23); *dietary wellness* (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 33); *evenhandedness* (*U.S. News and World Report*, January 28/February 4, 2002, p. 68); *statelessness* (*Newsweek*, April 19, 1999, p. 6); *niceness* (*U.S. News and World Report*, December 9, 2002, p. 59).

The trend is moving away from Chineseness and toward a Taiwanese identity, says Yang. It’s dangerous (*Newsweek*, August 17, 1998, p. 19). Слово *Chineseness* утворилося від основи прикметника (*Chinese*) шляхом приєднання суфікса *-ness*.

Суфікс *-ize* використовується для утворення нових слів у публіцистичних текстах, однак похідні від нього – незначні, оскільки

складають 7,3 % від загальної кількості (13 слів). За допомогою суфікса *-ize* утворена група дієслів від:

1. Іменників. Напр.: *the Balkans* → *Balkanize* (*Newsweek*, May 10, 1999, p. 4); *Germany* → *Germanize* (*Newsweek*, April 19, 1999, p. 58); *weapon* → *weaponize* (*U.S. News and World Report*, May 26, 2003, p. 31); *concert* → *concertize* (*Time*, June 8, 1998, p. 102); *Arab* → *Arabnized* (*U.S. News and World Report*, April 14, 2003, p. 34); *fantasy* → *fantasize* (*U.S. News and World Report*, July 28/August 4, 2003, p. 35); *winter* → *to winterize* (*Newsweek*, May 31, 1999, p. 25); *incentive* → *incentivize* (*U.S. News and World Report*, September 15, 2003, p. 40); *petroleum* → *to petrolize* (*Newsweek*, April 6, 1998, p. 35).

Cold weather in Macedonia comes in about 100 days, but the government is balking at “winterizing” the refugee camps (*Newsweek*, May 31, 1999, p. 25). Дієслово *winterize* утворене від іменника *winter* за допомогою суфікса *-ize*.

2. Прикметників. Порівн.: *Izlamic* → *Izlamicize* (*The New York Time Magazine*, November 1, 1998, p. 55); *sexual* → *sexualize* (*Newsweek*, August 17, 1998, p. 32); *Italian* → *Italianize* (*Newsweek*, April 19, 1999, p. 58); *European* → *Europeanize* (*Newsweek*, August 10, 1998, p. 42); *Aryan* → *to Aryanize* (*Newsweek*, March 30, 1998, p. 43); *medical* → *medicalize*, *demedicalize* (*U.S. News and World Report*, July 28/August 4, 2003, p. 35).

In Vienna, 60.000 apartments and 30.000 shops were “Aryanized” (*Newsweek*, March 30, 1998, p. 43). Дієслово *Aryanized* утворилося від іменника та суфікса *-ize*.

They introduce their beers and menus from the Rhine and make sure that the sucessfully Italianized and Balkanized cuisine of west Berlin becomes re-Germanized again (*Newsweek*, April 19, 1999, p. 58). Наведені приклади є прикметниками, утвореними за допомогою суфікса *-ize*.

Усі дієслова, утворені за допомогою суфікса *-ize*, можна поділити на кілька груп за семантичною ознакою:

1. Поширювати ідеї, переконання та проводити політику: *Izlamicize* (*The New York Time Magazine*, November 1, 1998, p. 55); *Balkanize* (*Newsweek*, May 10, 1999, p. 4); *Arabnized* (*U.S. News and World Report*, April 14, 2003, p. 34); *Europeanize* (*Newsweek*, August 10, 1998, p. 42); *to Aryanize* (*Newsweek*, March 30, 1998, p. 43).

2. Готуватися до певних подій, зазнавати змін та пристосовуватися до певних обставин: *to concertize* (*Time*, June 8, 1998, p. 102); *to winterize* (*Newsweek*, May 31, 1999, p. 25); *fantasy* → *fantasize* (*U.S. News and World Report*, July 28/August 4, 2003, p. 35).

3. Створювати умови, забезпечувати чимось: *petroleum* → *to petrolize* (*Newsweek*, April 6, 1998, p. 35) (забезпечувати паливом); *medicalize*, *demedicalize* (*U.S. News and World Report*, July 28/August 4, 2003, p. 35); *incentive* → *incentivize* (*U.S. News and World Report*, September 15, 2003, p. 40).

Should doctors “medicalize” birth even more, go alternative or seek out a middle ground? (*Newsweek*, May 10, 2004, p. 70). У поданому реченні американським журналістом вжито новотвір *medicalize*, оскільки на нашу думку воно експресивніше передає думку автора. Дієслово вжито не випадково, на відміну від іменника, воно передає динамізм ситуації, несе більше смислове навантаження, виступає своєрідним ядром речення.

Похідні із суфіксом *-ize* мають загальне значення – набувати якість, ознаку, вказану основою.

Словниковий склад мови американської публіцистики суттєво поповнюють іменники, утворені від дієслівних основ з допомогою суфікса *-ation*, оскільки вони складають 19,5 % від виявлених okazionalizmiv (24 слова). Вони мають значення дії, результату дії, процесу, виражених словотворчою основою. Наприклад: *normalization* (*U.S. News and World Report*, March 11, 2002, p. 14); *feminization* (*U.S. News and World Report*, July 30, 2001, p. 42); *tabloidization* (*U.S. News and World Report*, July 30, 2001, p. 60); *medicalization* (*U.S. News and World Report*, March 25, 2002, p. 43).

There is a great deal of talks about “the medicalization” of cultural deafness” and the blundering “audist establishment” (U.S. News and World Report, March 25, 2002, p. 43). Наведене у реченні слово вжито на позначення процесу лікування. Воно утворено шляхом додавання суфікса -ation до основи прикметника. Уважаємо, що слова, утворені суфіксальним шляхом виконують функцію економію мовних зусиль.

Іменники із суфіксом -ation свідчать про процес глобалізації. Напр.: *westernization* (Newsweek, July 13, 1998, p. 12); *De-communization*, *De-nazification* (The New York Times Magazine, November 1, 1998, p. 47); *miniaturization* (Newsweek, October 11, 1999, p. 130); *radicalization* (Newsweek, March 1, 1999, p. 15); *the Talibanization* (Newsweek, September 14, 1998, p. 43); *digitalization* (Business Week, March 22, 1999, p. 6); *demonization* (U.S. News and World Report, July 9 / 16, 2001, p. 9).

This seems to be preparation for the Talibanization of Pakistan, says civil-rights lawyer Asma Jehangir (Newsweek, September 14, 1998, p. 43). Іменник Talibanization – лаконічний за формою. Він утворений від іменника Taliban за допомогою суфікса -ation.

Серед іменників із суфіксом -ation важливе місце посідає група слів, утворених від назв:

1. Країн, материків, географічних назв: *Colombianization* (Business Week, March 22, 1999, p. 4); *Balkanization* (Newsweek, January 18, 1999, p. 49); *Germanization* (Newsweek, April 12, 1999, p. 52); *Iraqification* (U.S. News and World Report, November 24, 2003, p. 23); *Asianization* (Newsweek, October 5, 1998, p. 30); *Latinization* (Newsweek, October 5, 1998, p. 54).

2. Націй/народів, компаній: *Arabization* (U.S. News and World Report, April 28, 2003, p. 25); *Anglo-Saxonization* (Business Week, February 8, 1999, p. 64); *Mitsubishification* (Business Week, March 15, 1999, p. 36); *Hollywoodization* (Newsweek, August 10, 1998, p. 42).

3. Політичних діячів, політичних рухів, партій: *Hitlerization* (U.S. News and World Report, April 7, 2003, p. 7); *the Talibanization* (Newsweek,

September 14, 1998, p. 43); *de-Baathification* (*U.S. News and World Report*, November 25, 2002, p. 22); *De-nazification* (*The New York Times Magazine*, November 1, 1998, p. 47).

Вони виражають значення:

1. Процесу здійснення того, на що вказує вихідне слово. Напр.: *Balkanization* (*Newsweek*, January 18, 1999, p. 49); *Hollywoodization* (*Newsweek*, August 10, 1998, p. 42); *Colombianization* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 4); *Mitsubishification* (*Business Week*, March 15, 1999, p. 36); *Latinization* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 54).

What about the good old PC? Some predict its Balkanization, blown up into components that can be utilized whatever device happens to be around (*Newsweek*, May 31, 1999, p. 62). *Balkanization* асоціюється з руйнуванням, крахом будь-якої справи. Це слово утворене від топоніма *Balkan*, до якого приєднали суфікси *-ize* і *-ation*.

2. Процесу уподібнення тому, на що вказує словотвірна основа. Порівн.: *Anglo-Saxonization* (*Business Week*, February 8, 1999, p. 64); *Germanization* (*Newsweek*, April 12, 1999, p. 52); *Asianization* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 30); *tabloidization* (*U.S. News and World Report*, July 30, 2001, p. 60).

Until recently, a society that had carved out its identity as an isolated slice of Britain had appeared to be forging an Asian connection based on trade and the growing "Asianization" of its own populace (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 30). *Asianization* утворилося від іменника *Asia* та суфікса *-ation*.

Таким чином, суфікс *-ation* відіграє важливу роль у поповненні ядерної частини словникового складу англійської мови кінця ХХ-го – початку ХХІ-го століття.

У мові американської публіцистики відбувається аналогічне словотворення, яке зумовлено мовною тенденцією до стандартизації. Факт розгляду словотворчих явищ на фоні процесу мовленнєвої діяльності людини дозволяє перейти від уявлення про систему словотворення як

“готової”, складеної системи моделювання вторинних одиниць до поняття динамічної системи в її реальному використанні.

2.2. Телескопійне словотворення

До передумов функціональної переорієнтації слід віднести загальнолінгвістичний процес економії, який є потужним явищем, оскільки стимулює зміни в системі мови [Левицкий, 2001: 50]. Взаємодія закону економії лінгвістичних зусиль і закону мовної економії збігається з тенденцією до регулярності внутрішньомовних відношень. Ця тенденція формально виражається в намаганні комунікантів скоротити складні та складені найменування, форма яких є показником цілісності та єдності їх номінативної функції [Левицкий, 2001: 50].

Слід зазначити ще одну, поки ще мало вивчену властивість природньої мови, яку можна назвати “стискуванням” коду (в термінах О.Л. Каменської). Зміст цього явища полягає в тому, що в ході розвитку мови виникають нові слова на позначення понять, які виражалися більшою кількістю слів [Каменская, 1990: 12]. Прикладами слугують слова, що виникли у ході телескопії.

Внаслідок процесів телескопійного словотворення виникає нова мовна одиниця шляхом сполучення двох слів або одного повного та частини другого слова [Жлуктенко, 1983: 102; Зацний, 1999: 36; Mencken, 1992: 565]. Телескопійним утворенням належить 2 % від загальної кількості виявлених okazіональних одиниць (15 слів). Найпродуктивнішими моделями телескопії у мові публіцистичних текстів є такі:

1. $av+cd \rightarrow ad$ (сполучення початкового фрагмента першого слова з кінцевим фрагментом другого слова). Напр.: *geep* (*goat+sheep*) (*Newsweek*, April 13, 1998, p. 43); *nutraceuticals* (*nutrition+pharmaceuticals*) (*Newsweek*, June 1, 1998, p. 54); *yinglish* (*Yiddish+English*) (*Newsweek*, June 8, 1998, p.

23); *muppet* (*marionette* + *puppet*) (*Time*, June 8, 1998, p. 117); *dramedy* (*drama+comedy*)(*U.S. News and World Report*, September 23, 2002, p. 16); *gunocracy* (*gunning+democracy*) (*Newsweek*, August 23, 1999, p. 31); *broadloids* (*broadshirt+tabloids*) (*Newsweek*, March 23, 1998, p. 43); *snurfer* (*snow+surfer*) (*U.S. News and World Report*, January 28 / February 4, 2002, p. 63).

Yinglish називають англійську мову з єврейським акцентом. Наведене слово утворилося телескопійним способом, шляхом додавання частин слів *Yiddish* та *English*.

Karsten Troyke, Germany's most famous Klezmer musician, sings in Yiddish, Hebrew and "Yinglish" – Yiddish-accented English (*Newsweek*, June 8, 1998, p. 23).

Слово *muppet* утворилося внаслідок злиття частин двох слів *marionette* і *puppet* і означає ляльку, яка рухається під дією рухів актора.

Muppet was a combination of puppet and marionette, but it seems the word came to him and he liked it (*Time*, June 8, 1998, p. 117).

2. ав+cd → ас (сполучення початкового фрагмента першого слова з початковим фрагментом другого слова). Порівн.: *pokemon* (*pocket+monster*) (*Newsweek*, March 1, 1999, p. 45); *Nolita* (*North of Little Italy*) (*Newsweek*, March 1, 1999, p. 6); *churn* (*customer+turnover*) (*U.S. News and World Report*, May 14, 2001, p. 37).

Pokemon means roughly pocket monster, though a lot of parents think it translates into "Hey kids, buy this!" (*Newsweek*, March 1, 1999, p. 45). Назва *pokemon* утворилась внаслідок злиття двох слів *pocket* і *monster*.

3. ав+cd→асd (сполучення початкового фрагмента першого слова з початковим і кінцевим фрагментом другого слова). Напр.: *technovandals* (*technological+vandals*) (*Newsweek*, April 12, 1999, p. 56); *cyberlaws* (*cybernetic+laws*) (*Business Week*, March 22, 1999, p. 25), etc.

It promised fiber optic networks, research facilities, tax breaks, and new cyberlaws to any multinational setting up shops (*Business Week*, March 22,

1999, p. 25). Слово *cyberlaws* утворилось внаслідок злиття двох слів *cybernetic* і *laws*.

4. ав+сd→всd (сполучення кінцевого фрагмента першого слова з початковим і кінцевим фрагментом другого слова). Напр.: *blog* (*web+log*) (*U.S. News and World Report, May 13, 2002, p. 48*); *bloggers* (*U.S. News and World Report, May 13, 2002, p. 48*).

The best bloggers weigh in on social and political issues, report nuggets of information that the national media miss or suppress, and provide links to other bloggers (*U.S. News and World Report, May 13, 2002, p. 48*).

Для розглянутих слів притаманним є прояв тенденції до економії, тобто на відміну від вихідних слів всі новоутворення отримують додатково семантико-стилістичне навантаження, отже, стають більш інформативними, ніж вихідні слова.

Телескопія органічно пов'язана з явищем конденсації, що полягає у стягненні, концентруванні двослівного найменування в одне слово. У процесі перетворення словосполучення у телескопійне слово відбувається втрата словосполученням своєї синтаксичної якості, що створює умови для утворення єдиного нечленованого конденсата, який повністю відповідає принципів мовної економії [Омельченко, Максимчук, Бех, Биркун, 1992: 50].

2.3. Утворення слів за допомогою афіксоїдів (напівпрефіксів)

Поширеними в американських публіцистичних текстах є складні слова із напівпрефіксами (в термінах В.І. Заботкіної) [Заботкіна, 1989: 25] або афіксоїдами, під якими розуміють мовні одиниці перехідного типу з ознаками коренів і словотворчих формантів [Омельченко, 1989: 151]. Вони складають 8,4 % від загальної кількості виявлених одиниць (61 слово). Стимулом для подальшого розширення композитів із грецькою основою є не тільки відкриття в науці, але й поява нових соціальних явищ.

Динаміка мовних процесів передбачає, що результатом функціональної переорієнтації виступає граматиалізація, яка приводить до поліфункціональності, появи афіксів [Гордон, 1980: 8].

Поширеними типами словотвору є префіксація та суфіксація, які відбуваються за допомогою афіксів: *mega-*; *-mania*; *-gate*; *-monger*; *-athon*. Елемент *-free* також виявляє словотворчу потенцію у ході творення нових лексичних одиниць.

Високу продуктивність проявляє основа *mega-* із значенням великий (щодо розмірів), оскільки серед усіх слів, утворених за допомогою афіксоїдів, 13% припадає на її долю. Якщо раніше її вживали як складову частину термінів, то на межі століть вона дає поштовх до утворення нових ЛО, таких як: *megabucks* (*Time*, September 23, 1996, p. 23); *megadrama* (*Time*, September 23, 1996, p. 56); *megadeal* (*Newsweek*, June 1, 1998, p. 50); *megafortunes* (*Newsweek*, April 20, 1998, p. 50); *megahit* (*Newsweek*, June 7, 1999, p. 65); *megafauna* (*Newsweek*, October 4, 1999, p. 40); *megaprojects* (*Time*, June 8, 1998, p. 50); *megamergers* (*Newsweek*, August 24, 1998, p. 49); *megatop* (*Newsweek*, August 2, 1999, p. 8); *megascale* (*Newsweek*, January 19, 1998, p. 33); *mega-ultras* (*Newsweek*, September 13, 1999, p. 62).

George Bush and Colin Powell are on the speech circuit these days making megabucks, and at nearly every stop... (Time, September 23, 1996, p. 23). Слово *megabucks* підкреслює величезні розміри фінансової допомоги, яку уряд отримує в результаті виступів офіційних осіб.

Елемент *mega-* вживається не тільки з іменниками, а й з прикметниками. Порівн.: *megalomaniacal* (*Newsweek*, June 1, 1998, p. 6); *mega-rich* (*Time*, September 23, 1996, p. 43).

Розповсюджені також слова з іншими компонентами – грецькими та латинськими елементами: *-mania*; *-gate*; *-monger*; *-athon*; *-buster*.

Продуктивним словотворчим елементом є афіксоїд *-mania*, який утворив 41 % нових слів. Порівн.: *cartomania* (*U.S. News and World Report*, July 9/July 16, 2001, p. 66); *cinemania* (*Time*, September 23, 1996, p. 55);

phantomania (*Newsweek*, May 17, 1999, p. 68); *mergermania* (*U.S. News and World Report*, November 10, 2003, p. 56); *pyromania* (*Time*, July 26, 1999, p. 26); *viagromania* (*Newsweek*, June 22, 1998, p. 39).

Афіксоїд *-mania* активно поєднується з власними іменами:

1. співаків і гуртів: *Presleymania* (*Time*, June 8, 1998, p. 88); *Beatlemania* (*Time*, June 8, 1998, p. 82);
2. спортсменів: *Sosamania* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 56); *Nakatomania* (*Newsweek*, June 8, 1998, p. 66); *Pedromania* (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 4); *Pakmania* (*Newsweek*, August 17, 1998, p. 46).
3. політичних діячів: *Gorbymania* (*Newsweek*, April 26, 1999, p. 62);
4. письменників і їхніх героїв: *Pottermania* (*Newsweek*, July 19, 1999, p. 6);
5. назв мультфільмів і кінофільмів: *Pokermania* (*Newsweek*, September 13, 1999, p. 10); *Titanic mania* (*Newsweek*, March 1, 1999, p. 6);
6. осіб, причетних до скандалів: *Monica mania* (*Newsweek*, March 8, 1999, p. 12).

*We have all managed to carry on our lives, much to the amazement of politicians and the media, who would have us join them in their Monica mania (*Newsweek*, March 8, 1999, p. 12).* Ідеться про скандал, пов'язаний із екс-президентом США Б. Клінтоном і М. Левінськи, який широко висвітлювали ЗМІ.

Mania як окрема лексична одиниця зустрічається в словосполученнях, а саме: *internet mania* (*U.S. News and World Report*, May 7, 2001, p. 44); *Asian mania* (*Newsweek*, August 17, 1998, p. 47); *anime mania* (*Newsweek*, June 28, 1999, p. 12); *digital mania* (*Newsweek*, June 21, 1999, p. 50); *diet-pill mania* (*Time*, September 23, 1996, p. 1); *millennial mania* (*Newsweek*, March 1, 1999, p. 38).

На межі XX – XXI століття продовжується утворення слів із елементом *-gate*, який виділився із слова *Watergate* і означає скандал. Серед okazionalizmів утворених за допомогою афіксоїдів 9,8 % припадає

на слова з елементом *-gate*. Напр.: *travelgate* (*Newsweek*, July 13, 1998, p. 35); *filegate* (*Newsweek*, September 21, 1998, p. 26 C); *tricare-gate* (*U.S. News and World Report*, January 20, 2003, p. 6); *donorgate* (*Newsweek*, March 22, 1999, p. 48); *Ivygate* (*U.S. News and World Report*, August 6, 2002, p. 10).

Елемент *-gate* поєднується з іменами осіб, політиків причетних до скандалів. Порівн.: *Donnygate* (*Newsweek*, April 13, 1998, p. 18).

Кінець XX – початок XXI століття не були винятками. Секс скандал, у який були втягнуті Б. Клінтон і М. Левінські, породив такі слова з елементом *-gate*, як: *sexgate* (*Newsweek*, March 22, 1999, p. 56); *zippergate* (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 33); *Monicagate* (*Newsweek*, October 5, 1998, p. 47). Наслідком секс скандалу стала іще одна подія, до якої була причетна вже дочка Б. Клінтона, Челсі – *daughtergate* (*Newsweek*, April 26, 1999, p. 75).

The chapter on Chelsea is intitled simply “Daughtergate” (*Newsweek*, April 26, 1999, p. 75). Скандал, в який була втягнута Челсі Клінтон, виник внаслідок відвертих розмов і обговорень деталей секс-скандалу в її присутності студентами університету, в якому вона навчалася.

Зимові олімпійські ігри поповнили англійську мову словом *skategate*.

And that was before Skategate – the controversy over the gold-medal choice in pairs skating (*U.S. News and World Report*, February 25 / March 4, 2002, p. 4). Скандал виник через несправедливе присудження перемоги, а відтак, і золотої медалі учасниці змагань із фігурного катання.

18 % від усієї кількості новотворів із афіксоїдами припадає на утворення з елементом *-monger*. Порівн.: *hatemonger* (*Newsweek*, August 23, 1999, p. 12); *wordmonger* (*Newsweek*, December 29, 1997/January 5, 1998, p. 89); *scare-monger* (*U.S. News and World Report*, February 11, 2002, p. 58); *scandalmonger* (*Newsweek*, January 11, 1999, p. 34); *terrormonger* (*U.S. News and World Report*, September 24, 2001, p. 33); *quatamongering* (*U.S. News and World Report*, January 28/ February 4, 2002, p. 31); *antiwar mongering* (*U.S. News and World Report*, April 7, 2003, p. 7); *quagmire-mongering* (*U.S. News*

and World Report, November 26, 2001, p. 52); position-mongering (U.S. News and World Report, March 11, 2002, p. 56); celebrity-monger (U.S. News and World Report, July 9, 2001, p. 66).

Lott's lieutenants are quietly grumbling about Mc-Carthyism, they fear a trial that will make senators look like scandalmongers (Newsweek, January 11, 1999, p. 34). У дискусіях на політичні теми сенатори бояться припуститись помилки, щоб не виглядати скандалістами (*scandalmongers*).

Активно проявляють себе нові суфікси *-athon / -ethon / -a-thon*, які виділилися із слова *marathon* і набули значення тривалої події. Вони складають 9,8 % від загальної кількості okazіональних утворень із афіксоїдами. Напр.: *talkathon (Newsweek, February 15, 1999, p. 4); stylethon (Newsweek, April 6, 1998, p. 6); swingathon (Gentlemen's Quarterly, March 1999, p. 144); date-a-thon (U.S. News and World Report, June 4, 2001, p. 43); sellathon (U.S. News and World Report, May 5, 2003, p. 30); yuckathon (U.S. News and World Report, September 15, 2003, p. 54); chat-a-thon (U.S. News and World Report, December 3, 2001, p. 6).*

So avid were some daters at the Virginia date-a-thon that they drove 90 minutes to participate, despite tornado warnings in the area (U.S. News and World Report, June 4, 2001, p. 43). *Date-a-thon* утворилося від іменника *date* з допомогою суфікса *-a-thon*, воно означає тривале побачення.

So why is a sports sellathon happening in the national pasttime?(U.S. News and World Report, May 5, 2003, p. 30). У поданому реченні йдеться про продаж бейсбольних команд. Перехід команд національної ліги США від одного власника до іншого назвали тривалим процесом купівлі-продажу (*sellathon*), уподібнивши його марафону.

10 % від усієї кількості новотворів із афіксоїдами припадає на утворення з елементом *-free*. Порівн.: *alcohol-free zones; noise-free zone; violence-free; aroma-free; junk-food-free; ferret-free zone; GE-free zone; hate-free zone; free-speech zone; first-Amendment-free zone; PC-free zone; gun-free zone; sugar-free zone (U.S. News and World Report, April 23, 2001, p. 23).*

The city of Nelson, New Zealand, declared itself GE-free zone – no genetically engineered foods (U.S. News and World Report, April 23, 2001, p. 23). Стремління до незалежності в американському суспільстві привело до появи значної кількості лексичних одиниць із елементом *-free*. У поданому вище реченні йдеться про територію вільну від генетично модифікованої їжі.

У процесі словотворення кінця XX – початку XXI століття у мові публіцистичних текстів відбувається зміна словотворчих афіксів та заміна одних афіксів на інші, що обумовлено тенденцією до мовної стандартизації. Напрошується висновок про те, що телескопійні утворення створюють передумови для функціональної переорієнтації нових словотворчих елементів: *mega-*; *-mania*; *-gate*; *-monger*; *-athon*.

У публіцистичних текстах США трапляються слова, утворені за допомогою елемента *-buster*, кількість яких нараховує % () від загальної кількості виявлених новотворів. Порівняймо: *gangbuster* (U.S. News and World Report, March 10, 2003, p. 32); *mob-busters* (U.S. News and World Report, June 18, 2001, p. 21); *trustbusting* (U.S. News and World Report, February 25/March 4, 2002, p. 55); *new-leak busters* (U.S. News and World Report, June 25, 2001, p. 7); *srtess-busters* (U.S. News and World Report, June 28, 1999, p. 52); *bunkerbuster* (U.S. News and World Report, March 31, 2003, p. 31); *clotbuster* (U.S. News and World Report, March 10, 2003, p. 56).

Quick treatment with the blood thinner heparin followed by PA, a clotbuster, may have saved Fowler's life (U.S. News and World Report, March 10, 2003, p. 56). Елемент *-buster* виконує функцію підсилення, у даному випадку йдеться про ліки, які сприяють розрідженню крові.

Проведений аналіз дозволяє зробити висновок про те, що суфіксально-префіксальне словотворення – складний номінативний процес, в якому діє кілька тенденцій:

-продовжують активно діяти продуктивні суфікси, відомі на протязі тривалого часу;

-залишається високою продуктивність суфіксів, які з'явилися порівняно нещодавно;

-триває процес появи і використання нових суфіксів;

-деякі суфікси старіють і виходять із повсякденного вжитку.

Індивідуальна номінація виявляється способом матеріалізації уявлень індивіда шляхом свідомого впливу на закріпленій за цим словом понятійний зміст у системі значень тієї чи іншої мови. У публіцистичному тексті результати цього впливу виражаються оформленням лексичними засобами виділених свідомістю нерегулярностей. Насправді відбувається пристосування цих нерегулярностей до норм системи мови.

Отже, словотворчі моделі беруть активну участь у розвитку словникового складу мови американської публіцистики. Русійні сили, які ведуть до створення нових найменувань, є наслідком необхідності заповнення лакуни у позначеннях предметів або явищ дійсності та поширенню явища глобалізації. Окрім цього, словотворчі моделі узагальнюють досвід людини при порівнянні предметів, при їх характеристиці, класифікації, закріплюють у мовній формі результати її спостережень за зв'язком речей і їх взаємодією.

2.4. Скорочення

Сучасним американським публіцистичним текстам притаманні скорочення, які відображають тенденцію до раціоналізації мови та економії мовних зусиль. Вони складають 6% від загальної кількості виявлених одиниць (44 слова). Оскільки публіцистичні тексти повинні відповідати суворим вимогам стиснутого викладу актуальних подій, то відповідно, мовні засоби повинні бути економними [Шмелев, Гловинская, 1989: 26]. Під скороченням ми розуміємо заміну мовленнєвого повідомлення більш економним кодом, що проявляється в зменшенні протяжності мовленнєвого сигналу, а відповідно, від кількості морфем, які

складають слово. Скорочення відрізняються від повних словоформ емотивністю та стилістичною референцією [Гинзбург, Хидекель, 1979: 190]. Мовні засоби, які зазнали компресії, виділяються редукцією форми вираження думки за певними правилами, і ці правила дозволяють відновити редуковані елементи повної форми, а з ними і зміст [Никитин, 1996: 634]. В основі компресії мовних структур лежить потяг до мовленнєвої економії.

Автори публіцистичних текстів використовують скорочені слова, яким притаманні такі характерні риси: 1. Вони можуть закінчуватися як на голосні, так і на приголосні. Напр.: *legitimate*→ *legit* (*U.S. News and World Report*, June 11, 2001, p. 14); *professional*→ *pro* (*Newsweek*, February 9, 1998, p. 48E); *dinosaur*→ *dino* (*U.S. News and World Report*, August 6, 2001, p. 44); *promotion*→ *promo* (*U.S. News and World Report*, May 7, 2001, p. 10).

2. Набувають граматичні категорії, зокрема, множини та закінчення в 3-ій особі множини. Напр.: *representatives*→ *reps* (*Newsweek*, October 18, 1998, p. 66); *alumnus*→ *alums* (*U.S. News and World Report*, May 14, 2001, p. 51); *statistics*→ *stats* (*U.S. News and World Report*, May 28, 2001, p. 12); *demonstrated* → *demoed* (*Newsweek*, January 18, 1999, p. 4); *environmentalists* → *enviros* (*U.S. News and World Report*, April 1, 2002, p. 25); *camouflage* → *cammys* (*U.S. News and World Report*, November 5, 2001, p. 16); *doctors*→ *docs* (*U.S. News and World Report*, June 18, 2001, p. 10).

Оскільки йдеться про випускників середніх шкіл, то у наведеному реченні вжито слово *alums*, зміст якого зрозумілий, а форма легко відновлюється з контексту.

At one time, the scores were printed in the New York Times so that far-flung alums could follow long-standing rivalries (*U.S. News and World Report*, May 14, 2001, p. 51).

3. Зазнають орфографічних і фонографічних змін. Порівн.: *combination* → *combo* (*Newsweek*, March 8, 1999, p. 42); *grandparents* → *gramps* (*Newsweek*, February 15, 1999, p. 6); *commissioner*→ *commish* (*U.S.*

News and World Report, October 22, 2001, p. 4); *president* → *prez* (*Newsweek*, December 29, 1997, p. 33); *old* → *ol* (*U.S. News and World Report*, June 25, 2001, p. 24); *old* → *ole* (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 40); *because* → *cuz* (*U.S. News and World Report*, March 10, 2003, p. 26).

Oprah became a fan of Blanks's grueling workout called Tae Bo – a calorie-burning combo of tae-kwon do and boxing set to hip-hop music... (*Newsweek*, March 8, 1999, p. 42). Скорочене слово *combo* несе смислове навантаження повного слова *combination*.

4. Наявність асоціативного зв'язку між повнозначною мовною одиницею (словом) та новоутвореним скороченням. Завдяки тотожності асоціативного апарату людського мислення серед скорочень виникає омонімія. Напр.: *the reverend* → *rev* (*Time*, September 23, 1996, p. 25), *to rev. up* → *rev* (*Time*, September 23, 1996, p. 25) і *revolution* → *rev* (*Newsweek*, July 12, 1999, p. 51); *medical* → *med* (*Newsweek*, May 18, 1998, p. 50 A), *medicines* → *med* (*Newsweek*, January 11, 1999, p. 42) і *Mediterranean* → *Med* (*U.S. News and World Report*, March 5, 2001, p. 53).

Поряд із явищем омонімії існують різні скорочення одних і тих самих слів. Порівн.: *magazine* → *zine* (*Business Week*, February 8, 1999, p. 4EU2); *magazine* → *mag* (*Newsweek*, May 18, 1998, p. 25).

5. Здатні виступати у ролі компонентів складних слів. Напр.: *submarine business* → *sub biz* (*U.S. News and World Report*, May 7, 2001, p. 11); *show business* → *showbiz* (*Newsweek*, February 15, 1999, p. 62); *information technology* → *info-tech* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 6); *physical education* → *phys ed.* (*U.S. News and World Report*, July 2, 2001, p. 13).

4,6 % скорочених слів утворені від іменників. Порівн.: *amendments* → *amends* (*U.S. News and World Report*, August 6, 2001, p. 48); *politician* → *pol* (*Newsweek*, November 30, 1998, p. 35); *whizard* → *whiz* (*U.S. News and World Report*, January 28/ February 4, 2002, p. 22); *expatriants* → *expats* (*U.S.*

News and World Report, March 11, 2002, p. 25); *telescope* → *scope* (*U.S. News and World Report*, September 23, 2002, p. 20).

1,2 % скорочених слів утворені від прикметників. Порівн.: *phenomenal* → *phenom* (*Newsweek*, July 6, 1998, p. 49); *legitimate* → *legit* (*U.S. News and World Report*, June 11, 2001, p. 14); *prominent* → *prom* (*U.S. News and World Report*, June 11, 2001, p. 14); *medical* → *med* (*U.S. News and World Report*, June 25, 2001, p. 49); *professional* → *pro* (*Newsweek*, February 9, 1998, p. 48); *fraternal* → *frat* (*U.S. News and World Report*, January 28/February 4, 2002, p. 61); *preoperational* → *preop* (*U.S. News and World Report*, July 23, 2001, p. 55).

Досить мало виявлено скорочених слів, утворених від дієслів, всього лиш 0,2 %. Напр.: *to prepare* → *to prep* (*Newsweek*, August 17, 1998, p. 27); *to sculpture* → *to sculpt* (*Time*, September 23, 1996, p. 53).

No matter how thoroughly Kendall preps his client, however, he can't anticipate every question the special prosecutor might ask (*Newsweek*, August 17, 1998, p. 27). У наведеному реченні використане скорочення *prep* від дієслова *prepare*.

Залежно від того, яка частина слова зазнає абрєвіації, скорочення публіцистичних текстів поділяються на дві групи:

1. Слова зі скороченою кінцевою частиною, апокопа. Напр.: *festival* → *fest* (*Time*, April 6, 1998, p. 79); *executive* → *exec* (*Newsweek*, September 13, 1999, p. 58); *delicatessen* → *deli* (*U.S. News and World Report*, April 1, 2002, p. 32); *triathlon* → *tri* (*U.S. News and World Report*, April 15, 2002, p. 81); *recreation* → *rec* (*Newsweek*, April 12, 1999, p. 6); *chemotherapy* → *chemo* (*Newsweek*, April 26, 1999, p. 72). Причина наведених скорочень полягає у наголосі, наголошена частина залишається незмінною, а ненаголошена відкидається.

2. Слова зі скороченою початковою частиною, афєреза. Порівн.: *cartoon* → *toon* (*Newsweek*, February 9, 1998, p. 8F); *suburbs* → *burbs* (*U.S. News and World Report*, August 6, 2001, p. 16); *helicopter* → *copter* (*U.S.*

News and World Report, September 24, 2001, p. 43); *magazine* → *zine* (*Business Week, February 8, 1999, p. 4EU2*); *you* → *U* (*U.S. News and World Report, June 18, 2001, p. 38*).

They secured Kelly, took off in the copter, and touched down three minutes later (*U.S. News and World Report, September 24, 2001, p. 43*).
Замість звичного слова *helicopter* вжито скорочення *copter*, яке надає динамізму ситуації. *Copter* у стислій формі передає об'єм інформації повного слова.

У більшості випадків скорочення – найбільш інформативна частина його вихідної форми. При скороченні нові форми належать до тієї ж частини мови, що й повне слово. Опрацьований матеріал дає можливість стверджувати, що причинами поширення скорочень є намагання зекономити місце, вплинути на читача незвичністю й експресивністю форми та спроба зацікавити його. Особливість цього типу словотвору полягає в структурній простоті, семантичній невмотивованості та тенденції до утворення нових слів.

Таким чином, скорочення як явище сучасної американської публіцистики намагається зруйнувати певні жорсткі рамки мови, стимулюючи її розвиток. Водночас сама система мови здійснює тиск на ЛО, утворені за допомогою абрєвіації, сприймаючи їх існування у вигляді скорочень. Наступною стадією їх асиміляції у мовній структурі є набування ними функціональних особливостей одиниць лексичного рівня: множини іменників, дієслівних закінчень. Напр.: *reps* (*Newsweek, October 18, 1998, p. 66*); *alums* (*U.S. News and World Report, May 14, 2001, p. 51*); *stats* (*U.S. News and World Report, May 28, 2001, p. 12*); *rev up* (*Time, September 23, 1996, p. 25*); *demoed* (*Newsweek, January 18, 1999, p. 4*).

У мові американських публіцистичних текстів спостерігаються скорочені ФО, зокрема, випадки еліпсу фразеологізмів, тобто утворення нових словосполучень шляхом відокремлення частин складніших фразем. Зокрема відокремлюються частини прислів'їв. Вони зазнають скорочення

або згущення (в термінах О.О. Потебні) [Потебня, 1984: 83], утворюють деривати і поповнюють проміжну зону слово – словосполучення. Зазнавши редукції, ідіома зберігає той зміст, який вона мала у повному складі [див., напр., 307: 18]. Скорочені ФО лексикалізуються [Левицкий, 1998: 300; Бортничук, Верб, 1990: 5].

Скорочення фразеологічних одиниць можна пояснити прагненням журналістів до максимальної лаконічності, намаганням привернути увагу читачів, підсиленням експресії образних засобів і контексту, в якому вони функціонують [Набиев, 1991: 100].

До скорочених ідіом ми відносимо ФО, утворені від прислів'їв та приказок. Причини цих скорочень зумовлені особливостями публіцистичного стилю, тобто тенденцією до лаконічності, компресії та виразності при збереженні змісту. Напр.: *to rise like Phoenixes from ashes* → *to rise from ashes* (*Newsweek*, May 24, 1999, p. 8); *all work and no play makes Jack a dull boy* → *all work and no play* (*Newsweek*, June 21, 1999, p. 57); *the enemy of my enemy is my friend* → *the enemy of my enemy* (*U.S. News and World Report*, October 8, 2001, p. 20); *to change horses while crossing the bridge* → *to change horses* (*Newsweek*, October 18, 1999, p. 50); *to seek a pin in a haystack* → *a pin in a haystack* (*U.S. News and World Report*, April 16, 2001, p. 40). Незважаючи на скорочену форму, читачі легко впізнають ФО, оскільки образна гештальт-структура такої одиниці є полімотиваційною. Для її відтворення діє кодова підтримка, яка апелює до мовної компетенції носіїв мови. Образна гештальт-структура є редукованим образом, який існує в мовній свідомості паралельно з образом прототиповим [Телия, 1996: 198-201]. ФО несе в собі семантичну та номінативну цільність, яка домінує над структурною роздільністю її складових елементів [Тер-Минасова, 1981: 28]. Існує зворотній зв'язок між ступенем узагальнення і кількістю елементів ФО: чим менша кількість складових ФО, тим ширша її семантика [Василук, 1990: 16].

Скорочені ідіоми є одним із джерел виникнення нових одиниць або засобом актуалізації старих. До того ж, трансформовані крилаті вирази є емотивним сигналом, що привертає увагу до змісту тексту, емотивним ключем до його сприймання, який виконує функцію впливу на адресата [Смерчко, 1997: 18]. Морфологічна стислість, тобто економічність фразеологічних одиниць, підвищує частотність їх вжитку, забезпечує динамізм розповіді, її експресивність, а також легкість декодування отримуваної інформації [Левицкий, 1998: 300].

РОЗДІЛ 3. МОРФОЛОГО-СИНТАКСИЧНІ ЗМІНИ

Словотвір виявляє тісні зв'язки не тільки з лексикою, а й з граматиною. На кожне лексичне та словотворче значення похідного та складного слова нашаровується лексико-категоріальне значення відповідної частини мови, яке задає відповідні граматичні категорії цьому слову та відповідну граматичну парадигму [Степанова, Фляйшер, 1984: 200; Hunston, 2002: 149]. Граматика невіддільна від лексики, а, навпаки, синкретична з нею за асоціативно-вербальною сіткою, яка репрезентує індивідуальний лексикон носія мови. Вони пов'язані двома різними функціями: концептуальною та змістовною. Синтаксис створює концептуальний каркас речення, його основу, лексика наповнює цю схематичну структуру конкретним змістом [Гаспаров, 1996: 209; Мещанинов, 1975: 324; Бондарко, 1978: 29; Кубрякова, 1997: 209]. Лексикон пов'язаний із семантичними структурами, які, в свою чергу, співвідносяться з синтаксичними структурами. Семантичні структури репрезентовані набором концептуальних структур, які мають вербальне вираження, тобто пов'язані з прагматикою [Jackendoff, 1990: 19]. Лексикон знаходиться в тісному зв'язку з концептуальними і синтаксичними структурами. Отже, значення слова має внутрішнє ментальне втілення.

Окрім змін у лексичній семантиці, відбуваються семантичні зміни у морфології. Ми виявили, що 8 % від виявленої кількості ЛО зазнали граматичних змін (57 слів). Характерною тенденцією функціональних змін у сучасній англійській мові виступає перехід слів із одних категорій частин мови в інші внаслідок чого змінюються семантичні, морфологічні та синтаксичні характеристики слів [Омельченко, 1989: 94]. У публіцистичних текстах США вживається суфікс *-ism* у функції кардинальної частини мови. Напр.:

Materialism is one “ism” that does not lead to mass brutality (U.S. News and World Report, October 1, 2001, p. 48). Суфікс *-ism* виступає іменником у наведеному реченні. У процесі словотворення відбувається розвиток семантики словотворчого елементу. Словотворчий суфікс *-ism* зазнав процесу лексикалізації (функціональних змін), тобто набув характеристик кардинальної частини мови.

У текстах публіцистичного стилю зустрічається форма *ain't* замість нормативних форм *isn't* та *aren't*. Із зниженням соціального статусу мовців частішає вживання *ain't* у висловлюваннях [Riley, Parker, 1998: 239].

Замість *isn't* використовують форму *ain't*, яка є позанормативним варіантом (*isn't, aren't, am not, have not*) для всіх осіб. Напр.:

He ain't heavy, he's on Redux (Time, September 23, 1996, p. 45). Аналогічна ситуація і в даному реченні, де замість форми *isn't*, яка б узгоджувалася із займенником *he*, вжито форму *ain't*.

Показником динаміки ФЗ у сучасній англійській мові виступають два заперечення замість одного. Їх використання зумовлено апелятивною функцією публіцистичних текстів, тобто їх орієнтацією на адресата [Белехова, 2002: 144]. Порівн.: *you ain't seen nothing yet (U.S. News and World Report, May 14, 2001, p. 25); not uncommon (U.S. News and World Report, April 22, 2002, p. 12); would not disagree (U.S. News and World Report, June 3, 2002, p. 42); no nothing (U.S. News and World Report,*

February 25, 2002, p. 4); not impossible (U.S. News and World Report, November 5, 2001, p. 45).

Many of those hired ended up shepherding al Qaeda fighters over the border into Pakistan. All of this had got us nothing, says K-Bar's commander, a Navy SEAL. "No weapons, no ammo, no nothing" (U.S. News and World Report, February 25/March 4, 2002, p. 4). У наведеному реченні, командир спецпідрозділу вжив форму із двома запереченнями *no nothing*, що свідчить про поширене вживання такої форми навіть серед освічених людей. К. Райлі висловлює думку про те, що позанормативні форми, зокрема подвійне заперечення, використовують малоосвічені люди [Riley, Parker, 1998: 243]. Однак, оскільки подвійне заперечення вживають посадові особи, журналісти, то ми схилиємось до думки, що існує тенденція до використання цих форм у повсякденному мовленні. Наведені приклади засвідчують тенденцію до використання позанормативних граматичних форм в сучасній англійській мові, а тому не є маркерами соціального становища мовців. З точки зору соціолінгвістики подвійне заперечення є визначальним фактором суспільного статусу, а з точки зору соціолінгвістики – фактором посилення обробки інформації [див. Riley K., 1998: 243].

3.1. Основні моделі функціональної переорієнтації однорівневих мовних одиниць

Внаслідок процесу функціональної переорієнтації виявлено моделі словотвору, одиниці яких, в свою чергу, поділяються на підгрупи з урахуванням їх функціональних характеристик. Серед основних моделей функціональної переорієнтації ми виокремлюємо:

1. Вигук → кардинальна частина мови: *ha-has and he-hees (U.S. News and World Report, September 3, 2001, p. 50); aha (n.) (U.S. News and World Report, April 19, 2001, p. 48); eureka (n.) (Time, September 23, 1996, p. 58).*

In most fields it's what happens after the eurekas that constitute true genius (*Time*, September 23, 1996, p. 58). Слово *eureka* зазнало функціональних змін оскільки набуло морфологічних характеристик іменника, а саме – вживання означеного артикля та закінчення *-s*, показника множини.

It was a first glimpse of aha! (*U.S. News and World Report*, April 19, 2001, p. 48). Контекст свідчить, що вигук *aha* виконує функцію іменника.

2. Словоформа → кардинальна частина мови: *extra* (*Newsweek*, February 9, 1998, p. 8F); *ism* (*Newsweek*, February 9, 1998, p. 14); *ex* (*U.S. News and World Report*, May 7, 2001, p. 14); *elves* (*n.*) (*Newsweek*, April 12, 1999, p. 61); *a had* (*Newsweek*, February 15, 1999, p. 30); *a has-been* (*Newsweek*, December 29, 1997/January 5, 1998, p. 64); *a was* (*Newsweek*, February 9, 1998, p. 48G).

This year, Seinfeld's ex will sell \$1 million worth of dresses for "well-endowed" women (*Newsweek*, September 13, 1999, p. 10). Наведена у реченні словоформа *ex* виконує функцію іменника.

3. Артикль → кардинальна частина мови: *"the"*(*n.*) (*Time*, May 6, 1996, p. 75).

Among Vega's poker-faced master builders – Stupak is something of a wild card, a joke or a curse, a relic of the days when the town was run by guys whose middle name was "the" (*Time*, May 6, 1996, p. 75). Означений артикль *the* виконує функцію іменника, оскільки під ним розуміється відомий на той час клан Гамбінос (*the Gambinos*).

4. Переходи усередині системи кардинальних частин мови [Левицкий, 1998: 198]. Виявлені приклади ми поділили на підгрупи:

а) *Adj.* → *N.* Напр.: *unknown* (*n.*) (*Time*, May 6, 1996, p. 76); *niceness* (*U.S. News and World Report*, December 9, 2002, p. 59); *can-do* (*n.*) (*Newsweek*, December 29, 1997/January 5, 1998, p. 60); *well-known-ness* (*n.*) (*U.S. News and World Report*, August 16 / 23, 1999, p. 30);

б) *Adv.* → *N.* Напр.: *knowingly (n.)* (*National Geographic*, November 1996, p. 90); *hows, whys (n.)* (*U.S. News and World Report*, January 14, 2002, p. 44);

в) *N.* → *Adj.* Напр.: *whiskey(adj.)* (*Newsweek*, March 15, 1999, p. 43); *choice* → *the choicest part* (*Newsweek*, September 27, 1999, p. 51);

What's less widely noted is that India is succeeding in the choicest parts of the market (*Newsweek*, September 27, 1999, p. 51). Незважаючи на незвичну форму і відповідні морфологічні ознаки прикметника найвищого ступеня порівняння, слово є прагматично орієнтованим на читача, оскільки вжито з метою впливу.

г) *V.* → *N.* Напр.: *might-have-beens (n.)* (*Newsweek*, March 22, 1999, p. 59); *an almost was* (*Newsweek*, February 9, 1998, p. 48);

Only a decade ago the country was set to conquer the world's markets; now it feels like a has-been, an almost was (*Newsweek*, February 9, 1998, p. 48);

д) *V.* → *Adj.* Напр.: *buy (adj.)* (*Newsweek*, May 18, 1998, p. 49);

е) *N.* → *V.* Напр.: *remote control (n.)* → *to remote-control (v.)* (*Newsweek*, October 18, 1999, p. 44);

Madam Lal Kurana resigned under pressure – but not before warning that the RSC “wanted to remote-control the government and tarnish its image” (*Newsweek*, October 18, 1999, p. 44). Словосполучення *remote control* зазнавши змін перейшло в розряд складного слова, набувши ознак дієслова (*to remote-control*).

є) *P.P.* → *N.* Напр.: *given (n.)* (*U.S. News and World Report*, August 16 / 23, 1999, p. BC45);

ж) *Pron.* → *N.* Напр.: *a somebody* (*U.S. News and World Report*, September 3, 2001, p. 3); *a his, a hers, a theirs* (*U.S. News and World Report*, October 6, 2003, p. 40); *how-to* (*Newsweek*, April 26, 1999, p. 8); *the or* (*U.S. News and World Report*, May 19, 2003, p. 57); *an either/or* (*U.S. News and*

World Report, May 19, 2003, p. 57); whos, whys (U.S. News and World Report, October 20, 2003, p. 50); what-ifs (n.) (Newsweek, June 1, 1998, p. 11).

When a life is taken, it never hurts us to reflect on the whos and whys, and you let the facts speak for themselves (U.S. News and World Report, October 20, 2003, p. 50). Займенники *who* і *why* набули нових ознак, виконуючи функцію іменника, ознакою якого є наявність означеного артикля (*the whos and whys*).

Слова, які зазвичай є сполучниками, вжито у функції іменників. Напр.:

Be it smoking, AIDS, or malaria, these diseases sicken and kill far more than the 7,000 ill and 500 dead seen so far with SARS. But are we facing an either/or? (U.S. News and World Report, May 19, 2003, p. 57).

Лексичне значення слова визначає як його синтаксичну функцію, так і ступінь здатності трансформуватися в іншу частину мови. Чим слабший зв'язок між первинною синтаксичною функцією та лексичним значенням, тим слабше значення первинної синтаксичної функції та лексико-граматичні властивості як частини мови [Левицкий, 1998: 198]. ФП приводить до зміни парадигми мовної одиниці та її закріпленню в новій функції [Левицкий, 1998: 231; Степанова, 1984: 204]. Наведені вище ЛО адаптуються до необхідних синтаксичних і морфологічних параметрів притаманних даній позиції в контексті. Як правило, вони повністю набувають синтагматичні та парадигматичні показники частин мови, які зазвичай використовують у цій позиції [Левицкий, 1998: 228]. Найважливішою складовою частиною граматикалізації виступає десемантизація [Кубрякова, 1981: 154; Hunston, 2002: 220], під якою розуміється повна або часткова втрата лексичного значення повнозначною номінативною одиницею мови [Левицкий, 1998: 286]. Досліджуючи процеси семантичних змін Е. Траугот пропонує розглядати втрату значення, перехід від конкретного значення до абстрактного та від лексичного до граматичного як спонтанне зрушення семантико-

прагматичної функції використання лексичних одиниць в процесі граматикизації [Traugott, 1988: 406-416; Кустова, 2000: 86]. В процесі словотворення відбувається семантичне зрушення, якого похідне слово зазнає в порівнянні з вихідним. Семантичне зрушення полягає в уточненні та конкретизації вихідної одиниці (власне словотвір) [Каращук, 1977: 15]. Ми виявили, що, окрім десемантизації, основним процесом функціональної граматикизації в парадигматичному аспекті виступає розширення. Під процесом розширення розуміємо набуття певною граматиною одиницею граматичних функцій [див., напр., Кубрякова, 1986: 111].

Нова мовна одиниця пристосовується до виконання нетипової синтаксичної функції, що сприяє виникненню нових морфологічних показників [Зернов, 1986: 45-50]. Одним із таких показників є не тільки семантика, а й форма. Прикладами виступають слова: *a gal (girl)*; *ya (you)*; *ol(old)*; *U (you)*; *fuggedaboutit (Newsweek, March 9, 1998, p. 32)* які зазнали змін у плані вираження. Напр.:

Goya's Gals (U.S. News and World Report, March 11, 2002, p. 58).

Shalom, baby! Cute Palestinian Semite gal. Hoping to find my perfect Israeli man ...love in Jerusalem (U.S. News and World Report, February 18, 2002, p. 4). Воно вжито замість слова *a girl*. Слово не зазнало семантичних змін, але змінило форму. Такі категоріальні зміни приводять до зміни фонологічної форми, а з часом і стирання первинного значення. Слово *gal* означає дівчину, яка пропонує побачення через інтернет.

Ya know, I spend a long time on my hair, and he hit it (U.S. News and World Report, July 2, 2001, p. 20). У письмовому варіанті американського варіанта англійської мови трапляється форма *ya* займенника *you*. Використовуючи такі форми, мовці створюють неформальну атмосферу розмови.

The hackers are right: U and I, the White House and eBay, all of us are defenseless (U.S. News and World Report, June 18, 2001, p. 38). У наведеному

реченні спостерігаємо гру слів, тобто замість слова *you* вжито літеру *U*, яка співзвучна займеннику *you*.

Подані вище приклади підтверджують думку про зміну семантики, функції і форми слів у ході розвитку мови.

Перекатегоризацію розглядають і з когнітивної точки зору [див.Т. Givon, А. Вежбицка, О.С. Кубрякова, А.Е. Левицький]. Частини мови, зокрема іменники, дієслова та прикметники розглядають на шкалі часової стабільності. Найстабільнішими в часі об'єктами, що повільно змінюються в часі є ті, що лексикалізуються (об'єктивуються у формі лексичних одиниць) у вигляді іменників. Найменш стійкі в часі сутності – дії і події – пов'язані з швидкою зміною в світі, лексикалізуються як дієслова, які зрештою і характеризують переходи від одного стану до іншого [Givon, 1994: 321]. Дієслова абстрактніші в порівнянні з іменниками, однак вони власне кодують зміни в навколишньому світі. Проміжне місце на шкалі часової стабільності займають прикметники, наближаючись за своїми характеристиками то до дієслів, то до іменників, в залежності від того які ознаки вони фіксують. Переважно вони позначають стійкі ознаки об'єктів.

Порівнюючи прикметники та іменники, А Вежбіцка відзначає відмінність їхньої семантики. Прикметник позначає окремо вибрану ознаку, а іменник фіксує вид або категорію речей. Тому, перший слугує для дескрипції предметів, а другий – категоризації. Іншими словами вона підкреслює, що іменник позначає гештальт, цілісність, неподільність на складові. Тому, в ментальній репрезентації його подають у вигляді єдиного образу, а не сукупності ознак [Вежбицка, 1992: 470].

Використовуючи часову шкалу стійкості, Т. Гівон [Givon, 1994: 321] виявив наступні закономірності лексичних класів слів, що кодуються різними частинами мови:

Іменники	Прикметники	Дієслова
Найстійкіші	проміжні стани	швидкі зміни

Основою різних граматичних категорій є концепти. І спроби виявити їх є єдиним способом зрозуміти джерела цих категорій [Кубрякова, 1997: 173]. Частина мови призначені виражати такі значення, які максимально співвідносять своє лексичне та індивідуальне значення з категоріальним значенням та значенням тієї ролі, яку слово виконує в реченні. В сучасній лінгвістиці широкого поширення набувають ідеї про те, що лексичні одиниці проектують свої властивості на формування речення і що правильність речення є наслідком того, що умови заповнення кожної позиції в реченні, кожного фразового маркера виконані. Синтаксична схема та її окремі вузли реалізуються у відповідності з властивостями лексичних одиниць, що заповнюють її. Для такої відповідності необхідно щоб лексична одиниця, навіть в загальному і абстрактному вигляді, вже вміщувала в своєму значенні деякі передумови для цього. В головних концептах частин мови О.С. Кубрякова вбачає ці необхідні передумови: так іменники найпридатніші для ідентифікації топіка, а дієслова і прикметники для приписування йому певної ознаки. Іншими словами, референційні властивості окремих частин мови продиктовані як їхньою співвіднесеністю з різними фрагментами реального світу, так і з їхньою здатністю розпізнавати та ідентифікувати або цілісні об'єкти, або деякі виокремлені частини цих об'єктів, а отже брати участь у акті предикації [Кубрякова, 1997: 185]. Прототипи частин мови не існують самі по собі, існує причина їхньої появи, тобто лексичні значення співвідносяться з тими функціями, які вони виконують в складі речень.

Конверсія. До морфолого-синтаксичних змін ми відносимо конверсію. В процесі розвитку мови ЛО лексикалізуються, тобто зазнають деграматикалізації, що проявляється у появі конкретної лексичної семантики у слів, які раніше її не мали [див. дет., Левицкий, 1998: 291; Кубрякова, 1995: 144-238]. Унаслідок лексикалізації з'являються нові слова, які мають інший набір граматичних ознак у порівнянні з вихідною формою. Лексикалізуються одиниці, які зазнали конверсії.

Одним із активних способів поповнення словникового складу є конверсія, тобто процес, внаслідок якого нове слово утворюється без зміни форми вихідного та без застосування будь-яких лінійних словотворчих засобів (безафіксне словотворення, безафіксна транспозиція, з нульовою морфемою). У ході конверсії має місце зміна синтаксичної функції, парадигми слова і її закріплення в новій функції [Бортничук, Василенко, 1988: 92; Зацний, 1999: 39; Гинзбург, Хидекель, 1979: 126; Мостовий, 1983: 54]. Конверсія є словотворчим засобом збагачення словникового складу мови, з допомогою якого відбувається фіксація результатів дії функціональної переорієнтації у мовній системі [Левицкий, 1998: 254; 2001 : 55].

Ми розглядаємо конверсію як приклад функціонального зрушення, в основі якої лежить функціональна переорієнтація [Левицкий, 1998: 254; Филлмор, 1999: 350]. Функціональна переорієнтація активно проявляється на лексичному рівні, який включає значну кількість повнозначних номінативних одиниць. Слід відзначити продуктивність особливого виду деривації – функціональної, яка представлена функціональною переорієнтацією. Ми поділяємо думку А.Е. Левицького про те, що функціональна деривація – це утворення нової мовної одиниці при зміні її функціональних, граматичних і лексичних характеристик [Левицкий, 1998: 252].

ФП, яка є основою конверсії, характеризуються оказіональними рисами і актуалізуються в процесі мовленнєвої діяльності. Ми виявили, що із усієї маси виявлених лексичних одиниць 2,2% одиниць утворено шляхом конверсії (16 слів). Конверсія поширена в англійській мові, оскільки, по-перше, причина такого явища полягає у відсутності морфологічних показників частин мови. По-друге, публіцистичним текстам притаманна лаконічність викладу, як одна з основних вимог стилю [Снитко, 1981: 4].

Активність конверсії проявляється серед оказіональних утворень. Конверсія – переважаючий тип дієслівного словотвору. У ході вербалізації

об'єкт стає внутрішнім актантом дії. Продуктивною моделлю конверсії у публіцистичних текстах є модель: $N \rightarrow V$, а творчим елементом цього двочленного ланцюжка виступають іменники різних структурно-морфологічних типів. Для того, щоб констатувати рух за допомогою дієслова мовець повинен зафіксувати певний вихідний стан, а рух виникає внаслідок спостережень за зміною стану. Рух, навмисне викликаний самим мовцем, розцінюється ним як дія. Протиставлення об'єкта та події – дві форми категоризації досвіду [Кубрякова, 1997: 74], тобто поява дієслів має під собою концептуальну основу.

Конверсія є тим способом словотворення, де наочно прослідковується взаємозв'язок між лінгвістичною та концептуальною категоризацією: з одного боку, лінгвістичні форми інтерпретуються за допомогою концептуального або енциклопедичного знання, а з іншого – знання про світ впливають на категоризацію в мові [Полюжин, 1999: 150].

У процесі конверсії 1,4 % новотворів утворено від простих слів. Наше дослідження показує, що оказіоналізми утворюються від іменників. Порівн.: *butcher* → *to butcher* (*Newsweek*, August 17, 1998, p. 34); *morph(n.)* → *to morph (v.)* (*Newsweek*, May 31, 1999, p. 68); *ace* → *to ace* (*U.S. News and World Report*, February 18, 2002, p. 44). Значення цих прикладів зрозумілі завдяки знанням людини про світ, що укорінилися у значеннях словотворчих моделей.

Якщо ми розглянемо з точки зору морфемної структури такі ЛО, як: *helicopter* → *to helicopter* (*Newsweek*, January 18, 1999, p. 30); *tourist* → *to tourist* (*Travel and Leisure*, December 1997, p. 94); *a target* → *to target* (*National Geographic*, April 1997, p. 36); *microwave* → *to microwave* (*U.S. News and World Report*, March 18, 2002, p. 16), то побачимо, що всі вони утворені без зміни форми і є однокорінними. На дериваційному рівні вони належать до різних частин мови і одне слово мотивоване іншим. Дієслово утворюється від іменника без будь-яких морфологічних змін. Якщо слово утворене від іншої частини мови без будь-яких морфологічних змін, то

вихідна та похідна одиниця відрізняються на парадигматичному рівні. Таким чином, ми доходимо висновку, що два слова різняться парадигматично, тобто, парадигму використовують як словотворчий засіб.

0,8 % okazionalizmів утворено від словосполучень. Ми виявили, що виникнення складного слова чи словосполучення невдовзі приведе до появи відповідного складного дієслова або іменника. У процесі утворення складних слів на базі словосполучень відбувається компресія останніх. Напр.: *to be in the spotlight* → *to spotlight* (*Time*, September 14, 1998, p. 37); *to throw away* → *a throwaway* (n.) (*Time*, June 8, 1998, p. 109); *to roller-coast* → *a roller coaster* (*Newsweek*, May 18, 1998, p. 49).

Компресія може поєднуватися із інверсією, тобто зміною порядку розташування компонентів сполучення на протилежний [Омельченко, 1989: 283; Зацний, 1999: 20]. Порівн.: *to tell the story* → *to storytell* (*Newsweek*, October 4, 1999, p. 82); *to spin money* → *a money-spinner* (*International Herald Tribune*, Jan. 5, 2000, p. 18); *to move first* → *a first-mover* (*Newsweek*, July 5, 1999, p. 40); *to make excuse* → *an excuse-maker* (*The New York Times*, January 4, 2000, p. C 25).

Now quick fortunes are built on notions of being the “first-movers” in cyberspace and capturing lots of eyeballs (*Newsweek*, July 5, 1999, p. 40).

Іменник *first-movers* утворився від словосполучення *to move first*.

“I’m not an excuse-maker, we can blame ourselves,” Rhodes said... (The New York Times, January 4, 2000, p. C25). Словосполучення *an excuse-maker* утворилося від словосполучення *to make excuse*.

Дія або подія, виражена дієсловом, можуть – шляхом їхньої номіналізації – зазнати переосмислення. Подібне когнітивне переосмислення О.С. Кубрякова назвала опредмечуванням (реіфікацією) [Кубрякова, 1997: 210]. У ході вказаної когнітивної операції процесуальний референт концептуалізується як об’єкт або субстанція, речовина, маса. Він виступає учасником діяльності у вигляді партиципанта. Розглянемо приклади афіксальної транспозиції:

Подія**Реіфікація у вигляді об'єктів***To give opinion**opinion giver*

He says he can't stand "opinion givers", so ready to pass judgment (Newsweek, August 17, 1998, p. 53).

*To solve problem**problem solver*

Why now do these countries speak wistfully of the need for a global problem solver? (Newsweek, October 5, 1998, p. 4).

Дія**Реіфікація у вигляді “речовини”***To save life**life saver*

Could freshly brewed tea be a life-saver as well as a pleasure? (Newsweek, October 5, 1998, p. 4).

Унаслідок конверсії утворене слово набуває можливості вживатися в іншій синтаксичній функції, не характерній для існуючого слова.

Причиною конверсії є перекатегоризація, редистрибуція знака з метою виконання не тільки семантичних, але й деяких синтаксичних завдань. Разом з переходом знака в іншу частину мови змінюється його синтаксична функція. На нашу думку конверсія як когнітивний феномен найяскравіше відображає здатність людини встановлювати прості причинно-наслідкові відношення в навколишньому світі.

Нові ЛО, утворені за допомогою афіксів, виконуючи номінативну функцію виступають альтернативними формами по відношенню до синтаксичних словосполучень. Афіксально утворені лексичні одиниці характеризуються умотивованістю та розчленованістю. Словотворчий акт виступає актом категоризації дійсності, в якому роль категоризаторів виконують словотворчі форманти (афікси), що є тими когнітивними стрижнями, які забезпечують правильну інтерпретацію слів.

3.2. Основні моделі функціональної переорієнтації різнорівневих мовних одиниць

У публіцистичних текстах американських публіцистичних текстів основними моделями функціональної переорієнтації різнорівневих мовних одиниць є такі:

1. Морфема → лексема: *ex* (n) (*Time*, April 6, 1998, p. 79); *extra* (n.) (*Newsweek*, February 9, 1998, p. 8F); *ism* (n.) (*Newsweek*, February 9, 1998, p. 14).

2. Лексема → морфема: *-mania*, *-monger*, *-gate*;

3. Словосполучення → лексема:

а) стійкі номінативно-когнітивні комплекси: *first-mover* (n.) (*Newsweek*, July 5, 1999, p. 37); *risk-taker* (n.) (*Newsweek*, July 5, 1999, p. 41); *can-do* (n.) (*Newsweek*, December 29, 1997 / January 5, 1998, p. 60); *a how-do-you-do* (*U.S. News and World Report*, June 3, 2002, p. 25);

б) перетворення словосполучень у лексеми шляхом відокремлення одного із елементів: *to play ping-pong – pongers* (*Newsweek*, April 12, 1999, p. 6); *to keep silence – silencer* (*Newsweek*, May 31, 1999, p. 29); *to play games – gamer* (*Newsweek*, July 12, 1999, p. 10);

в) оказіональні утворення та ЛСВ фразеологічних одиниць: *to err is human, but to forgive is not our policy* (*U.S. News and World Report*, January 14, 2002, p. 60);

г) інтеграцію компонентів вільного словосполучення в складне слово: *do it yourself – do-it-yourselfer* (*Business Week*, March 15, 1999, p. 51); *one-size-fits-all* (*Peace Corps Times*, 1998, p. 19);

д) інтеграцію речення в складне слово: *don't try this at home – don't-try-this-at-home tricks* (*Newsweek*, February 9, 1998, p. 48D); *now you see me – now-you-see-me vice president* (*U.S. News and World Report*, October 22, 2001, p. 13); *who is to charge – who-is-to-charge* (*U.S. News and World Report*, December 31 / January 7, 2002, p. 24);

ж) перехід власних імен у загальні. Характерною рисою сучасності Л.І. Плотнікова вважає посилення особистісного початку [Плотнікова, 2000: 175]. Ця тенденція виявляється в утворенні нових слів. Похідними для них є власні імена. Граматикалізація прагматично мотивована, вона охоплює контекстуальну реінтерпретацію та метонімію. Окремі власні імена настільки змінюють свої характеристики, що набувають лексико-семантичні показники кардинальних частин мови. Дія функціональної переорієнтації проявляється в переході власних імен у загальні, які ми поділили на такі підгрупи відповідно до ознак яких вони набувають:

1. Іменника. Напр.: *a Houdini* (*Time*, September 7, 1998, p. 41); *a Jack Kevorkian* (*Newsweek*, January 11, 1999, p. 10); *Jimmy Swaggart* (*Time*, September 14, 1998, p. 44); *Oprah era* (*Newsweek*, March 8, 1999, p. 6); *to turn into Leonid Brezhnev* (*Time*, April 6, 1998, p. 82); *to be Ozdemir* (*Time*, January 25, 1999, p. 22); *a Kerouac figure* (*Newsweek*, March 22, 1999, p. 38).

2. Прикметника. Напр.: *Nehru-cum-Gap blend* (*Business Week*, February 8, 1999, p. 60); *to be Oliver Twist* (*Newsweek*, August 23, 1999, p. 46); *O.J. Simpson fame* (*Newsweek*, August 10, 1998, p. 32); *O.J. Simpson deal* (*Time*, August 24, 1998, p. 6).

Власні імена не відповідають своїм істинним референтам, їх використання в новій функції здійснюється завдяки існуванню асоціативних зв'язків між конкретним референтом і основною характеристикою, яка їм притаманна [Левицкий, 1998: 304]. Семантична зміна є наслідком процесу граматикалізації: PERSON → ACTIVITY → QUALITY [Heine, Claudi, 1991: 48]. У процесі граматикалізації семантичні зміни обумовлені когнітивними структурами, під якими розуміють деяку сукупність об'єктів пізнання, позначених словами, і пізнавальних зв'язків, способом вираження яких виступають різні мовні засоби [Баянкина, 1993: 4]. В семантичній структурі подібних утворень знаходять своє відображення когнітивні структури, які виникають на основі пізнавальних зв'язків між предметом і його ознакою. При переході власного імені у

загальне ведучу роль відіграє уявлення про нього як наглядно-чуттєвого образу предмета. Наслідком процесу граматикалізації виступає концептуальна асоціація, яка в контексті носить суб'єктивний характер і часто приводить до полісемії (якщо слово володіє відповідною потенцією) [Левицкий, 1998: 28].

Рушійною силою семантичних змін, а відтак і словотвору виступає необхідність вербалізувати мисленнєвий зміст, попередньо не об'єктивований у слові або об'єктивований не повною мірою у відповідності із задумом продуцента висловлювання [Левицкий, 1998: 273]. Стосовно чинників, які впливають на процеси мовних змін і спричиняють функціональну переорієнтацію, то слід відзначити принцип економії мовних засобів і принцип дискурсивної мотивації, який зводиться до поняття частотності. Чим частіше зустрічається у мовленні та чи інша форма або граматичне явище, тим швидше вони стануть нормативними, закріпленими у мові. Між лексикою і граматикою існує тісний зв'язок.

Мовні одиниці зазнають змін, функціонального переосмислення, що виникає на основі функціонального зрушення, тобто відбувається процес використання мовленнєвої одиниці у функції, яка не була притаманна їй раніше [Мороховский, 1980: 25]. Існують єдині механізми функціонування і перетворення мовних одиниць різних типів і різних рівнів (лексичного та граматичного) [Кустова, 2000: 86]. В основі такого підходу лежить ідея інтегрального опису мови та взаємозалежності словникового складу та граматики [див., напр., Апресян, 1986: 24].

Функціональна переорієнтація як об'ємне явище активно проявляється на лексичному рівні, який об'єднує значну кількість повнозначних одиниць номінації. Явище ФП було проілюстровано у нашій роботі інтеграцією словосполучення в слово, конверсійними новоутвореннями, okazіональними утвореннями, компресією та іншими процесами, які в сукупності відіграють провідну роль у збагаченні словникового складу мови.

Унаслідок граматикалізації / лексикалізації відбувається закріплення нової функції. Оскільки процес закріплення функції займає значний час, то власне граматикалізація, як і лексикалізація на початковому етапі має okazionalні риси. Поступово мовна одиниця розширює контексти свого вжитку, набуває нові семантичні, когнітивні, синтаксичні та прагматичні характеристики, які існують паралельно з вихідними, і зрештою витісняють їх [Левицкий, 1998: 286].

В основі морфолого-синтаксичних змін лежать когнітивні фактори. Вони функціонально мотивовані комунікативною стратегією висловлювання та фокалізацією окремих її елементів [Левицкий, 1998: 287]. За когнітивними структурами проявляється комунікативне призначення мовного засобу, оскільки у процесі пізнання світу людина категоризує та номінує його. Ми визнаємо вирішальну роль у процесі комунікації за знаннями, минулим досвідом на основі яких ведеться когнітивна обробка висловлювання, конструюється його ментальний простір. З когнітивної точки зору мова розглядається як процес взаємодії структур знань різної межі генерації, що створює передумови для комплексного аналізу мовних одиниць різних рівнів в їх єдності, взаємозв'язку та взаємодії. Таким чином, процес когнітивного аналізу враховують особливості лексико-номінативного акту з одного боку та розуміння, тобто його розпізнавання, декодування, з іншого [Левицкий, 2001: 83]. Когнітивна активність яскраво проявляється у виборі мовцем правильного лексичного засобу для вираження своєї ідеї [Cumming, 1990: 491]. На цій стадії відбувається вибір як лексичних засобів вираження так і їх узгодження, тобто пошук адекватної синтаксичної структури [Левицкий, 1998: 84]. Оскільки когнітивні структури у нашій свідомості пов'язані з перцептивними механізмами напряду або опосередковано, то вони частково перцептивно обумовлені [Gardenfors, 1993: 288]. Значення одиниць номінації виводяться з концептуальних схем, які знаходяться в свідомості носіїв мови. Оскільки у процесі номінації конструювання

ситуації залежить від мовця [Zaitseva, 1994: 104], то як наслідок, природа номінації суб'єктивна та об'єктивно обумовлена. Когнітивна основа присутня в обох площинах, оскільки процес номінації пов'язаний з концептуалізацією та конфігурацією основних концептуальних структур. Значення еквівалентне концептуалізації [Langacker, 1986: 3]. Переплітання когнітивного та прагматичного аспектів передбачає “співвербалізацію” світу. Структури людської свідомості в яких здійснюється зберігання знань про прагматично релевантні умови використання мовної одиниці відображають зміни, що відбуваються в категоризації та концептуалізації світу [Левицкий, 1998: 110]. Серед основних рушійних сил процесу граматикалізації виступає концептуальний перенос, метафоричний за своєю природою, та прагматична мотивація, яка задіює метонімічні процеси [Heine, Claudi, 1991: 218; Воробьева, 1997: 39]. Метафора та метонімія здійснюють суттєвий вплив на процес граматикалізації.

Граматикалізація пов'язана зі зміною семантики. Аналізуючи процеси семантичних змін, ми слідом за Е. Траугот, розглядаємо перехід від конкретного значення до абстрактного, від лексичного значення до граматичного як спонтанне зрушення семантико-прагматичної функції використання лексичних одиниць в ході граматикалізації [Traugott, 1988: 409].

РОЗДІЛ 4. СИНТАКСИЧНІ ЗМІНИ

Словотворення тісно пов'язане з синтаксисом як за джерелом свого виникнення, так і за характером мовленнєвої діяльності людини [Полюжин, 1999: 29]. Цей факт дає підставу лінгвістам, роблячи акцент на мовленнєвій сутності словотворчих процесів, розглядати їх у синтаксичних термінах. Такий підхід притаманний перш за все психолінгвістичному аспекту вивчення словотворення і похідного слова як синтаксичного процесу універбації вихідного словосполучення [Сахарный, 1979: 137-40].

При такому розгляді похідне слово виступає результатом не просто акту номінації, а й складних процесів, які мають мовне, психолінгвістичне та гносеологічне підґрунтя.

Одним із найпоширеніших продуктів словоскладання в мові американської публіцистики є складні слова синтаксичного типу, композити, утворені внаслідок процесу семантико-синтаксичної компресії. Створення композитів зумовлене факторами комунікативного порядку – передати певний об’єм лексичного змісту, вміщеного в компонентах структури, плюс зміст синтаксичних відношень, якими ці компоненти пов’язані [Васильєва, 1974: 52]. Приводом для створення складних слів є необхідність представлення наявних ознак у новому ракурсі [Кубрякова, 1977: 253; Жуковець, 2001: 62]. Вони ілюструють взаємодію та взаємозалежність словотвору та синтаксису, мають цільне значення, оскільки формуються на рівні малого та великого синтаксису [див. напр., Бортничук, Верба, 1990: 71; Снитко, 1981: 3; Кубрякова, 1986: 43]. Одиниці, що входять до цієї зони, по формі відносяться до синтаксичного рівня, а по функціонально-семантичним параметрам – до лексичного. Вони складають вищий щабель словотворчої системи мови [Карпіловська, 1990: 44]. Модель складного синтаксичного комплексу є гнучкою та рухомою при її лексичному заповненні. Виявлені приклади дають змогу припустити, що композит може мати синтаксичну базу у вигляді слова, словосполучення чи навіть цілого речення найвищого ступеня складності, яке залежить від об’єму змісту. Однак фактори економії та зручності комунікації регулюють структуру таких утворень. У публіцистичних текстах композити використовують особливо широко. Вони складають 30,4 % від усієї кількості виявлених оказіональних утворень (220 слів). Напр.: *not-in-my-backyard issue* (*U.S. News and World Report, August 6, 2001, p. 28*) (питання, яке мене не стосується); *get-rich-quicksters* (*U.S. News and World Report, August 13, 2001, p. 35*); *devil-may-care approach* (*U.S. News and World Report, October 8, 2001, p. 45*) (підступний підхід); “yes,

dear” approach (U.S. News and World Report, May 28, 2001, p. 50) (схвальний відгук на будь-яку пропозицію); *arsenic-in-your-water fiasco (U.S. News and World Report, September 3, 2001, p. 4)* (повний провал); *local-boy-done-good (U.S. News and World Report, September 3, 2001, p. 5)*.

This is a once-in-a-lifetime opportunity, says Benny Hee, president of the China Development Investment Group... (Newsweek, March 23, 1998, p. 29).

Композит *a once-in-a-lifetime* зі значенням “єдина, унікальна” можливість, виконує експресивну функцію підсилення іменника *opportunity*. Виступаючи в ролі поширеного означення він виконує атрактивну та експресивну функцію, виражає оцінку автора та привертає увагу читачів.

Значення багатьох структурно складних дієслів та імен дії розширюється через їх конотацію оцінно-емоційного характеру. Напр.: *muck-rake* (розкривати політичні махінації), *short-change* (обраховувати, обдурювати), *nit-picking* (дріб’язкові чіпляння) [Омельченко, 2002: 297]. Широке застосування складних дієслівних та іменних конверсивів обумовлено прагматичними завданнями публіцистичного стилю (зокрема, тенденцією до експресії та принципом економії). Вони сприяють простоті та лаконічності вираження. Зазначені ЛО відображають характерну особливість мови публіцистики, найповніше виражену у конструктивно заданому поєднанні експресії та стандарту [Омельченко, 2002: 298].

Оказіоналізми, різновидом яких є як індивідуальні номінації, так і власне новоутворення, формуються для обслуговування певної мовленнєвої ситуації відповідно до прагматичної настанови акту комунікації. Основна функція новоутворень при цьому – емоційний вплив на реципієнта через незвичність їхнього змісту й зовнішньої форми. Прикладом, як звичайно, слугують авторські новоутворення у публіцистичних текстах.

Окрім словосполучень, у публіцистичних текстах широко використовують складні речення-універбати. Напр.: *no-need-to-fix-the-roof-until-it-rains mentality (U.S. News and World Report, July 2, 2001, p. 4)*

(уособлює ментальність пересічної людини, а саме – поки грім не вдарить, селянинин не перехреститься); *I-am-a-guy-not-afraid-to show-my-feelings kind of hug* (*U.S. News and World Report*, January 21, 2002, p. 31); *it's-hard-to-prove-he-said-she-said matter* (*Newsweek*, February 9, 1998, p. 13). Наведені приклади наводять на думку про розширення мотиваційної бази сучасного англійського словоскладання.

У створенні композита важливу роль відіграють найпростіші логічні операції: зв'язування, роз'єднання, диз'юнкції та порівняння. Враховуючи цей постулат, ми слідом за О.С. Кубряковою [Кубрякова, 1988: 18], виділяємо мисленнєві операції, які лежать в основі утворення таких синтактичних номінацій:

1. Ототожнення одного предмета з іншим: *actress-turned-politician* (*Newsweek*, April 26, 1999, p. 63); *adventure-game* (*Newsweek*, September 13, 1999, p. 62).

2. Порівняння, коли один компонент є подібним до іншого: *arsenic-in-your-water fiasco* (*U.S. News and World Report*, September 3, 2001, p. 4); *cute-as-a-button* (*Newsweek*, June 1, 1998, p. 59); *a win-win* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 36); *Coca-Cola-size-ad-campaign* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 41).

3. Дескрипції, за якої, позначуване, підведене під певний клас, характеризується за допомогою більш розгорнутого опису, аналітичною дескрипцією: *rolling-green-hills-and-barking-dog ads* (*Newsweek*, February 15, 1999, p. 6); *political-wheeling-and-dealing side* (*Newsweek*, September 13, 1999, p. 31).

4. Роз'єднання, коли є вибір серед компонентів: *fight-or-flight* (*Time*, June 8, 1998, p. 142); *trick-or-treaters* (*Newsweek*, September 14, 1998, p. 29).

З лінгвістичної точки зору перераховані операції не рівноцінні, оскільки при їх виконанні спрацьовують мовні механізми, які задіюють різні мовні одиниці. Так, операції ототожнення та інтеграції потребують використання однорідних і однотипних одиниць одного лексико-

семантичного розряду, а при порівнянні мовець може зіставляти досить різні сутності. Порівн.: *arsenic-in-your-water fiasco*. Ототожнення передбачає належність одного об'єкту до двох класів одночасно: можна бути акторкою і політиком, а подія може бути грою та пригодою. Порівн.: *actress-turned-politician* (*Newsweek*, April 26, 1999, p. 63); *adventure-game* (*Newsweek*, September 13, 1999, p. 62). Роз'єднання вимагає вибору серед варіантів: *fight-or-flight*, *trick-or-treat*.

Характерними ознаками наведених мовленнєво-мисленнєвих операцій є класифікація та дескрипція [Кубрякова, 1988: 18]. Перша передбачає виявлення гіперо-гіпонімічних відношень, а друга – опис об'єкта за формою, функцією, фізичними характеристиками та ін.

Перераховані вище операції лежать в основі творення більшості складних слів і тому зі змістовної точки зору, синтактичне словоскладання є новим описом об'єкту або підведенням його під вже відомий клас об'єктів. Визнання органічного та нерозривного зв'язку мовленнєвої діяльності зі свідомістю [Кубрякова, 1978: 20] приводить до висновку про те, що загальне спрямування мовленнєвих процесів визначається формулою – від змістових елементів свідомості до мовленнєвих текстів і від мовленнєвих текстів до змістових елементів свідомості [Кубрякова, 1978: 20].

Залежно від кількості компонентів, композити, які особливо активно зазнають лексикалізації, поділяються на:

1. Двокомпонентні структури: *a must-have mentality* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 60 EU16); *a me-too treatment* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 60); *a split-adjusted basis* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 60); *self-help seminars* (*Time*, April 6, 1998, p. 10); *neo-everything* (*U.S. News and World Report*, December 29, 2003/January 5, 2004, p. 62); *till-now plans* (*Newsweek*, June 8, 1998, p. 30).

2. Трикомпонентні структури із сполучниками *and* / *or*, різними прийменниками та прислівниками [Арнольд, 1990: 69]. Напр.: *who's-to-*

judge, who's-to-say defense (U.S. News and World Report, December 31/January 7, 2002, p. 24); *devil-may-care approach* (U.S. News and World Report, October 8, 2001, p. 45).

3. Чотирикомпонентні структури: *not-in-my-backyard problem* (U.S. News and World Report, August 6, 2001, p. 28); *arsenic-in-your-water fiasco* (U.S. News and World Report, September 3, 2001, p. 4); *pie-in-the-sky ideals* (U.S. News and World Report, January 28/ February 4, 2002, p. 43); *the don't-rock-the-boat mentality* (U.S. News and World Report, June 10, 2002, p. 24); *a blame-the-other-guy defense* (U.S. News and World Report, March 11, 2002, p. 36); *devil-take-the-hindmaster* (U.S. News and World Report, May 6, 2002, p. 4); *local-boy-done-good* (U.S. News and World Report, September 3, 2001, p. 5);

4. П'ятикомпонентні структури: *who-did-what-to-whom issue* (U.S. News and World Report, September 24, 2001, p. 47); *don't-try-this-at-home trick* (Newsweek, February 9, 1998, p. 48D); *let-them-eat-cake-ish thing* (Newsweek, June 28, 1999, p. 56).

5. Шестикомпонентні та багатоконпонентні структури: *trust-us-we-know-what-you-want-even-before-you-do promises* (U.S. News and World Report, June 4, 2001, p. 45); *a kiss-your-sister-cover-your-rear vote* (Newsweek, February 15, 1999, p. 27); *not-as-young-as-they-used-to-be crowd* (U.S. News and World Report, January 14, 2002, p. 50); *can't-we-all-just-be-good-old-boys summit* (U.S. News and World Report, November 26, 2001, p. 41); *waiting-for-the-other-shoe-to-drop vulnerability* (U.S. News and World Report, November 26, 2001, p. 55).

Синтаксичні номінації [Тараненко, 1989: 156] виконують комплекс функцій: номінативну, комунікативну, когнітивну, характеризуючу, прагматичну та компресивну. Найважливіші функції пов'язані з їхньою участю в мовленнєвій діяльності, комунікації, побудові речення і дискурсу.

Функція номінації взаємодіє з інформативною. По-перше, кожна комунікативна одиниця призначена виконувати, щонайменше дві функції:

іменувати подію та повідомляти про неї. Отже, кожний такий комплекс є повідомленням. Перетворюючись на складний комплекс, словосполучення проходить шлях від повідомлення до найменування [Кубрякова, 1977: 233]. По-друге, у складних комплексах конкретизується загальне значення окремого слова. Порівн.: *hard-to-please teens* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 41); *soup-to-nuts E commerce* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 39). По-третє, композити зазнають фразеологізації, тобто, вони перетворюються в одиниці функціонально рівноцінні словам. Напр.: *Coca-Cola-size ad campaign* – широкомасштабна рекламна компанія (*Business Week*, March 22, 1999, p. 41); *I-see-through-you forgiving smile* – прониклива посмішка (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 81). По-четверте, коли в процесі мовленнєвої діяльності здійснюється вибір синтаксичної конструкції та вибір слів для її заповнення, ці обидва акти пов'язані з номінацією [Кубрякова, 1978: 7]. По-п'яте, інтенсивне пізнання навколишньої дійсності, стрімкий розвиток суспільного життя обумовлюють необхідність виникнення нових найменувань. Описові поєднання слів є одним із основних способів словесного вираження понять, це – універсальний засіб відображення нових для нас явищ з допомогою вже відомого, сконцентрованого в поняттях знань.

Таким чином, композити виникають у зв'язку з необхідністю словесно позначити нове явище оточуючої дійсності та можуть бути єдиною назвою того чи іншого об'єкту. Оскільки вони функціонують в якості цілісних номінацій та утворюють нове позначення, то відповідно, виконують функцію номінації, яка забезпечує закріплення поняття в свідомості мовців [Степанова, Фляйшер, 1984: 75]. Існування різних видів номінації підтверджує тісний взаємозв'язок комунікативної та когнітивної функцій мови, тобто, в будь-якому акті комунікації існує номінація [Левицкий, 1998: 296]. Когнітивний аспект значення подібних синтаксичних номінацій пов'язаний зі здатністю останніх функціонувати в якості засобів вираження фрагментів значення – когнітивних структур

[Левицкий, 1998: 295]. Під когнітивною структурою розуміють сукупність пізнаних об'єктів, позначених словами, та пізнавальних зв'язків, способом вираження яких виступають різні мовні засоби [Баянкина, 1993: 4]. У семантиці подібних утворень знаходять своє відображення когнітивні структури, які виникають на основі пізнавальних зв'язків між частиною та цілим, предметом і його ознакою, діючим предметом і його функцією, зв'язків, в основі яких лежить кількість або якість. Ускладнення когнітивної структури за рахунок розширення кількості пізнавальних зв'язків та пізнаних об'єктів тягне за собою ускладнення семантичних, а отже, і синтаксичних структур комплексу.

Композити виникають при позначенні складних явищ об'єктивної дійсності, яка має певні суттєві ознаки. Називаючи предмет або явище дійсності, синтаксична номінація виділяє його ознаку, яка характеризує цей предмет або явище, щоб скласти краще уявлення. Отже, позначаючи явище із притаманними йому, реально наявними або приписаними ознаками, вони виконують описову або характеризуючу функцію. Напр.: *down-to-the-minute knowledge* (*Business Week*, March 22, 1999, p. E11); *fly-on-the-wall look* (*Newsweek*, December 21, 1998, p. 49).

Окрім атрибутивних, у публіцистичних текстах трапляються номінативні, атрибутивно-номінативні та вербальні композити.

Номінативні композити виконують функцію іменника в реченні. Морфологічними ознаками наведених нижче синтаксичних номінацій є:

1. Закінчення *-s*, яке позначає множину іменників. Напр.: *trick-or-treaters* (*Newsweek*, September 14, 1998, p. 29); *middle-of-the-roaders* (*Newsweek*, May 4, 1998, p. 35); *adventure-game-add-ons* (*Newsweek*, September 13, 1999, p. 62); *hand-me-downs* (*National Geographic*, February 1998, p. 31);

2. Означений артикль: *the-rat-a-tat* (*U.S. News and World Report*, August 16 / 23, 1999, p. 30); *the part-timer* (*Newsweek*, May 4, 1998, p. 31);

3. Неозначений артикль: *a good deal of hurry-up-and-wait* (*Newsweek*, March 1, 1999, P.57); *a pick-me-up* (*Newsweek*, March 1, 1999, p. 18); *a win-win* (*Business Week*, March 22, 1999, p. 36); *a hit-and-run* (*Newsweek*, October 19, 1998, p. 12); *a “pay as you throw”* (*Newsweek*, June 22, 1998, p. 11).

But she was the one who seemed to need a pick-me-up (*Newsweek*, March 1, 1999, p. 18). Композит *a pick-me-up* виконує функцію іменника в реченні, оскільки вживається з неозначеним іменником *a*. Він позначає алкогольний напій, який вживають для того, щоб підняти настрій.

James W. Benson, 52, had a severe case of been-there-done-that (*Newsweek*, December 29, 1997/ January 5, 1998, p. 71). Складний іменник *been-there-done-that* зазнав функціональної переорієнтації, оскільки виконуючи функцію іменника в реченні не є іменником, а складається з дієприкметників минулого часу *been, done*, утворених від дієслів *be, do*, прислівника *there* та вказівного займенника *that*.

Численними за кількістю є композити, які функціонують у значенні словосполучень *adj. + n*. Порівн.: *an actress-turned-politician* (*Newsweek*, April 26, 1999, p. 63); *world-terrorist-in-chief* (*Newsweek*, March 1, 1999, p. 23); *disillusioned-and-out-of-work-dot-commers* (*U.S. News and World Report*, July 2, 2001, p. 40); *wake-up-and-grow-up-call* (*Newsweek*, September 13, 1999, p. 59).

Another byproduct of the e-business collapse is that many disillusioned-and-out-of-work-dot-commers ended up working or consulting for non-profit and charitable groups (*U.S. News and World Report*, July 2, 2001, p. 40). Наслідком економічного краху бізнесу у мережі інтернет є розчаровані та безробітні бізнесмени (*disillusioned-and-out-of-work-dot-commers*). Структурно складний комплекс має такий вигляд: *past participle + conj. + prep. + prep. + noun + noun + noun*. У наведеному реченні даний композит виконує номінативно-характеризуючу функцію прикметника та іменника.

У ході нашого дослідження було виявлено незначну кількість вербальних синтаксичних комплексів. Наприклад: *don't eeny-meeny-miney-mo it* (*Gentleman's Quarterly, March 1999, p. 107*).

Ми поділяємо думку Д.І. Квеселевича та Ю.А. Зацного про те, що композити утворюються з метою економії та прагнення до цільності номінації. Водночас, аналітична будова англійської мови дає необмежені можливості для створення нових слів від словосполучень шляхом метаморфізму чи інтеграції словосполучення [Квеселевич, 1985: 202-206; Зацный, 1990: 22]. Компресія окремих елементів словосполучень / речень і перетворення їх із одиниць комунікації в одиниці номінації позначається на письмі лапками або дефісом. Напр.: *the "short-tandem-repeat" method* (*Newsweek, November 23, 1998, p. 51*); *a "no first use" policy* (*Newsweek, September 28, 1998, p. 36*); *don't-worry-be-happy speech* (*Newsweek, October 12, 1998, p. 32 A*); *level of "he kept bleeding" and "they've killed my wife" coverage* (*U.S. News and World Report, April 29, 2002, p. 52*); *a "put out today's fire" world* (*U.S. News and World Report, October 1, 2001, p. 56*); *a "hope it never happens" world* (*U.S. News and World Report, October 1, 2001, p. 56*).

Наведені вище синтаксичні номінації є складними утвореннями, непроникними ні формально, ні семантично. У них спостерігається семантична контамінація на основі концептуальної взаємодії, що приводить до їх функціонально-семантичного об'єднання [Gagne, Murphy, 1996: 96-100; Thomas, 1996: 1-17]. Явище семантико-синтаксичної компресії найбільшою мірою притаманне публіцистичним текстам, в яких особливо відчутний потяг до лаконічності викладу, оперативності передачі інформації [Снитко, 1981: 4]. У результаті процесу семантичної конденсації виникають нові значення слів. Семантико-синтаксична компресія лише однієї комплексної одиниці породжує декілька нових номінативних одиниць. Отже, мова збагачується новими номінативними елементами, напр.: *let-them-eat-cake* → *let-them-eat-cake-ish* (*Newsweek,*

June 28, 1999, p. 56); *a baby-boomer* → *baby-boomerish* (*U.S. News and World Report, January 21, 2002, p. 31*); *yo-yo* → *yo-yo-esque* (*U.S. News and World Report, March 10, 2003, p. 66*). Подані приклади свідчать про тенденцію до утворення дериватів від синтаксичних номінацій.

Наведений нижче композит виконує функцію прикметника, але, незважаючи на це, в процесі словотворення він приєднав суфікс-*ish*, який є характерним елементом прикметника, як частини мови.

But now that a few rays of sunshine are poking through the summer clouds, the idea of trotting around the continent to see some of the good things that humanity can come with doesn't seem so well let-them-eat-cake-ish (*Newsweek, June 28, 1999, p. 56*).

Деякі дослідники вважають, що процес “синтаксичного стискання” [Виноградов, 1952: 55] як прояв загальної властивості економії мовних засобів складає основу всієї системи словотворення і є загальною формою перетворення словосполучення в слово, тобто всі похідні слова можна вважати своєрідними конденсатами (Гинзбург, 1979; Сахарный, 1989). Цей факт пояснюють тим, що похідне слово ізоморфно словосполученню. Ідея про похідне слово як результат синтаксичних перетворень є основною в працях Л.В. Сахарного. Дослідник вважає, що синтаксичність словотворчих процесів є універсальною, фундаментальною властивістю, що визначає характер і типологію словотворчих процесів, і зрештою, структуру похідних слів [Сахарный, 1977: 27]. Ми поділяємо думку Л.В. Сахарного та Л.І. Плотнікової [Плотникова, 2000: 77] про те, що процес утворення нової лексичної одиниці слід розглядати в два етапи: 1) утворення складного найменування, що є певним типом розгорнутого опису; 2) етап універбації (згортання складного найменування).

У синтаксичних номінаціях відбувається нарощування якості змісту. Фактором, стимулюючим процес семантичної компресії, є висока частотність використання подібних назв у публіцистичних текстах, яка обумовлена соціальною значимістю реалій.

Міцності зв'язків між елементами складних утворень синтактичного типу сприяє той факт, що через смисловий і граматичний взаємозв'язок, кожний попередній елемент чітко пов'язаний із наступним, утворюючи своєрідний нерозривний “ланцюг”. Напр.: *the–everything–but–the–kitchen–sink design (U.S. News and World Report, June 18, 2001, p. 50)*.

Композити з'являються внаслідок процесу лексикалізації, який полягає в переході одиниць (морфем) і синтаксичних одиниць (словосполучень і речень) на лексичний рівень слів [Квеселевич, 1983: 7; Раєвська, 1971: 85]. Рух таких складних одиниць із одного граматичного класу в інший відзначається їх функціонально-семантичною єдністю та неподільністю. Переорієнтація пов'язана зі зміною функціональних характеристик свідчить на користь існування морфологічної функції.

Прагматичний аспект значення даних номінацій співвідноситься з інформацією про відношення продуцента висловлювання до об'єкта, який пізнається, предмету мовлення, їх оцінки, своєї суб'єктивної установки на явища позамовної дійсності. Носіями прагматичного значення є модусні елементи у складі даного номінативно-когнітивного утворення, якими можуть виступати одне з означуваних, або означуюче [Левицький, 1998: 296].

Слід відзначити функцію “входження” в речення та “вставлення” в текст [Кубрякова, 1997: 228]. Семантика слова, композита значною мірою зумовлює його синтаксичну роль в реченні. Як член речення слово відповідає його лексичному змісту.

Ріст багатокомпонентних розчленованих структур відповідає тенденції до раціоналізації та економії, оскільки композити є результатом інтеграції словосполучень. У даному випадку спостерігається процес універбації.

Спільним для всіх виділених комунікативних функцій словотворчих засобів є те, що вони базуються на об'єктивних властивостях складних слів, до яких ми відносимо подільність, відтворюваність, реляційний

характер значення, семантичні кореляції з мовними одиницями інших рівнів, входження в різні структурно-семантичні ряди, абстрагуючий, узагальнюючий характер словотворчої семантики, здатність складних слів до семантичного розгортання.

У процесі розвитку мови ЛО лексикалізуються, внаслідок чого з'являються нові слова, які мають набір граматичних ознак, відмінний від вихідної форми. Особливо активно лексикалізуються одиниці, які зазнали скорочення, редуплікації, словотворчої контамінації та синтаксичного словоскладання.

Досліджуючи зміни у мові американської публіцистики, ми виявили, що лексичні одиниці зазнають функціональної переорієнтації, яка проявляється у перерозподілі функцій словотворчих засобів і у словотворчих засобах. Функціональні зміни спостерігаються серед okazіональних утворень, які ми розглядаємо як одиниці, що відповідають мовній нормі, оскільки вони утворені за аналогією з продуктивними моделями словотворення. Наведені та описані приклади свідчать про регулярність мовних змін та гнучкість мови згідно з потребами її носіїв.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз основних напрямків функціональних змін у мові американської публіцистики на синхронному зрізі кінця ХХ-початку ХХІ століття дозволяє зробити такі висновки:

1. До динамічних процесів змін мови американської публіцистики ми відносимо процес появи новотворів, активізацію лексико-семантичних, фразеологічних засобів і семантичну трансформацію, внаслідок якої змінюється семантична структура слова. Доповнюють мовні зміни процеси термінологізації, детермінологізації, транстермінологізації, поява композит і речень-універбів. Дослідження динамічних явищ мови і виявлених ЛО зокрема, свідчить про те, що гнучкість як функціональна властивість

лексем обумовлена раціональним і економним використанням внутрішніх ресурсів арсеналу інвентарних лексико-семантичних одиниць для оперативної номінації нового за своїми властивостями об'єкту або явища дійсності. Активність і розвиток новотворів у реальному мовленнєвому процесі зумовлено постійною появою соціально-детермінованих номінацій тих чи інших реалій у багатьох сферах діяльності людини. Здатність ЛО з їх семантичним потенціалом пристосовуватися до потреб комунікації обумовлено тим впливом, якого адресант намагається досягти по відношенню до адресата. Лінгвістична релевантність оказіональних утворень викликана потребою у швидкій передачі і сприйнятті інформації. Головна роль у ході мовного закріплення новотвору належить соціальним факторам. Серед умов, що визначають входження інновації в узус, слід виокремити такі: 1) соціальну необхідність і зумовленість; 2) частотність вжитку в різних контекстах; 3) семантичну ємність; 4) функціональну доцільність; 5) відповідність вимогам мовної норми.

2. Процес поповнення словникового складу мови американських публіцистичних текстів здійснюється головним чином шляхом використання власних матеріальних ресурсів, тобто семантичної деривації та словотворення. Утворення слів відбувається з опорою на готові знаки згідно з мовними закономірностями. Проведений аналіз основних напрямків функціональних змін у мові американської публіцистики дозволив виявити основні моделі формування лексичних і семантичних новацій, описати їх у вигляді структурних моделей згідно з їх активністю в мові. Продуктивними є такі моделі: $v+er \rightarrow n$; $n+ation \rightarrow n$; $adj.+ism \rightarrow n$. Найбільша кількість похідних утворена за допомогою суфіксів *-er*, *-ism*, *-ation*, які складають 35%, 23,5% і 19,5% оказіоналізмів. Незначна кількість одиниць утворилася за допомогою суфіксів *-ly*, *-ist*, *-ness* та *-ize*. Відповідно вони складають 3,3%, 4%, 7,35% та 7,35% оказіональних утворень. Похідні слова, утворені за допомогою суфіксів: *-er*; *-ly*; *-ize*; *-ist*; *-tion*; *-ism*, характеризуються наявністю семантичної розчленованості, яка

проявляється в тому, що деривати, носії словотворчих значень мають композиційну семантичну структуру та внутрішню предикацію. За допомогою зазначених вище суфіксів утворена 17 % від загальної кількості виявлених нових ЛО. У мові публіцистичних текстів відбувається аналогічне словотворення, яке зумовлене мовною тенденцією до стандартизації.

3. Найпродуктивнішими серед способів словотворення є: синтактичне словоскладання (30,4%), утворення семантичних новотворів (26%), детермінологізація (25,1%) та афіксація (17%). Значно менше є новотворів утворених унаслідок приєднання афіксоїдів (8,4%), скорочення (6%), конверсії (2,2%) і телескопії (2%). Кожна конкретна формальна операція (афіксація, конверсія та інші) виражає певний морфологічний процес та виконує певну семантичну або ономазіологічну функцію. Продовжується процес створення нових словотворчих моделей і елементів, зокрема, перетворення в афіксальні морфеми частин слів унаслідок утворення okazіоналізмів за зразком існуючих одиниць.

4. У мові американської публіцистики словотворення відбувається за рахунок okazіональних іменників і дієслів, рідше прислівників. Словотворення значною мірою залежить від семантики. Номіналізація є домінуючим процесом словотворення, оскільки найбільша кількість новотворів є іменниками (63,5%), які дозволяють узагальнено та розчленовано (із відповідною оцінкою) назвати будь-яку подію чи явище.

5. Для нової лексики типовим є зростання активності словотворення напівафіксів, яка є свідченням тенденції до морфемізації вільних форм. Семантичні зміни лексики у процесі словотворення в сучасній англійській мові носять регулярний, системний характер. Утворення нових ЛСВ відбувалося в багатьох випадках у зв'язку з функціональною мобільністю мовних одиниць, міграцією із однієї терміносистеми в іншу. Зростає тенденція до детермінологізації, яка веде до розширення словникового складу мови, підвищення освітнього рівня читачів. В умовах електронної

революції в США спостерігається не тільки зростання кількості комп'ютерних термінів, а й поширенням термінів з інших сфер в загальнолітературній мові, поява нових словотворчих елементів. Серед похідних слів спостерігається тенденція до багатоконпонентності, що є результатом появи нових моделей на базі інтеграції словосполучень. Аналіз активних номінативних процесів кінця XX – початку XXI століття дозволяє говорити про тенденцію до збільшення композитів (30,4%). У публіцистичних текстах авторська суб'єктивна оцінка виражається шаблонними мовними засобами, композитними іменниками та дієсловами.

6. Спроба когнітивного аналізу похідного слова свідчить про те, що воно здатне дати інформацію не тільки про мовну, але й про позамовну дійсність. Когнітивний підхід до висвітлення проблем семантики похідного слова передбачає залучення не тільки сукупності лінгвістичних ознак, але й всього комплексу позамовних знань про позначуване. Він включає семантику й прагматику слова, пов'язані з ним асоціації, потенційні модифікації значення слова в мовленні. Відмінною рисою системи оказіонального словотворення є те, що вся різноманітність досвіду й знання людини, її картини світу виступає у вигляді словотворчої системи, словотворчого значення, словотворчої моделі.

ПІСЛЯМОВА

Засоби масової інформації моделюють мовленнєву поведінку людини і залежно від комунікативної мети визначають стратегію вибору мовних засобів. Комунікативно-прагматична спрямованість публіцистичних текстів зумовлена їх максимальною орієнтацією на адресат з метою здійснити вплив на читача, спричинити зміни в його когнітивній сфері.

Зміни зовнішнього середовища (природи, суспільства, людської свідомості) відображаються в структурі та семантиці лексичних одиниць. Динаміка мовних змін зумовлена динамікою словникового складу, оскільки лексика реагує на події у багатьох сферах суспільного життя. Лексичні зміни приводять до розширення словникового складу сучасної англійської мови. Вони забезпечують експресивність публіцистичного тексту, легкість декодування поданої інформації. Наслідком функціональних змін виступають нові ЛО, які виникли внаслідок конверсії, скорочення, синтаксичної, лексичної, фразеологічної, метафоричної та семантичної деривації. До динамічних процесів змін мови американської публіцистики ми відносимо: 1) процес появи okazіоналізмів – утворення лексичних інновацій за рахунок власних ресурсів; 2) активізацію лексико-семантичних і фразеологічних засобів; 3) семантичну трансформацію, внаслідок якої змінюється семантична структура слова; 4) термінологізацію, детермінологізацію та транстермінологізацію; 5) появу композит і речень-універбів.

Лексичний склад сучасної англійської мови активно поповнюється за рахунок okazіоналізмів, численний корпус яких свідчить про їх комунікативно-прагматичну цінність і дериваційний потенціал. Використання численних okazіональних і контекстуальних лексем зумовлено, з одного боку, законом економії зусиль, постійною потягом до більш виразних засобів вираження, а з іншого боку, різким прискоренням

темпу сучасного життя. В структурному плані, наведені явища знаходять своє вираження в процесі семантичної конденсації та універбації. Потяг до економії мовних засобів перехрещується з іншим внутрішнім стимулом словникового збагачення мови – тенденцією до регулярності внутрішньомовних відношень, яка у формальному плані виражається у намаганні мовців використовувати простіші форми, скорочуючи складні найменування.

Нові лексичні елементи прокладають собі шлях, переборюючи тенденцію до стійкості, стабілізації, які підтримують мовну систему, водночас, вони органічно поєднуються з існуючими лексичними одиницями, і їх проникнення до мовної системи не перешкоджає комунікації. Варіативність і стабільність взаємодіють у синхронії, вони тісно пов'язані з парадигматичними і синтагматичними характеристиками лексичних одиниць, що забезпечує функціонування та динаміку лексичного складу в цілому, потужним фактором еволюції якого виступає словоскладання. Різноступенювана еволюція ЛО відповідає меті комунікації. Варіативність інновацій сприяє їх розвитку, створює передумови для їх оновлення, константні елементи гарантують їх стабільність. Мова публіцистичних текстів переповнена штампами, які зношуються, потребує оновлення, зумовлюючи появу оказіональних утворень. Дослідження динамічних явищ мови дозволяє встановити такі характерні риси виявлених ЛО: 1) гнучкість як функціональна властивість лексем обумовлена раціональним і економним використанням внутрішніх ресурсів арсеналу інвентарних лексико-семантичних одиниць для оперативної номінації нового за своїми властивостями об'єкта або явища дійсності; 2) активність і розвиток оказіоналізмів у реальному мовленнєвому процесі обумовлена постійною появою соціально-номінованих номінацій тих чи інших реалій у багатьох сферах діяльності людини; 3) здатність ЛО з їх семантичним потенціалом пристосовуватися до потреб комунікації зумовлено тим впливом, якого адресант намагається

досягнути стосовно адресата; 4) лінгвістична релевантність оказіональних утворень викликана потребою у швидкій передачі і сприйнятті інформації.

Яскравими прикладами динаміки в сфері лексичної семантики виступають метафори, оскільки відображають базові схеми концептуалізації досвіду й навколишнього світу. Мова виступає при цьому як відображення дійсності, закодоване шляхом вербалізації людського досвіду. Важливою функцією метафор публіцистичних текстів є концептуалізація дійсності, внаслідок чого формуються концепти. Аналіз метафоричних переносів дає можливість виявити вектор загальних тенденцій мовних змін. Формування концептуальних метафор тісно пов'язане з процесами словотворення.

Аналіз динаміки функціональних змін розкриває потенції дериваційного механізму мови, які знайшли відображення в кількісних параметрах дослідженого корпусу ЛО (2595), з яких 316 отримали статус узуальних, і понад 2000 виникли в сфері новотворів. Словниковий склад англійської мови головним чином поповнюється шляхом використання власних матеріальних ресурсів, тобто словотворення та семантичної деривації. Утворення слів відбувається з опорою на готові знаки, за певними словотворчими моделями, згідно з мовними закономірностями. Словотворення виступає одним із основних шляхів розширення функціонального складу мови. Конверсія, номіналізація, вербалізація, субстантивізація, адвербіалізація, утворення слів із допомогою афіксоїдів і синтаксичне словоскладання є процесами словотворення, які ґрунтуються на функціональній переорієнтації. Оновлення і поповнення лексичного інвентаря мови за рахунок активного притоку композит, лексико-семантичних, фразеологічних оказіоналізмів, термінів і суфіксальних оказіональних утворень детермінується суспільною значимістю денотату, потребами комунікації. Їхній аналіз проводиться з урахуванням семантичних, морфологічних, синтаксичних і структурних особливостей.

Проведений аналіз лексики дозволив виявити основні моделі формування лексичних і семантичних новацій американського варіанту англійської мови, описати їх у вигляді структурних моделей згідно з їх активністю в мові. Продуктивними є такі моделі: $v+er \rightarrow n$; $adj.+ly \rightarrow adv.$; $n+ize \rightarrow v$; $n+ist \rightarrow n$; $n+tion \rightarrow n$; $adj.+ism \rightarrow n$. Найбільша кількість похідних утворена за допомогою суфіксів *-er*, *-ism*, *-ation*, які складають 35%, 23,5% і 19,5% okazіоналізмів. Незначна кількість одиниць утворилася за допомогою суфіксів *-ly*, *-ist*, *-ness* та *-ize*. Відповідно, вони складають 3,3%, 4%, 7,35% та 7,35% okazіональних утворень. Похідні слова, утворені за допомогою суфіксів: *-er*; *-ly*; *-ize*; *-ist*; *-tion*; *-ism*, характеризуються наявністю семантичної розчленованості, яка виявляється в тому, що деривати, носії словотворчих значень мають композиційну семантичну структуру та внутрішню предикацію. За допомогою зазначених вище суфіксів утворено 17% від загальної кількості виявлених нових ЛО.

Найпродуктивнішими серед способів словотворення є: синтактичне словоскладання (30,4%), утворення семантичних новотворів (26%), детермінологізація (25,1%) та афіксація (17%). Значно менше виявлено okazіоналізмів, утворених внаслідок приєднання афіксоїдів (8,4%), скорочення (6%), конверсії (2,2%) і телескопії (2%). Кожна конкретна формальна операція (афіксація, конверсія та інші) виражає певний морфологічний процес та виконує певну семантичну або ономазіологічну функцію. Внаслідок того, що словотворчі форманти і словотворчі моделі характеризуються власними семантичними ознаками, вони широко використовуються для створення нових найменувань.

Поповнення засобів словотворення сучасної англійської мови відбувається за рахунок іменників і дієслів, рідше прислівників і значною мірою залежить від семантики лексичних одиниць. Номіналізація постає універсальним механізмом, що дозволяє вирішувати різноманітні завдання у мові не тільки синтаксичного, але й лексичного та семантичного планів.

Новотвори по своїй структурі відповідають як продуктивним моделям сучасної англійської мови, так і закономірностям їх заповнення. Розмаїття та широта словотворчої бази позитивно впливають на передбачуваність утворення значної кількості слів такого типу, прогнозування розвитку всієї моделі оказіональних словотворень в цілому. Новотвори відображають динаміку функціональних змін у мові американської публіцистики оскільки відповідають комунікативним потребам, зокрема: заповнюють лексичні лакуни, мають лінгвістичні переваги над існуючими способами номінації, позитивно сприймаються суспільством, отримують схвалення у публіцистичних текстах.

Для нової лексики АВМ характерним є активність словотворчих напівафіксів, яка є свідченням тенденції до морфемізації вільних форм.

Семантичні зміни в процесі словотворення в мові американської публіцистики носять регулярний, системний характер. Утворення нових ЛСВ відбувається в багатьох випадках у зв'язку з функціональною мобільністю мовних одиниць, міграцією із однієї терміносистеми в іншу.

Динаміка мови пов'язана не тільки зі словотворенням, а й з розвитком типів лексичних одиниць, сферою активних семантичних процесів, характерних для лексики різних стилістичних шарів. В умовах НТР відбувається інтенсивна демократизація літературної мови, зближення її з розмовним варіантом, запозичення сленгу, транстермінологізація та детермінологізація, які супроводжуються розширенням словникового складу мови, підвищенням освітнього рівня читачів. В умовах електронної революції в США спостерігається не тільки поповнення комп'ютерної термінології, а й процес детермінологізації з появою нових словотворчих елементів. Публіцистичні тексти виступають тим середовищем, в якому активно проходять процеси транстермінологізації та детермінологізації. Це свідчить про те, що терміни є одним із найбільш активних джерел поповнення мови новими лексичними одиницями. Терміни складають 243 одиниці (25,1 %) від

загальної кількості виявлених. У зв'язку з тим, що термінологія стає одним із головних джерел поповнення словникового складу мови, обумовленого інтенсифікацією НТП, збільшенням інформації в різних сферах знань, відзначається ріст термінів у повсякденному вжитку, оскільки вони відображають технічний бік мислення читача, заповнюють існуючі лакуни і відповідають потребам комунікації. Широке використання термінів у публіцистичному стилі свідчить про їх входження до мовної норми, що створює сприятливі умови для збільшення арсеналу мовних засобів вираження. Суспільно-політична лексика сучасної англійської мови постійно поповнюється та збагачується новими ЛО.

Серед похідних слів спостерігається тенденція до багатокомпонентності, що є результатом появи нових моделей на базі інтеграції словосполучень. Аналіз активних номінативних процесів кінця ХХ – початку ХХІ століття дозволяє говорити про тенденцію до збільшення композитів (30,4 %).

Однією з характерних тенденцій динаміки функціональних змін виступає перехід слів із однієї частини мови в іншу, внаслідок чого змінюються семантичні, морфологічні та синтаксичні характеристики слів. Зміна семантичної структури слова виникає внаслідок існування суперечності між потребою в номінації і існуючим лексичним потенціалом, між новими досягненнями в процесі пізнання і обмеженістю лексичної системи.

В основі словотворчих процесів лежить явище функціональної переорієнтації, яке приводить до зміни лексичного значення та морфологічних показників. Функціональна переорієнтація є одним із найяскравіших прикладів прояву динаміки в синхронії мови. Залежність нових похідних одиниць від суб'єкта висловлювання, від того змісту, якого він намагається надати своїм словам, робить їх значення відкритим і рухомим, приводить до їх розвитку. До передумов функціональної переорієнтації, пов'язаних з особливостями системи мови, слід віднести

загальнолінгвістичні процеси економії та аналогії, які виступають потужними дієвими засобами, що стимулюють зміни в системі мови. Реальне використання одиниць номінації у висловлюванні допускає їх семантичну та лексичну зміну, до яких відносимо зміну денотативного, сигніфікативного та прагматичного аспектів значення. Функціональної переорієнтації зазнають мовні одиниці різної протяжності та різних рівнів. Внаслідок її дії окремі морфологічні одиниці функціонують подібно лексичним, лексичні – подібно морфологічним або синтаксичним, а синтаксичні – подібно лексичним.

Отже, рухомість значень, їхня гнучкість, динамізм, що виявляється в постійній взаємодії інтенціоналів і екстенціоналів мовних одиниць, стає необхідним компонентом розвитку мови і забезпечує виконання основних функцій, провідною з яких є робота з інформацією. Така робота вміщує фіксацію інформації в свідомості мовців і цільове призначення її для передачі іншим людям.

Результати нашого дослідження дозволяють також окреслити коло проблем для подальшої розробки. Насамперед, перспективним є дослідження використання метонімічних переносів у мові публіцистичних текстів у когнітивному аспекті, які приводять до функціональних змін, а також дослідження семантичних змін у морфології, змін синтаксичних і морфологічних показників лексичних одиниць мови американської публіцистики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамова Г.А. Метафора в тексте англоязычной рекламы: Дис...канд.филол.наук: 10.02.04. – К., 1980. – 215 с.
2. Ажнюк Б.Н. Лингвострановедческие аспекты английских фразеологизмов: Дис...канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1985. – 218 с.
3. Акуленко В.В. Категория количества в современных европейских языках. – К.: Наукова думка, 1990. – 284 с.
4. Александрова О.В. Филология, когнитивная лингвистика, дискурсивные исследования: общее и различное // С любовью к языку: Сб.науч. трудов. – М.- Воронеж: ИЯ РАН, Воронежский гос. ун-т. – 2002. – С. 61-65.
5. Алексеев К.И. Метафора как средство обозначения интенций в тексте // Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса / Под ред. Т.Н. Ушаковой, Н.Д. Павловой. – СПб.: Изд-во “Алетейя”, 2000. – С. 126-146.
6. Аль-Саїд Мохамед. Хронотоп газетного тексту (лінгво-когнітивне дослідження на матеріалі інформаційних повідомлень англomовних газет): Автореф. дис...канд. філол. наук: 10.02.04 / ОДУ. – Одеса, 2001. – 17 с.
7. Амосова Н.Н. Основы английской фразеологии. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1963. – 208 с.
8. Андрусяк І.В. Спосіб життя та дозвілля: Фрагмент концептуального аналізу англійських неологізмів кінця ХХ століття // Мовні та концептуальні картини світу: Зб. наук. пр./ Гол.ред. О.І. Чередниченко. – К.: Вид-во КДУ, 2000. – С. 8-18.
9. Андрусяк І.В. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу: Автореф. дис...канд.філол.наук: 10.02.04 / КНУ ім.Т.Г. Шевченка. – К., 2003. – 20 с.
10. Антрушина Г.Б., Афанасьева О.В., Морозова Н.Н. Лексикология английского языка. – М.: Дрофа, 2001. – 288 с.

11. Апполонская Т.А., Глейбман Е.В., Маноли И.З. Порождающие и распознающие механизмы функциональной грамматики. – Кишинев: Изд-во Штиинца, 1987. – 168 с.
12. Апресян Ю.Д. Дейксис в лексике и грамматике и наивная модель мира // Семантика и информатика. – М., 1986. – Вып. 28. – С. 22-38.
13. Апресян Ю.Д. Избранные труды. – М.: Школа “Языки русской культуры”. – Т.1. – Лексическая семантика. – М.: Восточная литература, 1995. – 472 с.
14. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. – Л.: Просвещение, 1973. – 302 с.
15. Арнольд И.Д. Стилистика современного английского языка. Стилистика декодирования. – М.: Просвещение, 1990. – 300 с.
16. Арнольд И.В. Семантика и стилистика: Итертекстуальность. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 1999. – 444 с.
17. Арутюнова Н.Д. Номинация и текст // Языковая номинация. Виды наименований. – М.: Наука, 1977. – С. 304-357.
18. Арутюнова Н.Д. Функциональные типы языковой метафоры // Изв. АН СССР. – 1978. – Т.34. – № 4. – С.333-361.
19. Арутюнова Н.Д. Языковая метафора (синтаксис и лексика) // Лингвистика и поэтика. – М.: Наука, 1979. – С.147-173.
20. Арутюнова Н.Д. Типы языковых значений. Оценка, события, факт. – М.: Наука, 1988. – 338 с.
21. Арутюнова Н.Д. Тождество и подобие. Сравнение и идентификация: Сб. статей / Под ред.Н.Д. Арутюновой. – М.: Наука, 1990. – 225 с.
22. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С.5-32.
23. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.

24. Арутюнова Н.Д. Язык о языке. – М.: Языки русской культуры, 2000. – 624 с.
25. Арутюнова Н.Д., Падучева Е.В. Истоки, проблемы и категории прагматики. Вступительная статья // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып.16. – М.: Прогресс, 1985.– С.2-42.
26. Архипов И.К. О словообразовательной категории // Общие проблемы строения и организации языковых категорий: Материалы научной конференции. – М.: Изд-во МГУ, 1998. – С.19-22.
27. Бабушкин А.П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1996. – 104 с.
28. Баранов А.Н., Казакевич Е.Г. Парламентские дебаты: Советский политический язык: (от ритуала к метафоре). – М.: Знания, 1991. – 63 с.
29. Баранов А.Н., Караулов Ю.Н. Русская политическая метафора: Материалы к словарю. – М.: Ин-т Русского языка АН СССР, 1991. – 193 с.
30. Баран Я.А. Фразеологія у системі мови. – Івано-Франківськ: Лілея – НВ, 1997. – 173 с.
31. Бартков Б.И. Количественный дериватарий английского языка (300 аффиксов научного стиля литературной нормы). – Владивосток: Изд-во ДВНЦ АН СССР, 1984. – 63 с.
32. Бартков Б.И. Системный анализ лингвистических явлений в тексте / Отв. ред. Б.И. Бартков. – Владивосток: Изд-во ДВО АН СССР, 1988. – 187 с.
33. Бартков Б.И. Деривационные типы и гнезда в синхронии и диахронии: Сб.научных трудов / Отв.ред.Б.И.Бартков. – Владивосток: Изд-во ДВО АН СССР, 1989. – 206 с.
34. Баскаков А.Н. Социальные факторы и их взаимодействие на лексико-семантическую систему языка // Влияние социальных факторов на функционирование и развитие языка. – М.: Наука, 1988. – С. 110-123.

35. Батурина Л.А. Специфика функционирования онимов как единиц языка в газетном тексте // Форма, значение и функции единиц языка и речи: Мат-лы докл. Междунар. науч. конф., Минск, 16-17 мая 2002 г.: В 3 ч./ отв.ред. Н.П. Баранова, А.В. Зубов, З.А. Харитончик, Е.Г. Задворная и др. – Мн.: МГЛУ, 2002. – Ч. 2. – С. 89-90.
36. Бахтин М. Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1986. – 445 с.
37. Баянкина Е.Г. О функциях атрибутивного словосочетания в тексте // Текст, функция и семантика его компонентов. – Минск: Изд-во МГЛУ, 1993. – С.3-4.
38. Беленькая В.Д. Очерки англоязычной топонимии. – М.: Высшая школа, 1977. – 227 с.
39. Белехова Л.І. Образний простір американської поезії: лінгвокогнітивний аспект: Дис...д-ра філол.наук: 10.02.04.– К., 2002. 476 с.
40. Беликов В.И., Крысин Л.П. Социолингвистика. – М.: Рос. гос. ун-т, 2001. – 439 с.
41. Беличова Е.О. Теории функциональной грамматики // Вопр. языкознания. – 1990. – №2. – С. 64-74.
42. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации. – К.: Изд-во КГУ, 1997. – 300 с.
43. Беляева Е.И. Функционально-семантические поля модальности в английском и русском языках. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1985. – 179 с.
44. Беляева Т.М. Словообразовательная валентность глагольных основ в английском языке. – М.: Высшая школа. 1979. – 184 с.
45. Береза Л.П. Коммуникативно-прагматические особенности английского текста информационно-описательного типа: Дис...канд. филол. наук: 10.02.04. – К., 1985. – 210 с.
46. Березинский В.П. Семантические неологизмы // Английские неологизмы. – К.: Наукова думка, 1983. – С. 132-136.

47. Бессарабова Н.Д. Изобразительные и выразительные возможности метафор в газетно-публицистической речи: Автореф. дис...канд. филол. наук: 10.02.04 / МГУ. – М., 1985. – 24 с.
48. Блакар Р.М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1987. – С. 88-125.
49. Блэк М. Метафора // Теория метафоры: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1990. – С. 153-172.
50. Блохина Н.Г. Концептуальная семантика и проблемы концептуального анализа // Когнитивная семантика: Материалы Второй Международной школы-семинара по когнитивной лингвистике. – Ч. 2. – Тамбов: Изд-во Тамбовского ун-та, 2000. – С. 192-194.
51. Богушевич Д.Г. Единица, функция, уровень: К проблеме классификации единиц языка. – Минск: Высшая школа, 1985. – 116 с.
52. Болдырев Н.Н. Функциональная категоризация английского глагола: Автореф. дис...д-ра филол.наук: 10.02.04 / СПб. гос. ун-т. – СПб, 1995. – 35 с.
53. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика. – Тамбов: Изд-во Тамбовского гос. ун-та, 2000. – 123 с.
54. Бондарко А.В. Теория морфологических категорий. – Л.: Наука, 1976. – 250 с.
55. Бондарко А.В. Грамматическое значение и смысл. – Л.: Наука, 1978. – 175с.
56. Бондарко А.В. Принципы функциональной грамматики. Вопросы аспектологии. – М.: Наука, 1983. – 208 с.
57. Бондарко А.В. Функциональная грамматика.– Л.: Наука, 1984. – 135 с.
58. Бондарко А.В. Основы функциональной грамматики. Языковая интерпретация времени. – С.- Пб.: Изд-во С.-Петербургского гос. ун-та, 1999. – 260 с.

59. Бондарко А.В. Телеологическая основа и каузальный аспект функций языковых средств // С любовью к языку: Сб. науч. трудов. – М.-Воронеж: ИЯ РАН, Воронежский гос. ун-т. – 2002. – С. 20-27.
60. Бондарчук Г.Г. Некоторые тенденции современной английской суффиксации // Картина мира: Лексикон и текст: Сб. науч. тр./ Под. ред. Д.Г. Бордукова. – М.: МГЛУ, 1991. – С. 121-125.
61. Борисенко И.И. Телескопия в современном английском языке // Вопросы языковой структуры. – К.: Выща школа, 1976. – С. 90-95.
62. Бородулина Н.Ю., Коломейцева Е.М. Аксиологичность метафоры // Когнитивная семантика: Материалы Второй Международной школы-семинара по когнитивной лингвистике. – Ч. 2. – Тамбов: Изд-во Тамбовского ун-та, 2000. – С. 46-48.
63. Бортничук Е.Н., Василенко И.В., Пастушенко Л.П. Словообразование в современном английском языке. – К.: Вища школа, 1988. – 263 с.
64. Бортничук Е.Н., Верба Л.Г. Сложное слово синтаксического типа и межуровневое варьирование // Проблемы варьирования языковых единиц. – К.: УМК ВО, 1990. – С. 65-83.
65. Бортничук Е.Н., Верба Л.Г. Сложное слово синтаксического типа и фразеологизм // Вестник Киевского ун-та. Романо-германская филология. – Вып. 24. – К.: КГУ, 1990. – С. 3-6.
66. Будагов Р.А. Язык, история и современность. – М.: Изд-во МГУ, 1971. – 299 с.
67. Будагов Р.А. Человек и его язык. – М.: МГУ, 1976. – 429 с.
68. Будагов Р.А. Что такое развитие и совершенствование языка? – М.: Наука, 1977. – 263 с.
69. Будагов Р.А. Филология и культура. – М.: МГУ, 1980. – 304 с.
70. Будагов Р.А. Толковые словари в национальной культуре народов. – М.: МГУ, 1989. – 151 с.

71. Булыгина Т.В., Шмелев А.Д. Языковая концептуализация мира. – М.: Изд-во Языки русской культуры, 1997. – 576 с.
72. Бунь О.А. Лінгво-когнітивний аспект функціонування текстових внесень у сучасній англомовній художній прозі: Автореф. дис...канд. філол.наук: 10.02.04 / КДУ. – К., 1997. – 19 с.
73. Вакуров В.Н., Кохтев Н.Н., Солганик Г.Я. Стилистика газетных жанров. – М.: Высшая школа, 1978. – 183 с.
74. Ваняшкин С.Г. Речевая образность в английском газетном тексте: Автореф. дис...канд.филол.наук: 10.02.04 / МГПИИЯ. М., 1985. 24 с.
75. Василевская Л.И. Метонимия в собственных именах // Проблемы структурной лингвистики. – М.: Наука, 1984. – С. 110-120.
76. Васильева А.Н. Газетно-публицистический стиль речи: Курс лекций по стилистике русского языка. – М.: Изд-во Русский язык, 1982. – 198 с.
77. Васильева В.С. О природе и функционировании окказиональных образований, соотносительных с атрибутивными свободными словосочетаниями в современном англ. языке: Дис...канд.филол.наук: 10.02.04. – Днепропетровск, 1974. – 162 с.
78. Васильев Л.М. Современная лингвистическая семантика. – М.: Высшая школа, 1990. – 176 с.
79. Василюк И.Н. Слова и фразеологизмы диффузной семантики в современном английском языке: Автореф. дис...канд.филол.наук: 10.02.04 / КГУ. – К., 1990. – 20 с.
80. Введение в функциональную англистику / О.В. Александрова, Л.В. Болдырева, Е.А. Долгина, В.В. Яковлева и др.. – М.: Изд-во МГУ, 1998. – 232 с.
81. Вердиева Н.Ф. Семантика слов. – Махачкала: Изд-во РИОГДУ, 1987. – 81с.

82. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Лингвострановедческая теория слова. – М.: Русский язык, 1980. – 185 с.
83. Верещагин Е.М., Костомаров В.Г. Язык и культура. Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. – М.: Русский язык, 1983. – 269 с.
84. Веровский В.И. Представление как чувственно-наглядный образ и его роль в познавательной деятельности: Дис...канд. филос. наук: 09.00.01. – К., 1976. – 176 с.
85. Винник С.В. Социолингвистическая интерпретация политических неологизмов американского происхождения: Автореф. дис...канд. филол. наук: 10.02.04 / МГЛУ. – Минск, 1986. – 18 с.
86. Виноградов В.В. Современный русский язык: Морфология. – М.: Наука, 1952. – 212 с.
87. Виноградов В.В. Лексикология и лексикография // Избранные труды. – М.: Наука, 1977. – 312 с.
88. Винокур Т.Г. Функциональная и социальная характеристика стилистических свойств высказывания в современном русском языке. Социальная и функциональная дифференциация литературных языков. – М.: Наука, 1977. – С. 299-321.
89. Винокур Г.О. Филологические исследования: Лингвистика и поэтика. – М.: Наука, 1990. – 452 с.
90. Влияние социальных факторов на функционирование и развитие языка / Под. ред. Ю.Д. Дешериева, Л.П. Крысина. – М.: Наука, 1988. – 198 с.
91. Вовчок Д.П. Стилистика газетных жанров. – Свердловск: Изд-во УГУ, 1979. – 72 с.
92. Воїнов В.В. Соціально-оціночні номінації у контексті культури США. – К.: Либідь, 1994. – 144 с.

93. Волков С.С., Сенько Е.В. Неологизмы и внутренние стимулы языкового развития // Новые слова и словари новых слов. – Л.: Наука, 1983. – С. 43-57.
94. Володина М.Н. Аспекты изучения языка средств массовой информации на филологическом факультете МГУ им. М.В. Ломоносова // Вестник Моск. ун-та. – Сер. 9. Филология. – № 6. – 2000. – С.149-151.
95. Волохов Ю.К. Словарные заимствования, пополнившие английскую лексику в XX веке: Автореф. дис...канд. филол.наук: 10.02.04 / КГПИИЯ. – Киев, 1974. – 19 с.
96. Волошин Ю.К. Новообразования и собственно неологизмы современного английского языка: Автореф. дис...канд. филол. наук: 10.02.04 / МГУ. – М., 1971. – 17с.
97. Вольф Е.М. Функциональная семантика оценки. – М.: Наука, 1985. – 228 с.
98. Вольф Е.М. Метафора и оценка // Метафора в языке и тексте. – М.: Наука, 1988. – С. 52-64.
99. Воркачев С.Г. Линвокультурология, языковая личность, концепт: Становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филол.науки. – 2001. – № 1. – С. 64-72.
100. Воробьева О.И. Политическая лексика. Ее функции в современной устной и письменной речи. – Архангельск: Поморский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, 2000. – Ч.2. – 120 с.
101. Воробьева О.П. Лингвистические аспекты адресованности художественного текста (одноязычная и межъязыковая коммуникация): Дис...д-ра. филол.наук: 10.02.19. – М., 1993. – 382 с.
102. Воробьева О.П. Семантическое пространство художественного текста: интерпретация мира или мир интерпретаций // Категоризация мира: пространство и время: Материалы научной конференции. – М.: Диалог–МГУ, 1997. – С. 39-40.

103. Воронков В.В. Прагматический аспект текста английской публицистической журнальной статьи: Автореф. дис...канд.филол.наук: 10.02.04 / МГПИИЯ. – М., 1991. – 30 с.
104. Выготский Л.С. Мышление и речь. – М.: Лабиринт, 1996. 415 с.
105. Высочинский Ю.И., Омельченко Л.Ф. Лексикология современного английского языка. – Ч.1. – К.: Изд-во Нац. техн. ун-т “Киевский политехнический институт”, 1999. – 264 с.
106. Высочинский Ю.И., Омельченко Л.Ф. Лексикология современного английского языка. – Ч.2. – К.: Изд-во Нац. техн. ун-т “Киевский политехнический институт”, 2000. – 278 с.
107. Гадамер В.-Х. Истина и метод: основы философской герменевтики. М.: Прогресс, 1988. 704 с.
- Гажева И.Д. Опыт концептуального анализа имени игра // Филол. науки. – 2000. – № 4. – С. 77-81.
108. Гак В.Г. Сопоставительная лексикология: На материале французского и русского языков. – М.: Высшая школа, 1977. – 264 с.
109. Гак В.Г. О современной французской неологии // Новые слова и словари новых слов. – Л.: Наука, 1978. – С. 37-52.
110. Гак В.Г. Эволюция способов номинации в свете соотношения внешних и внутренних стимулов в развитии языка // II Всесоюзная научная конференция по теоретическим вопросам языкознания “Диалектика развития языка”: Тез. докл. – М., 1980. – С. 19-29.
111. Гак В.Г. Метафора: универсальное и специфическое // Метафора в языке и тексте. – М.: Наука, 1988. – С. 11-26.
112. Гак В.Г. Языковые преобразования. – М.: Языки русской культуры, 1998. – 768 с.
113. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. – М.: Наука, 1981. – 139 с.

114. Гарагуля С.И. Имя личное как культурно-историческая категория современного английского языка: Автореф.дис. ...канд.филол.наук. – М., 2000. – 21 с.
115. Гаспаров Б.М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования. – М.: Новое литературное обозрение, 1996. – 352 с.
116. Гачев Г.Д. Национальные образы мира. Космо-Психо-Логос. – М.: Культура, 1995. – 480 с.
117. Гейгер Р.М. Проблемы анализа словообразовательной структуры и семантики в синхронии и диахронии. – Омск: Изд-во Омского ун-та, 1986. – 80 с.
118. Германова Н.Н., Марцевич Л.Е. Американский фольклор // Некоторые филологические аспекты современной американистики. – М.: Изд-во МГУ, 1978. – С. 35-89.
119. Гинзбург Е.Л. Словообразование и синтаксис. – М.: Наука, 1979. – 264 с.
120. Голев Н.Д. Динамический аспект лексической мотивации. – Томск: Изд-во ТГУ, 1989. – 250 с.
121. Голованевский А.Л. Общественно-политическая лексика как проблема социолингвистического исследования // Вестник Московск. ун-та. Серия 5. Филология. – 1987. – № 5. – С.38-45.
122. Голованова Е.И. Пространственная концептуализация субъекта деятельности в терминологических наименованиях лица // Когнитивная семантика: Материалы Второй Международной школы-семинара по когнитивной лингвистике. – Ч. 2. – Тамбов: Изд-во Тамбовского ун-та, 2000. – С. 57-59.
123. Голованова Е.И. Ориентирующая функция термина // С любовью к языку: Сборник научных трудов. Посвящается Е.С. Кубряковой. – М.-Воронеж: Изд-во ИЯ РАН, Воронежский гос. ун-т, 2002. – С. 180-188.

124. Горбунов А.П. Образные средства языка газеты. – М.: Изд-во МГУ, 1969. – 64 с.
125. Горбунов А.П. Язык и стиль газеты. М.: Изд-во МГУ, 1974. 125 с.
126. Гордон Е.М., Крылова И.П. Грамматика современного английского языка. – М.: Высшая школа, 1980. – 335с.
127. Горохов В.М. Закономерности публицистического творчества. – М: Мысль, 1975. – 187 с.
128. Грамматическое исследование. Функционально-стилистический аспект: Суперсегментная фонетика. Морфологическая семантика / Д.Н. Шмелев, М.Я. Гловинская, С.М. Кузьмина, О.П. Ермакова, Е.В. Красильникова. – М., 1989. – 287 с.
129. Григораш А.М. Индивидуально-авторское новаторство во фразеологической сфере в современной публицистике // Слово. Фраза. Текст. Сборник научных статей к 60-летию проф. М.А. Алексеенко. – М.: Изд-во “Азбуковник”, 2002. – С. 125-137.
130. Гридина Т.А. Языковая игра: стереотипы и творчество. – Екатеринбург: Изд-во УГПУ, 1996. – 214 с.
131. Грилихес И.В. Прагматические и лексико-семантические особенности рекламных текстов (на материале англоязычной бытовой рекламы): Дис...канд..филол..наук: 10.02.04. – К., 1978. – 152 с.
132. Губанов Н.И. Чувственное отражение: Анализ проблемы в свете современной науки. – М.: Мысль, 1986. – 237 с.
133. Гудков Д.Б. Прецедентное имя и проблемы прецедентности. – М., 1999. – 168 с.
134. Гудмен Н. Метафора – работа по совместительству // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 194-200.
135. Гумбольд В. Фон. О различии человеческих языков и его влияние на духовное развитие человечества // Избранные труды по языкознанию. – М.: Прогресс, 1984. – 397 с.

136. Гуменюк Н.Г. Дейктичні маркери як фактор, який впливає на реалізацію категорії оцінки в тексті: Автореф. дис...канд. філол. наук: 10.02.04 / КДЛУ. – К., 1996. – 26 с.
137. Гущина И.В. Аргументация в публицистическом тексте. – Свердловск: Изд-во Уральского института, 1992. – 242 с.
138. Дэвидсон Д. Что означают метафоры // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 173-193.
139. Дейк Т.А. ван. Вопросы прагматики текста // Новое в зарубежной лингвистике: Пер. с англ. – Вып. VIII. – М: Прогресс, 1978. – С. 259-336.
140. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация: Пер. с англ. – М: Прогресс, 1989. – 312 с.
141. Дейчаківська О.В. Синтактико-семантичні властивості дієслів у функції зв'язки (на матеріалі англійської мови): Автореф. дис...філол.наук: 10.02.04 / КДЛУ. – К., 1997. – 18 с.
142. Дешериев Ю.Д. Социальная лингвистика. – М: Наука, 1977. – 382 с.
143. Дешериев Ю.Д. Взаимоотношение развития национальных языков и национальных культур. – М.: Наука, 1980. – 320 с.
144. Дешериев Ю.Д. Теоретические аспекты изучения социальной обусловленности языка // Влияние социальных факторов на функционирование и развитие языка. – М.: Наука, 1988. – С. 5-40.
145. Добросклонская Т.Г. Что такое медиалингвистика // Вестник МГУ. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2004. – № 2. – С. 9-17.
146. Дорошевский В. Элементы лексикологии и семиотики. – М.: Прогресс, 1977. – 286 с.
147. Дридзе Т.М. Язык и социальная психология. – М: Высшая школа, 1980. – 224 с.

148. Дубов И.Г. Феномен менталитета: психолингвистический анализ // Вопросы психологии. – 1993. – №5. – С. 20-30.
149. Ельмслев Л. Прологомены к теории языка // Зарубежная лингвистика: Пер. с англ. – Вып. 1. – М.: Прогресс, 1999. – С. 131-256.
150. Єнікєєва С.М. Формування та функціонування нових словотворчих елементів англійської мови: Автореф. дис...канд.філол.наук: 10.02.04 / ХНУ. – Харків, 1999. – 17 с.
151. Жлуктенко Ю.А. Неологизмы – телескопийные слова // Английские неологизмы. – К.: Наукова думка, 1983. – С. 101-113.
152. Жлуктенко Ю.А., Березинский В.П., Борисенко И.И. Английские неологизмы. – К.: Наукова думка, 1983 – 172 с.
153. Жлуктенко Ю.А., Зацный Ю.А., Швейцер А.Д. Социальная лингвистика и общественная практика. – К.: Вища школа, 1988. – 168 с.
154. Жовтобрюх М.А. Мова української періодичної преси. – К.: Наукова думка, 1970. – 303 с.
155. Жоль К.К. Мысль, слово, метафора. – К.: Наукова думка, 1984. – 303 с.
156. Жоль К.К. Язык как практическое сознание (философский анализ). – К.: Вища школа, 1990. – 238 с.
157. Жуковець Г.Л. Типові словотвірні моделі в сучасному лейбористському дискурсі // Мовні і концептуальні картини світу: Зб. наук. праць. / Гол. ред. О.І.Чередниченко. – № 5. – К: КНУ, 2001. – С. 61-65.
158. Журавлева Т.А. Особенности терминологической номинации. – Донецк: АООТ Торговый Дом “Донбасс”, 1998. – 253 с.
159. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка. – М.: Высшая школа, 1989. – 126 с.
160. Заботкина В. И. Семантика и прагматика нового слова (на материале английского языка): Автореф. дис...д-ра филол.наук: 10.02.04 / МГУ. – М., 1991. – 51 с.

161. Заботкина В. И., Степанов Т. М. Неологизмы в современном английском языке. – Калининград: Изд-во КГУ, 1982. – 79 с.
162. Загнітко А.П. Функціональність у системі інших концепцій і підходів // Функціональна граматика. – Донецьк: Вид-во ДДУ, 1994. – С. 60-61.
163. Заїченко Г.А., Сагатовський В.М., Кальний І.І. Філософія. – К.: Вища школа, 1995. – 455 с.
164. Захаренко И.В. Прецедентные высказывания и их функционирование в тексте // Лингвокогнитивные проблемы межкультурной коммуникации. – М.: Филология, 1997. – С. 92-99.
165. Захаров А.С. Когнитивные механизмы языкотворчества // Композиционная семантика: Материалы Третьей Международной школы-семинара по когнитивной лингвистике, 18-20 сент., 2002 / отв. ред. Н.Н. Болдырев: Ч.П. – Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2002. – С. 29-31.
166. Зацный Ю.А. Обогащение словарного состава английского языка в 80-е годы. – Запорожье: Изд-во ЗГУ, 1990. – 88 с.
167. Зацний Ю.А. Неологізми англійської мови 80-90-х років ХХ століття.– Запоріжжя: РА “Тандем - У”, 1997. – 396 с.
168. Зацний Ю.А. Розвиток словникового складу англійської мови в 80-ті – 90-ті роки ХХ століття: Дис... д-ра філол. наук: 10.02.04. – Запоріжжя, 1999. – 403 с.
169. Земская Е.А. Словообразование как деятельность. – М.: Наука, 1992. – 221 с.
170. Зенкова А.Ю. Дискурсивный анализ массовой коммуникации: проблема саморепрезентации общества: Автореф. дис...канд. филол. наук: 09.00.19 / УрГУ им. А.М. Горького. – Екатеринбург, 2000. – 24 с.
171. Зернов Б.Е. Взаимодействие частей речи в английском языке (статико-динамический аспект). – Л.: Изд-во ЛГУ, 1986. – 126 с.
172. Золотова Г. А. Очерк функционального синтаксиса русского языка. – М.: Наука, 1973. – 351 с.

173. Золотова Г. А. Коммуникативные аспекты русского синтаксиса. – М.: Наука, 1982. – 368 с.
174. Іваненко С.М. Поліфонія тексту. – К.: Вид-во КДЛУ, 1999. – 318 с.
175. Иванова Г.А. Использование модели текста для формирования умений описания внешности и характеристики персонажа // Язык и национальная культура. – СПб: Образование, 1995. – С. 22-24.
176. Иванов Л. Ю. Семантико-прагматические характеристики текста научной дискуссии: Автореф. дис...канд. филол. наук: 10.02.04 / МГУ. – М., 1991. – 26 с.
177. Ипполитова Н.Б. Изобразительно-выразительные средства в публицистике. – Саранск: Изд-во СГУ, 1988. – 79 с.
178. Кайда Л.Г. Эффективность публицистического текста / Под.ред. Я.Н.Засурского. – М.: Изд-во МГУ, 1989. – 182 с.
179. Каменская О.Л. Текст и коммуникация. – М.: Высшая школа, 1990. – 152 с.
180. Капсиров А.Я. Отражение и оценка. – Горький: Волго-Вятское книжное издательство, 1983. – 183 с.
181. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. – М.: Наука, 1987. – 263 с.
182. Караулов Ю.Н. Ассоциативные поля и активная грамматика // Функциональная семантика (язык, семиотика знаковых систем и методы их изучения). – М., 1997. – Ч.І. – С. 18-20.
183. Карашук П. М. Словообразование английского языка. – М.: Высшая школа, 1977. – 303 с.
184. Карпіловська Є.А. Конструювання складних словотворчих одиниць. – К.: Наукова думка, 1990. – 156 с.
185. Кассирер Э. Сила метафоры // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 33-67.

186. Кацнельсон С. Д. Типология языка и речевое мышление. – Л.: Наука, 1972. – 215 с.
187. Квеселевич Д.И. Интеграция словосочетания в современном английском языке. – К.: Вища школа, 1983. – 84 с.
188. Квеселевич Д.И. Интеграция словосочетания в современном английском языке: Дис...д-ра филол.наук: 10.02.04. – Житомир, 1985. 328 с.
189. Квеселевич Д.І., Сасіна В.П. Практикум з лексикології сучасної англійської мови. – Вінниця: Нова книга, 2001. – 126 с.
190. Керда І.В. Деякі особливості англійських морфологічних неологізмів у різних сферах людської діяльності // Проблеми романо-германської філології: Зб. наук. праць. – Ужгород: Вид-во УДУ, 1998. – С. 62-67.
191. Кисельова О.В. Онімні та відонімні okazіоналізми в англійській мові: Автореф.дис...канд.філол.наук:10.02.04 / Одеський національний ун-т ім.І.І. Мечникова. – Одеса, 2000. – 20 с.
192. Киселева Р.А. Структурные особенности авторских неологизмов и их стилистические функции (на материале английской и американской сатирической и комической литературы XX века): Автореф. дис...канд. филол. наук: 10.02.04 / ЛГПИ. – Л., 1970. – 20 с.
193. Киселева Р.А. Вопросы теории речевого воздействия. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1978. – 159 с.
194. Клобуков Е.В. Активные процессы в грамматике и лексике современного русского языка // Вестник Московского ун-та. – Серия 9. Филология. – № 5. – 1997. – С.118-123.
195. Клименко І.М. Полікомпонентні лексичні одиниці в американському варіанті англійської мови (структурно-семантичний та функціональний аспекти): Автореф. дис...канд. філол. наук: 10.02.04 / КДПШМ. – К., 1993. – 15 с.
196. Коваль А.П., Солганик Г.Я., Пинчук А.Ф. Особливості мови і стилю засобів масової інформації. – К.: Вид-во КДУ, 1983. – 152 с.

197. Кожина М.Н. К основаниям функциональной стилистики. – Пермь: Пермский гос.ун-т, 1968. – 251 с.
198. Кожина М.Н. Стилистика русского языка. – М.: Просвещение, 1977. – 223 с.
199. Кожина М.Н. Стилистика русского языка. – М.: Просвещение, 1983. – 223 с.
200. Кожина М.Н. Некоторые аспекты изучения речевых жанров в нехудожественных текстах // Стереотипность и творчество в тексте. – Пермь: Изд-во ПГУ, 1999. – С. 22-39.
201. Козлова Т.О. Динаміка розвитку лексичної системи англійської мови в Австралії: Етнолінгвістичний аспект: Автореф. дис...канд.філол.наук: 10.02.04 / ХНУ ім.В.Н. Каразіна. Харків, 2001. 19 с.
202. Козловська Г.Б. Прагматичний аспект категоризації інформативності синоптичних текстів газетно-публіцистичного стилю: Автореф. дис...канд. філол. наук: 10.02.04 / ХНУ ім.В.Н. Каразіна. – Харків, 2003. – 19 с.
203. Колосова О.Н. Когнитивные основания языковых категорий: Дис....докт.филол.наук. – М., 1999.
204. Колшанский Г.В. Соотношение субъективных и объективных факторов в языке. – М.: Наука, 1975. – 231 с.
205. Колшанский Г.В. Контекстная семантика. М.: Наука, 1980. 143 с.
206. Колшанский Г.В. О языковом механизме порождения текста // Вопросы языкознания. – 1983. – №3. – С. 44-51.
207. Колшанский Г.В. Коммуникативная функция и структура языка. – М.: Наука, 1984. – 175 с.
208. Колшанский Г.В. Сущность, развитие и функции языка. – М.: Наука, 1987. – 219 с.
209. Колшанский Г.В. Объективная картина мира в познании и языке. – М.: Наука, 1990. – 108с.

210. Концепт движения в языке и культуре / В.Н. Топоров, С.М. Толстая, А.А. Плотникова и др. – М.: Индрик, 1996. – 383 с.
211. Коровина С.В. Стратегия и практика речевого общения // Вестник Оренбургского ГПУ. – 1999. – № 3. – С. 77-83.
212. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. – М.: Изд-во МГУ, 1971. – 268 с.
213. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи: Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. – С.-Пб.: Изд-во Златоуст, 1999. – 320 с.
214. Кочерган М.П. Слово і контекст. – Львів: Вища школа, 1980. – 183 с.
215. Кочерган М.П. Загальне мовознавство. – К.: Вид-во Академія, 1999. – 288 с.
216. Кравченко А.В. Язык и восприятие. Когнитивные аспекты языковой категоризации. – Иркутск: Изд-во Иркутского ун-та, 1996. 159 с.
217. Красных В.В. О чем говорит “человек говорящий”? (к вопросу о некоторых лингво-когнитивных аспектах коммуникации) // Лингвокогнитивные проблемы межкультурной коммуникации. – М.: Филология, 1997. – С. 81-91.
218. Красных В.В. Прецедентные высказывания и их функционирование в тексте // Лингвокогнитивные проблемы межкультурной коммуникации. – М.: Филология, 1997. – С. 92-99.
219. Красных В.В. Лингвокогнитивный подход к коммуникации // Язык, сознание, коммуникация. – М.: МГУ, 2000. – Вып. 12. – С. 41-45.
220. Красных В.В. Основы психолингвистики и теории коммуникации. – М.: Изд-во Гнозис, 2001. – 270 с.
221. Кристал Д. Английский язык как глобальный / Пер. с англ. – М.: Изд-во “Весь мир”, 2001. – 240 с.
222. Крысин Л.П. Социальная маркированность языковых единиц // Вопросы языкознания. – 2000. – № 4. – С. 26-42.

223. Крючкова Т.Б. Особенности формирования и развития общественно-политической лексики и терминологии. М.: Наука, 1991. 153 с.
224. Кубрякова Е.С. Что такое словообразование. – М.: Наука, 1965. – 78 с.
225. Кубрякова Е.С. Деривация, транспозиция, конверсия // Вопросы языкознания. – 1974. – № 5. – С. 64-76.
226. Кубрякова Е. С. Теория номинации и словообразование // Языковая номинация (Виды наименований) / Отв. Ред. Б.А. Серебренников, А.А. Уфимцева. – М.: Наука, 1977. – С. 222-303.
227. Кубрякова Е.С. Части речи в ономаσιологическом освещении. – М.: Наука, 1978. – 115 с.
228. Кубрякова Е.С. Динамическое представление синхронной системы языка // Гипотеза в современной лингвистике. – М.: Наука, 1980. – С. 217-259.
229. Кубрякова Е.С. Типы языковых значений: Семантика производного слова. – М.: Наука, 1981. – 200 с.
230. Кубрякова Е.С. О номинативном компоненте речевой деятельности // Вопросы языкознания. – 1984. – № 4. – С. 13-22.
231. Кубрякова Е.С. Номинативный аспект речевой деятельности. – М.: Наука, 1986. – 158 с.
232. Кубрякова Е.С. Словообразование как процесс номинации и его отличительные, формальные и содержательные характеристики // Теоретические основы словообразования и вопросы создания сложных лексических единиц. – Пятигорск, 1988. – С. 16-29.
233. Кубрякова Е.С. Номинативный акт и его когнитивно-прагматические аспекты // Когнитивные и коммуникативные аспекты английской лексики: Сб. науч. тр. МГЛУ. – М., 1990. – Вып. 357. – С. 9-14.

234. Кубрякова Е.С. Модели порождения речи и главные отличительные особенности речемыслительного процесса // Человеческий фактор в языке. Язык и порождение речи. – М.: Наука, 1991. – С. 82-140.

235. Кубрякова Е.С. Производное слово как языковая структура представления знаний // Сб. науч. тр. МГЛУ. – М., 1994. – Вып.429. – С. 4-11.

236. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца XX века. – М., 1995. – С. 144-238.

237. Кубрякова Е.С. Части речи с когнитивной точки зрения. – М.: Институт языкознания РАН, 1997. – 326 с.

238. Кубрякова Е. С. Словообразование: Большой энциклопедический словарь “Языкознание” / Главн. ред. В.Н. Ярцева. – М.: Большая российская энциклопедия, 1998. – С. 467-469.

239. Кубрякова Е.С. О понятиях места, предмета и пространства // Логический анализ языка. Языки пространства. – М.: Языки русской культуры, 2000. – С. 84-92.

240. Кубрякова Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике: Обзор // Дискурс, речь, речевая деятельность. Функциональные и структурные аспекты: Сб. Обзоров. – М.: Изд-во ИНИОН, 2000. – С. 7-25.

241. Кубрякова Е.С. О разных подходах к изучению СМИ // Язык средств массовой информации как объект междисциплинарного исследования: Тез. докл. междунар. конф. МГУ, 25-27 октября 2001 г. – М.: Изд-во МГУ. – С. 61-62.

242. Кубрякова Е.С. Процессы транспозиции в концептуализации и категоризации мира // Лингвистика как форма жизни: Сборник научных трудов, посвященных юбилею доктора филол. наук, профессора, члена-корреспондента МАН ВШ Л.А.Араевой / Под ред. П.А. Костышева. – Кемерово: Изд-во Кузбассвуз, 2002. – С. 30-34.

243. Кубрякова Е.С., Панкрац Ю.С. О типологии процессов деривации // Теоретические аспекты деривации. – Пермь: Изд-во Пермского ун-та, 1982. – С. 7-20.

244. Кудрявцева Л.А. Моделирование динамики словарного состава (на материале лексических новаций русского языка): Дис...д-ра филол. наук: 10.02.19 / 10.02.01. – К., 1992. – 439 с.

245. Кукушкина Е.И. Познание, язык, культура: Некоторые гносеологические и социальные аспекты проблемы. – М.: Изд-во МГУ, 1984. – 263 с.

246. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. – М.: Высшая школа, 1986. – 336 с.

247. Кустова Г.И. Когнитивные модели в семантической деривации и система производных значений // Вопр. языкознания. – 2000. – № 4. – С. 85-109.

248. Куцик О.А. Слова-символы як образно-смісловий центр формування фразеологізмів: Дис...канд.філол.наук: 10.02.04 / ДДУ. – Дрогобич, 1996. – 261 с.

249. Лабов У. Отражение социальных процессов в языковой структуре: Пер. с англ. // Новое в лингвистике. – М.: Прогресс, 1975. – Вып. 7. – С. 96-181, 320-335.

250. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем: Пер. с англ. // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М.: Прогресс, 1987. – С.126-172.

251. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем: Пер. с англ. // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 387- 415.

252. Лапина Э.А. Метафора в терминологии микроэлектроники // Метафора в языке и тексте. – М.: Наука, 1988. – С. 134-144.

253. Лебедев М.В. Стабильность языкового значения. – М.: Эдиториал УРСС, 1998. – 168 с.

254. Левицкий А.Э. Функциональные подходы к классификации единиц современного английского языка. – К.: “АСА”, 1998. – 362 с.
255. Левицкий А.Э. Особенности проявления функциональной переориентации в сфере английской терминологической лексики // Науковий Вісник ВДУ. Філологічні Науки. – 1999. – № 3. – С. 109-111.
256. Левицький А.Е. Функціональні зміни в системі номінативних одиниць сучасної англійської мови: Дис...д-ра філол.наук: 10.02.04 / КДУ. – Київ, 1999. – 410 с.
257. Левицький А.Е. Функціональні зміни в системі номінативних одиниць сучасної англійської мови: Автореф. дис...д-ра філол.наук: 10.02.04 / КДУ. – Київ, 1999. – 36 с.
258. Левицкий А.Э. Функциональная переориентация номинативных единиц современного английского языка. – Житомир: Изд-во ЖГПУ, 2001. – 168 с.
259. Левицкий А.Э. Особенности реализации лексического значения слова в высказывании // С любовью к языку: Сб.науч.трудов. – М.-Воронеж: ИЯ РАН, 2002. – С. 412-419.
260. Лексикология английского языка / Р.З. Гинзбург, С.С. Хидекель, Г.Ю. Князева, А.А. Санкин. – М.: Высшая школа, 1979. – 269 с.
261. Леонтьев А.А. Речевое воздействие. Проблемы прикладной психолингвистики. – М.: Наука, 1972. – 144 с.
262. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. – М.: Смысл, 1997.– 287 с.
263. Лосев А.Ф. Введение в общую теорию языковых моделей. – М.: Наука, 1968. – 294 с.
264. Лосев А.Ф. Знак. Символ. Миф. – М.: Изд-во Московского университета, 1982. – 480 с.
265. Лосев А.Ф. Из ранних произведений. – М.: Правда, 1990. – С. 393-599.

266. Лосев А.Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. – М.: Искусство, 1995. – 320 с.
267. Лотман Ю.М. Символ в системе культуры // Труды по знаковым системам. Ученые записки Тартусского государственного ун-та. – Тарту: Изд-во ТГУ, 1987. – С. 56-81.
268. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. – М.: Языки русской культуры, 1996. – 464 с.
269. Лыков А.Г. Современная русская лексикология (русское окказиональное слово). – М.: Наука, 1976. – 119 с.
270. Лысакова И.П. Язык газеты: Социолингвистический аспект. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1981. – 103 с.
271. Лысакова И.П. Тип газеты и стиль публикации. Опыт социолингвистического исследования. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1989. – 183 с.
272. Маковский М.М. Системность и асистемность в языке. – М.: Наука, 1980. – 210 с.
273. Маккормак Э. Когнитивная теория метафоры // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 358-386.
274. Маляр Т.Н. О метафоризации пространственных отношений / Лингвистика на рубеже эпох. Идеи и топосы. Сб. статей. – М.: Изд-во РГГУ, 2000. – С. 75-88.
275. Манерко Л.А. Концептуальная модель пространственного дискурса // С любовью к языку: Сб. науч. трудов. – М.-Воронеж: ИЯ РАН, 2002. – С. 398-406.
276. Маркосян Г.В. Словообразовательная парадигма в функциональном освещении (на материале отсубстантивной деривации): Автореф. дис...канд. филол. наук: 10.02.04 / ЕГУ. – Ереван, 2002. – 26 с.
277. Матвеева Т.В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий. Синхронно-сопоставительный очерк. – Свердловск: Изд-во Уральского ун-та, 1990. – 172 с.

278. Метафора в языке и тексте / Под ред. В.Н. Телия. – М.: Наука, 1988. – 176 с.
279. Мэметс Х.Д. Компаративность и метафоричность в языках разных систем // Метафора в языке и тексте. – М.: Наука, 1988. – С. 92-107.
280. Мешков О.Д. Словообразование современного английского языка. – М.: Наука, 1976. – 246 с.
281. Мешков О.Д. О речевых композитах в современном английском языке // Иностранные языки в школе. – 1981. № 2. – С. 16-17.
282. Мешков О.Д. Словосложение в современном английском языке. – М.: Высшая школа, 1985. – 186 с.
283. Мешков О.Д. Семантические аспекты словосложения английского языка / Отв. ред О.В. Сивергина. – М.: Наука, 1986. – 208 с.
284. Мещанинов И.И. Проблемы развития языка. – Л.: Наука, 1975.– 350 с.
285. Миллер Е.Н. Природа лексической и фразеологической антонимии. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1990. – 221 с.
286. Минский М. Фреймы для представления знаний: Пер. с англ. – М.: Энергия, 1979. – 151 с.
287. Минский М. Остроумие и логика когнитивного бессознательного: Пер. с англ. // Новое в зарубежной лингвистике: Вып. XXIII. Когнитивные аспекты языка. – М.: Прогресс, 1988. – С. 291-295.
288. Миськевич Г.И., Чельцова Л.К. Новые слова, их принятие и нормативная оценка (Проблема новых слов в культурно-речевом аспекте) // Актуальные проблемы культуры речи. – М.: Наука, 1970. – С. 243-277.
289. Мова сучасної масово-політичної інформації / І.К. Білодід, М.М. Пилинський, К.В. Ленець, Г.М. Колесник, Н.М. Сологуб. – К.: Наукова думка, 1979. – 251 с.
290. Мова і час / Відп. ред. В.М. Русанівський. – М.: Наукова думка, 1977. – 237с.

291. Мороховський А.Н. Слово и предложение в истории английского языка. – К.: Вища школа, 1980. – 216 с.
292. Москаленко А.З. Основи журналістики / Тексти лекцій. – К.: ВПУ “Київський університет”, 1994. – 135 с.
293. Москаленко А.З. Основні функції і принципи преси. – К.: Наукова думка, 1998. – 96 с.
294. Мостовий М.І. Лексикологія англійської мови. – Харків: Вид-во Основа, 1993. – 256 с.
295. Мурзин Л.Н., Штерн А.С. Текст и восприятие. – Свердловськ: Изд-во Уральського ун-та, 1991. – 172.
296. Набиев Н.Г.оглы. Политическая фразеология в современном французском языке (на материале прессы): Дис...канд. филол. наук: 10.02.05. – Баку, 1991. – 174 с.
297. Начинсоне А.С. Воспроизводимость приемов окказионального преобразования ФЕ в речи // Лексические и грамматические инновации: Сб. науч. тр. / Под ред. Л. Орловской. – Рига: Изд-во ЛГУ, 1982. – С. 61-68.
298. Некоторые тенденции в развитии телескопических слов современного английского языка / Л.Ф. Омельченко, М.М. Максимчук, П.А. Бех, Л.В. Биркун. – К.: УМКВО, 1992. – 60 с.
299. Нефедова Л.А. Когнитивно-деятельностный аспект имплицативной коммуникации. – Челябинск: Изд-во ЧГУ, 2001. – 151 с.
300. Нещименко Г.П. Динамика речевого стандарта современной публичной вербальной коммуникации: Проблемы. Тенденции развития / Вопросы языкознания. – 2001. – № 1. – С. 98-132.
301. Никитин М.В. Курс лингвистической семантики. – СПб.: Научный центр проблем диалога, 1996. – 760 с.
302. Никитин М.В. Метафора: уподобление vs. интеграция концептов // С любовью к языку: Сб.науч. трудов. – М.-Воронеж: ИЯ РАН, 2002. – С. 255-270.

303. Никулина Е.А. Лингвистическая компетенция концепция терминологических фразеологизмов // Вестник МГУ. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация . – 2003. – №4. – С. 52-59.

304. Новицкая В.В. К вопросу о модификационной словообразовательной категории // Общие проблемы строения и организации языковых категорий: Материалы науч. конф.– М.: Изд-во РАН, 1998. – С. 120-121.

305. Новоселева А.Г. Оказиональные и потенциальные слова в советской публицистике: Дис...канд.филол.наук.: 10.02.01. – Черновцы, 1986.– 332 с.

306. Норман Б.Ю. Оказиональная (метафорическая) номинация и контекст // Языковая номинация. – Минск: МГЛУ, 1996. – С. 16-17.

307. Общее языкознание / Под ред. А.Е. Супруна. – Минск: Вышэйшая школа, 1983. – 456 с.

308. Овакимян Л.Б. Когнитивные аспекты семантики производного слова (на материале англоязычной художественной прозы): Автореф. дис...канд. филол. наук: 10.02.04 / МГПИИЯ. – М., 1995. – 21 с.

309. Олдырева Л.П. Филологическая деятельность Ноя Уэбстера // Некоторые филологические аспекты современной американистики. – М.: Изд-во МГУ, 1978. – С. 11-34.

310. Ольшанский И.Г. Лексическая полисемия: возможности и перспективы ее исследования с когнитивных позиций // Когнитивная семантика: Материалы Второй Международной школы-семинара по когнитивной лингвистике. – Ч. 2. – Тамбов: Изд-во Тамбовского ун-та, 2000. – С. 17-23.

311. Омельченко Л.Ф. Телескопия – один из малоизученных способов глаголообразования современного английского языка // Филол. науки. – 1980. – №5. – С. 66-71.

312. Омельченко Л.Ф. Продуктивные типы сложных слов в современном английском языке: На материале прилагательных и глаголов. – М.: Высш. школа, 1981. – 143 с.

313. Омельченко Л.Ф. Английская композита: структура и семантика: Дис...д-ра филол.наук: 10.02.04. – К., 1989. – 493 с.

314. Омельченко Л.Ф., Кобушкіна К.О. Композитні дієслова та імена дії у газетно-публіцистичному стилі (на матеріалі сучасної англійської мови) // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КНЛУ. Серія Філологія. Педагогіка. Психологія. – 2002. – Вип.6. – С. 293-299.

315. Опарина Е.Ю. Концептуальная метафора // Метафора в языке и тексте. – М.: Наука, 1988. – С. 65 -77.

316. Ортега-И-Гассет Хосе. Две великие метафоры // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 68-81.

317. Павиленис Р.И. Язык и логика. – Вильнюс: Изд-во ВГУ, 1975.– 166 с.

318. Павиленис Р.И. Проблема смысла: современный логико-философский анализ языка. – М.: Мысль, 1983. – 286 с.

319. Пак С.М. Личное имя как культурный символ: стереотипы и мифы //Текст и дискурс: традиционный и когнитивно-функциональный аспекты исследования: Сб.научных трудов. – Рязань, 2002. – С. 15-21.

320. Пак С.М. Личное имя в лингво-когнитивном освещении //Вестник Московского университета. – Серия 9. – Филология. – 2004. – №1. – С. 161-171.

321. Панина Л.С. Образование фразеологических единиц на базе русских пословиц в русском языке: Автореф. дис...канд.филол.наук: 10.02.01 / РГУ. – Ростов-на-Дону, 1986. – 23 с.

322. Панкрац Ю.Г. Пропозициональные структуры и их роль в формировании языковых единиц разных уровней. – Минск. – М.: МГПИИЯ, 1992. – 112 с.

323. Пастушенко Л.П. Английские фразеологические единицы в составе фразео-тематического поля (на материале фразео-тематического поля маринизмов): Автореф. дис...канд.филол.наук: 10.02.04 / КГУ. – К., 1982. – 19 с.

324. Пауль Г. Принципы истории языка. – М.: Изд-во иностранной ли-ры, 1960. – 500 с.

325. Петрова Н.Д. Лингво-гносеологические основы динамики фразеологической номинации: Дис...д-ра филол.наук: 10.02.04. – К., 1996. – 463 с.

326. Петрухина Е.В. Глагольные категории: между словообразованием и грамматикой // Общие проблемы строения и организации языковых категорий: Материалы научной конференции. – М.: Изд-во РАН, 1998. – С. 123-127.

327. Пимахина Т.А. Семантические характеристики неологизмов современного английского языка // Системные связи в лексике и грамматике германских языков. – Самара: Изд-во СГУ, 1991. – С. 24-30.

328. Плотникова Л.И. Новое слово: порождение, функционирование, узуализация. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2000. – 208 с.

329. Позднякова Е. М. Концептуальная организация производного слова // Когнитивная семантика: Материалы Второй Международной школы-семинара по когнитивной лингвистике. – Ч. 2. – Тамбов: Изд-во Тамбовского ун-та, 2000. – С. 23-27.

330. Позднякова Е. М. Nomina agentis: когнитивные принципы организации категорий // Общие проблемы строения и организации языковых категорий: Материалы науч.конф. – М.: РАН, 1998. – С. 128-130.

331. Полюжин М.М. Диахронно-семантический аспект словообразования в английском языке. – М.: Институт языкознания РАН, 1992. – 265 с.

332. Полюжин М.М. Функциональное словосложение и префиксальные ономаσιологические категории в английском языке. – Ужгород: Изд-во Патент, 1997. – 100 с.
333. Полюжин М.М. Функціональний і когнітивний аспекти англійського словотворення. – Ужгород: Закарпаття, 1999. – 240 с.
334. Полюжин М.М., Омельченко Л.Ф. Функциональное словосложение и префиксальные ономаσιологические категории в английском языке. – Ужгород: Изд-во УГУ, 1997. – 99 с.
335. Попова З.Д., Стернин И.А. Очерки по когнитивной лингвистике. – Воронеж: Изд-во “Истоки”, 2001. – 191 с.
336. Попова З.Д., Стернин И.А. Язык и национальная картина мира. – Воронеж: Изд-во “Истоки”, 2002. – 59 с.
337. Потапенко С.И. Употребление артиклей с именами собственными в английском языке // Иностран. языки в школе. – 2000. – № 2. – С. 65-68.
338. Потебня А.А. Из лекций по теории словесности. – Харьков: Изд-во ХДУ, 1984. – 112 с.
339. Потебня А.А. Слово и миф. – М.: Изд-во “Правда”, 1989. 623 с.
340. Потебня А.А. Мысль и язык. – К.: Синто, 1993. – 192 с.
341. Почепцов Г.Г. Прагматика текста // Коммуникативно-прагматические и семантические функции речевых единств. – Калинин, 1980. – С. 5-10.
342. Почепцов Г.Г. Прагматические аспекты изучения предложения и текста / Сб. науч. трудов. – К., 1983. – 209 с.
343. Почепцов Г.Г. (мл.) Коммуникативные аспекты семантики. – К.: Вища школа, 1987. – 131 с.
344. Почепцов Г.Г. (мл.) Теория и практика коммуникации. – М.: Изд-во “Центр”, 1998. – 352 с.

345. Почепцов Г.Г.(мл.) Информационные войны. Основы военно-коммуникативных исследований. – Ровно: ППФ Волинські обереги, 1999. – 350с.
346. Почепцов Г.Г. (мл.) Имиджелогия. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. – 768 с.
347. Почепцов Г.Г. (мл.) Информационные войны. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. – 574 с.
348. Почепцов Г.Г. (мл.) Коммуникативные технологии XX века. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. – 352 с.
349. Почепцов Г.Г. (мл.) Психологические войны. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2000. – 528 с.
350. Пронин Е.И. Выразительные средства журналистики . – М.: Изд-во МГУ, 1980. – 92 с.
351. Пронин Е.И. Текстовые факторы эффективности журналистского воздействия. – М.: Изд-во МГУ, 1981. – 158 с.
352. Прохоров Е. Воздействие журналистики на массовое сознание // Проблемы эффективности журналистики. – М.: Изд-во МГУ, 1990. – С. 46-65.
353. Радченко В.Н. Семантические особенности спортивной лексики в английском языке // Некоторые филологические аспекты современной американистики. – М.: Изд-во МГУ, 1978. – С. 156 -176.
354. Раевская О.В. Соотношение словообразовательных категорий с грамматическими и ономаσιологическими // Общие проблемы строения и организации языковых категорий: Материалы научной конференции. – М.: Изд-во РАН, 1998. – С. 130-132.
355. Раевская О.В. Метонимия в слове и в тексте // Филол. науки. – 2000. – №4. – С. 49-55.
356. Раєвська Н.М. Англійська лексикологія. – К.: Вища школа, 1971. – 335 с.

357. Разинкина Н.М. Стилистика английской научной речи. Элементы эмоциональной субъективной оценки. – М.: Наука, 1972. – 168 с.
358. Разинкина Н.М. Развитие языка научной литературы: Лингвистическое исследование. – М.: Наука, 1978. – 211 с.
359. Рассохина М.В. Метафора в языке социологической теории / Серия научные доклады МВШСЭН / Под ред. Г.С. Батыгина. – М.: МВШСЭН, 2001. – Вып. 1. – С.10-40.
360. Ребрій О.В. Оказіоналізми в сучасній англійській мові (структурно-функціональний аналіз): Автореф. дис...канд.філол.наук: 10.02.04 / ХНУ. – Харків, 1997. – 18 с.
361. Ретунская М.С. Английское окказиональное словообразование (на материале имен существительных и прилагательных): Автореф. дис...канд.филол.наук: 10.02.04 / Горьковский гос. ун-т им. Н.И.Лобачевского. – Горький, 1974. – 21 с.
362. Рождественский Ю.В. Лекции по общему языкознанию. – М.: Высшая школа, 1990. – 380 с.
363. Розен Е.В. Номинация и словообразование. – Калинин: Изд-во КГУ, 1989. – 136 с.
364. Розен Е.В. Новые слова и устойчивые словосочетания в немецком языке. – М.: Просвещение, 1991. – 192 с.
365. Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира / Под ред. Б.А. Серебрянникова, Е.С. Кубряковой, В.И. Постоваловой, А.А. Уфимцевой и др. – М.: Наука, 1988. – 215 с.
366. Роль языка в средствах массовой информации: Сб. обзоров // Отв. ред. Н.А. Безменова, Л.Т. Лузина. – М.: Изд-во ИНИОН, 1986.– 254 с.
367. Рудяков А.Н. Лингвистический функционализм и функциональная семантика. – Симферополь: Таврия, 1998. – 224 с.
368. Русанівський В.М. Структура лексичної і граматичної семантики. – Київ: Наукова думка, 1988. – 236 с.

369. Сахарный Л.В. Структура слова-универба и контекст // словообразование и семантико-синтаксические процессы в языке – Пермь, 1977. – С. 27-37.

370. Сахарный Л.В. Словообразование в речевой деятельности (образование и функционирование производного слова в русском языке): Дис....докт.филол.наук. – Л., 1979. – 533 с.

371. Сахарный Л.В. Введение в психолингвистику. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1989. – 224 с.

372. Селіванова О.О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики. – Київ: Фітосоціоцентр, 1999. – 147 с.

373. Селиванова Е.А. Когнитивная ономаσιология. – К.: Фитосоциоцентр, 2000. – 247 с.

374. Серажим К.С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність. (На матеріалах сучасної газетної публіцистики) / За ред. В. Різуна. – К.: Вид-во КНУ ім. Т.Г. Шевченка, 2002. – 392 с.

375. Сербенська О.А. Мова преси в контексті вимог перебудови. – К.: НМК ВО при Мінвузі УРСР, 1989. – 64 с.

376. Сербенська О.А. Мова газети і мовотворчість журналіста в аспекті соціально-культурного розвитку суспільства: Дис...д-ра філол.наук: 10.02.01. – Львів, 1991. – 419 с.

377. Серебренников Б.А. Роль человеческого фактора в языке. Язык и мышление. – М.: Наука, 1988. – 244 с.

378. Слобин Д., Грин Дж. Психолингвистика. – М.: Прогресс, 1976. – 350 с.

379. Слюсарева Н.А. Проблемы функционального синтаксиса современного английского языка. – М.: Наука, 1981. – 190 с.

380. Слюсарева Н.А. Проблемы функциональной морфологии современного английского языка. – М.: Наука, 1986. – 215 с.

381. Смерчко А.А. Фразеологічні інновації як відображення сприйняття світу: Автореф. дис...канд. філол. наук: 10.02.04 / КДУ. – Київ, 1997. – 22 с.
382. Смущинська І.В. Об'єктивні і суб'єктивні фактори художнього пізнання у світлі проблеми авторської модальності // Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. Іноземна філологія. Вип.37-38. – 2004. – С. 20-24.
383. Снитко Е. С. Составные наименования и их эквиваленты в газетной публицистической речи. – К.: Изд-во КГУ, 1981. – 84 с.
384. Современная газетная публицистика: Проблемы стиля / Отв. ред. И.П. Лысакова. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1987. – 120 с.
385. Солганик Г.Я. Стили репортажа. – М.: Изд-во МГУ, 1970. 80 с.
386. Солганик Г.Я. Синтаксическая стилистика. – М.: Высшая школа, 1973. – 214 с.
387. Солганик Г.Я. Язык и стиль передовой статьи. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1973. – 74 с.
388. Солганик Г.Я. Лексика газеты. Функциональный аспект. – М.: Высшая школа, 1981. – 112 с.
389. Соловьев В.П. Фразеологизация терминологических словосочетаний // Образование и функционирование ФЕ. – Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ, 1981. – С. 32-33.
390. Солоненко Е.Н. Прилагательные размерности как база для вторичной номинации при выражении аксиологической оценки: Дис...канд.филол.наук: 10.02.04. – К.,1991. – 235 с.
391. Солоненко Е.Н. Прилагательные размерности как база для вторичной номинации при выражении аксиологической оценки в современном английском языке: Автореф.дис...канд.филол.наук: 10.02.04 / КГУ. – К., 1991. – 18 с.
392. Соссюр Ф. де. Заметки по общей лингвистике. – М.: Прогресс, 1990. – 280 с.

393. Сосюр Ф. де. Курс загальної лінгвістики. – К.: Основи, 1998. – 324 с.
394. Социальная практика и журналистский текст / Под ред. Я.Н. Засурского, Е.И. Пронина. – М.: Изд-во МГУ, 1990. – 176 с.
395. Смущинська І.В. Об'єктивні і суб'єктивні фактори художнього пізнання у світлі проблеми авторської модальності // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Іноземна філологія. – Вип.37-38. – 2004. – С. 21-24.
396. Способы номинации в современном русском языке / Под. ред. Д.Н. Шмелева. – М.: Изд-во Наука, 1982. – 286 с.
397. Степанов Ю.С. Методы и принципы современной лингвистики. – М.: Изд-во УРСС, 2002. – 312 с.
398. Степанова М.Д., Фляйшер В. Теоретические основы словообразования в немецком языке. – М.: Высшая школа, 1984. – 264 с.
399. Стернин И.А. Лексическое значение слова в речи. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1985. – 171 с.
400. Стецула І.В. Політичний дискурс засобів масової комунікації: Трансформація прагмалінгвістичних параметрів функціонування: Дис...канд. філол. наук: 10.02.04. – Львів, 1994. – 167 с.
401. Стилистика английского языка / А.Н. Мороховський, О.П. Воробьева, Н.И. Лихошерст, З.В. Тимошенко. – К.: Выща школа, 1991. – 272 с.
402. Стриженко А.А. Роль языка в системе средств пропаганды. – Томск: Изд-во Томского ун-та, 1980. – 210 с.
403. Стриженко А.А. Роль и средства социально-ориентированного общения в буржуазной пропаганде. – Барнаул: Изд-во АГУ, 1982. – 102 с.
404. Стриженко А.А. Язык и идеологическая борьба. – Иркутск: Изд-во Иркутского ун-та, 1988. – 152 с.
405. Стюфляева М.И. Образные ресурсы публицистики. – М.: Мысль, 1982. – 176 с.

406. Сукаленко Н.И. Отражение обыденного сознания в образной языковой картине мира. – К.: Наукова думка, 1992. – 268 с.
407. Сусов. И.П. Семантика и прагматика предложения. – Калинин: Изд-во КГУ, 1980. – 51 с.
408. Сухоплещенко Ю.Ф. Когнитивная структура прагматически ориентированных лексических новообразований: Автореф. дис...канд.филол. наук: 10.02.04 / МГПИИЯ. – М., 1995. – 22 с.
409. Сухих С.А., Зеленская В.В. Прагмалингвистическое моделирование коммуникативного процесса. – Краснодар: Изд-во Кубанского гос. ун-та, 1998. – 160 с.
410. Тараненко А.А. Языковая семантика в ее динамических аспектах. – К.: Наукова думка, 1989. – 256 с.
411. Телия В.Н. Вторичная номинация и ее виды // Языковая номинация: Виды наименований. – М.: Наука, 1977. – С. 129-221.
412. Телия В.Н. Типы языковых значений: Связанное значение слова в языке. – М.: Наука, 1981. – 269 с.
413. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц. – М.: Наука, 1986. – 142 с.
414. Телия В.Н. О специфике отображения мира психики и знания в языке // Сущность, развитие и функции языка. – М.: Наука, 1987. – С. 61-72.
415. Телия В.Н. Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. – М.: Наука, 1988. – С. 173-204.
416. Телия В.Н. Метафора как модель смыслопроизводства и ее экспрессивно-оценочная функция // Метафора в языке и тексте. – М.: Наука, 1988. – С. 26-51.
417. Телия В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – М.: Школа “Языки русской культуры”, 1996. – 288 с.

418. Теля В.Н. Роль образных средств языка в культурно-национальной окраске миропонимания // Этнопсихолингвистические аспекты преподавания иностранных языков – М.: Языки русской культуры, 1996. – С 28-40.
419. Теля В.Н. Фразеология в контексте культуры. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 336 с.
420. Терехова Д.І. Особливості сприйняття лексичної семантики. – К.: КДЛУ, 2000. – 247 с.
421. Тер-Минасова С.Г. Словосочетание в научно-лингвистическом и дидактическом аспектах. – М.: Высшая школа, 1981. – 144 с.
422. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. – М.: Слово, 2000. – 262 с.
423. Тимошенко Т.Р. Телескопия в словообразовательной системе современного английского языка: Автореф. дис...канд.филол.наук: 10.02.04 / КГПИИЯ. – Киев, 1976. – 26 с.
424. Тимченко Е.П. Стилiстично-маркованi словотвiрнi типи у сучаснiй нiмецькiй мовi // Мова у соціальному та культурному контексті: Зб.наук. пр. – К.: КДУ, 1997. – С. 110-115.
425. Тимченко Е.П. Метафоричність у нiмецьких публіцистичних текстах // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – Іноземна філологія. – Вип. 30. – С. 12-16.
426. Тихомирова Е.А. Лингвистический анализ тропа как один из способов описания национальной картины мира // Язык и культура. – К.: Изд-во КГУ, 1993. – С. 152-155.
427. Томахин Г.Д. Лексика с культурным компонентом значения // Иностранные языки в школе. – 1980. – №6. – С. 60-67.
428. Томахин Г.Д. Реалии в культуре и языке // Иностранные языки в школе. – 1981. – №1. – С. 60-67.

429. Томахин Г.Д. Америка через американизмы. – М.: Высшая школа, 1982. – 256 с.
430. Томахин Г.Д. Реалии-американизмы. – М.: Высшая школа, 1988. – 237 с.
431. Тондл Л. Проблемы семантики: Пер. с чеш. / Под ред. А.И. Уемова. – М.: Прогресс, 1975. – 484 с.
432. Топоров В.Н. Миф. Ритуал. Символ. Образ: Исследования в области мифопоэтического: Избранное. – М.: Прогресс – Культура, 1995. – 624 с.
433. Топоров В.Н., Толстая С.М., Плотникова А.А. и др. Концепт движения в языке и культуре. – М.: Изд-во Индрик, 1996. – 383 с.
434. Трескова С.И. Социолингвистические проблемы массовой коммуникации. Принципы измерения языковой вариативности. – М.: Наука, 1989. – 152 с.
435. Тропина О.А. Производное слово как особая когнитивная структура // Когнитивная лингвистика: современное состояние и перспективы развития. Материалы Первой международной школы-семинара по когнитивной лингвистике. – Тамбов: Изд-во ТГУ, 1998. – С. 146-147.
436. Туманян Э.Г. Место и значение периодики в образовании литературных языков // Язык и массовая коммуникация. – М.: Наука, 1984. – С. 14-34.
437. Туманян Э.Г. О разграничении спонтанного и общественно детерминированного в развитии языка // Влияние социальных факторов на функционирование и развитие языка. – М.: Наука, 1988. – С. 55-67.
438. Тураева З. Я. Лингвистика текста. – М.: Просвещение, 1986. – 127 с.
439. Українська мова. Енциклопедія. – К.: Українська енциклопедія ім. М.П. Бажана, 2000. – 752 с.

440. Улуханов И.С. Узуальные и окказиональные единицы словообразовательной системы // Вопросы языкознания. – 1984. – № 1. – С. 44-54.

441. Уорф Б.Л. Наука и языкознание: Пер. с англ. // Новое в лингвистике. – М.: Изд-во Иностранной литературы, 1960. – Вып.1. – С.169-182.

442. Уорф Б.Л. Лингвистика и логика: Пер. с англ. // Новое в лингвистике. – М.: Изд-во Иностранной литературы, 1960. – Вып.1. – С.183-198.

443. Уорф Б.Л. Отношение норм поведения и мышления к языку: Пер. с англ. // Новое в лингвистике. – М.: Прогресс, 1999. – Вып.1. – С.58-91.

444. Урубкова Л.М. Роль метафоры в концептуализации мира // Когнитивная семантика: Материалы Второй Международной школы-семинара по когнитивной лингвистике. – Ч. 2. – Тамбов: Изд-во Тамбовского ун-та, 2000. – С. 137-139.

445. Уфимцева А.А. Лексическое значение. Принцип семиологического описания лексики. – М.: Наука, 1986. – 240 с.

446. Уфимцева А.А. Роль лексики в познании человеком действительности и формирование языковой картины мира // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. – М.: Наука, 1988. – С. 108-140.

447. Фесенко И.М. Отражение картины мира общенародным английским языком географии: Дис...канд.филол.наук: 10.02.04 / КГУ. – К., 1993. – 236 с.

448. Фесенко Т.А. Концептуальное моделирование // Когнитивная семантика: Материалы Второй Международной школы-семинара по когнитивной лингвистике. – Ч. 2. – Тамбов: Изд-во Тамбовского ун-та, 2000. – С. 149-151.

449. Філософія: Навчальний посібник / І.Ф.Надольний, В.П.Андрущенко, І.В.Бойченко, В.П.Розумний та ін.. – К.: Вікар, 1997. – 584 с.

450. Филлмор Ч. Основные проблемы лексической семантики: Пер.с англ. // Зарубежная лингвистика III. / Общ. ред. В.Ю. Розенцвейга, В.А. Звегинцева, Б.Ю. Городецкого. – Вып. 3. – М.: Прогресс, 1999. – С. 303-351.

451. Фоменко О.С. Лінгвістичний аналіз сучасного політичного дискурсу США (90-ті роки ХХ століття): Дис...канд.філол.наук: 10.02.04. – К., 1998. – 195 с.

452. Фурманова В. П. Национально-культурная специфика слов-реалий // Лексические единицы в различных функциях. – Саранск: Изд-во Мордовского ун-та, 1992. – С. 102-107.

453. Хаймс Д.Х. Два типа лингвистической относительности: Пер. с англ. // Новое в лингвистике. – Вып. VII. Социолингвистика. – М.: Изд-во Прогресс, 1975. – С. 229-298.

454. Харитончик З.А. Имена прилагательные в лексико-грамматической системе современного английского языка. – Минск: Вышэйшая школа, 1986. – 96 с.

455. Харитончик З.А. Лексикология английского языка. – Минск: Вышэйшая школа, 1992. – 232 с.

456. Худолій А.О. Особливості перекладу новоутворених ідіом (на матеріалі американської преси) // Матеріали міжвузівської конференції “Методологічні проблеми перекладу на сучасному етапі”. – Суми: Вид-во СумДУ. – 1999. – С. 156-158.

457. Худолій А.О. Комунікативно-когнітивні особливості публіцистичного стилю американського варіанту англійської мови // Наукові записки. Серія “Філологічна”. – Острог: Вид-во НаУОА. – 2000. – С. 148-152.

458. Худолій А.О. Роль соціальних факторів у розвитку американського варіанту англійської мови // Наукові записки. Серія “Філологічна”. – Острог: Вид-во НаУОА. – 2001. – С. 130-133.

459. Худолій А.О. Військова концептуальна метафора у текстах публіцистичного стилю // Проблеми семантики слова, речення та тексту. Збірник наукових статей. – Випуск 7. / Відп. ред. Н.М. Корбозерова. – К.: Видавничий центр КНЛУ. – 2001. – С. 282-286.

460. Худолій А.О. Функціонально-стилістичні особливості фразеологічних одиниць в американській публіцистиці // Науковий Вісник ВДУ ім. Л. Українки. Філологічні науки. – Луцьк: Вид-во ВДУ ім. Л. Українки. – 2001. – С. 230-236.

461. Худолій А.О. Функціональні особливості системи словотворення сучасного американського варіанту англійської мови // Матеріали Междунар. лінгв. конф. “Функціональная лингвистика. Язык. Человек. Власть.” – Ялта: Таврический нац. ун-т им. В.И. Вернадского. – 2001. – С. 281-282.

462. Худолій А.О. Комунікативні фактори ефективності впливу сучасних публіцистичних текстів на читачів // Наукові записки. Серія “Філологічна”. – Острог: Вид-во НаУОА. – 2002. – С. 74-79

463. Худолій А.О. Оказіональні топоніми в сучасних американських публіцистичних текстах // Проблеми семантики слова, речення та тексту: Збірник наукових праць. – Вип.. 8. / Відп. ред. Н.М. Корбозерова. – К.: Видавничий центр КНЛУ. – 2002. – С. 397-402.

464. Худолій А.О. Лексичні зміни в публіцистичних текстах американського варіанту англійської мови // Записки з романо-германської філології. – Одеса: Латстар, 2002. – Вип. 12. – С. 189-201.

465. Худолій А.О. Лінгво-когнітивні особливості метонімічного переносу в сучасній американській публіцистиці // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО КНЛУ. Серія Філологія. Педагогіка. Психологія. – К.: Видавничий центр КНЛУ, 2002. – Вип.6. – С. 193-198.

466. Царев П.В. Продуктивное именование словообразование в современном английском языке. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1984. – 225 с.
467. Цивьян Т.В. Лингвистические основы балканской модели мира. – М.: Наука, 1990. – 207 с.
468. Цурикова Л.В. Проблема естественности дискурса в межкультурной коммуникации. – Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-т, 2002. – 257 с.
469. Чекалина Е.М. Язык современной французской прессы: Лексико-семантические аспекты. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1991. – 166 с.
470. Человеческий фактор в языке. Языковые механизмы экспрессивности / В.Н. Телия, Т.А. Графова, А.М. Шахнарович и др. / Отв. ред. В.Н. Телия. – М.: Наука, 1991. – 214 с.
471. Черданцева Т.З. Метафора и символ во фразеологических единицах // Метафора в языке и тексте. – М.: Наука, 1988. – С. 78-91.
472. Черепанова Л.В. Когнитивная роль словообразовательной аналогии в создании английских неологизмов // Композиционная семантика: Материалы Третьей Международной школы-семинара по когнитивной лингвистике, 18-20 сент. 2002 / отв. ред. Н.Н.Болдырев: Ч.І. – Тамбов: Изд-во ТГУ им. Г.Р. Державина, 2002. – С. 139-140.
473. Черникова Н. В. Метафора и метонимия в аспекте современной неологии // Филол. науки. – 2001. – №1. – С. 82-90.
474. Чудинов А.П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000). – Екатеринбург: Изд-во Уральск. гос. пед. ун-та, 2001. – 238 с.
475. Шабес В.Я. Событие и текст. – М.: Высшая школа, 1989. – 175 с.
476. Шахнарович А.М. Развитие грамматического компонента языковой способности // Человеческий фактор в языке. Язык и порождение речи. – М.: Наука, 1991. – С. 213-220.

477. Шахнарович А.М., Юрьева Н.М. Психолингвистический анализ семантики и грамматики. – М.: Наука, 1990. – 166 с.
478. Швейцер А.Д. Очерк современного английского языка в США. – М.: Высшая школа, 1963. – 216 с.
479. Швейцер А.Д. Вопросы социолингвистики языка в современной американской лингвистике. – М.: Наука, 1971. – 104 с.
480. Швейцер А.Д. Литературный английский язык в США и Англии. – М.: Высшая школа, 1972. – 200с.
481. Швейцер А.Д. Перевод и лингвистика. – М.: Воениздат, 1973. – 280 с.
482. Швейцер А.Д. Социально-коммуникативный анализ текста. – М.: Наука, 1974. – 189 с.
483. Швейцер А.Д. Современная социолингвистика. Теории, проблемы, методы. – М.: Наука, 1976. – 176 с.
484. Швейцер А.Д. Введение в социолингвистику. – М.: Высшая школа, 1978. – 216 с.
485. Швейцер А.Д. Социальная дифференциация английского языка в США. – М.: Наука, 1983. – 216 с.
486. Шелихова Н.Т. О словообразовательной продуктивности в синхронии и диахронии // Филол. науки. – 1976. – № 6. – С. 74-88.
487. Шенк Р. Обработка концептуальной информации. – М.: Энергия, 1980. – 361 с.
488. Шепель Ю.А. Моделирование словообразовательных рядов. – Днепропетровск: Наука и образование, 2000. – 319 с.
489. Шерковин Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов. – М.: Мысль, 1973. – 215 с.
490. Шихирев П.Н. Исследования стереотипа в американской социальной науке // Вопросы философии. – 1971. – № 5. – С. 168-176.
491. Шмелев Д.Н. Проблемы семантического анализа лексики. – М.: Наука, 1973. – 280 с.

492. Шмелев Д.Н. Способы номинации в современном русском языке. – М.: Наука, 1982. – 286 с.
493. Штелинг Д.А. Английский артикль и его роль в грамматике текста // Иностр. языки в школе. – 1978. – № 6. – С. 3-13.
494. Шувалова Ю.В. Политическая фразеология в американском варианте английского языка: Дис...канд.филол.наук: 10.02.04. – М., 1977. – 200 с.
495. Шувалова Ю.В. Политическая фразеология в функционально-стилистическом аспекте: Английская фразеология в функциональном аспекте // Сб.науч.трудов. – М., 1989. – Вып. 336. – С.133-139
496. Яворська Г.М. Прескриптивна лінгвістика як дискурс. Мова, культура, влада. – К.: Ін-т мовознавства ім. О.О. Потебні, 2000. – 286 с.
497. Язык и культура / Сб.обзоров / Отв.ред.Березин Ф.М. – М.: Изд-во ИНИОН, 1987. – 208 с.
498. Юнг К.Г. Архетип и символ. – М.: СПб “Иво-Сид”, “Ренессанс”, 1991. – 304 с.
499. Юнг К.Г. Душа и миф: Шесть архетипов. – К.: Гос. библиотека для юношества, 1996. – 384 с.
500. Юнг К.Г. Сознание и бессознательное. – СПб. – М.: Университетская книга, 1997. – 537 с.
501. Allen H.V., Campbell R.N. Teaching English as a second language. – N.Y.: McGraw-Hill, 1972. – 449 p.
502. Berns M.S. Functional Approaches to Language and Language Teaching: Another Look // Initiatives in Communicative Language Teaching. A Book of Reading. – N.Y.: Addison-Wesley Publishing Co. – 1984. – P.3-22.
503. Bloomfield Leonard Language. – Chicago: The University of Chicago Press, 1984. – 564 p.
504. Bryson B. Made in America. – London: QPD (Quality Paperbacks Direct), 1994. – 479 p.

505. Buerkel-Rothfuss, Nancy. *Communication: Competencies and Contexts*. – N.Y.: Random House, 1985. – 385 p.
506. Carter R., McCarthy M. *Discourse and Creativity: bridging the gap between language and literature // Principles and Practice in Applied Linguistics / Ed. Cook G., Seidlhofer B.* – Oxford: Oxford University Press. – 1995. – P. 303-323.
507. Cibbs R. W. *The Poetic of Mind: Figurative Thought, Language and Understanding*. – Cambridge: Cambridge University Press, 1999. – 527 p.
508. Cook P.S. *The Future of News*. – Washington: The Woodrow Wilson Center Press, 1992. – 270 p.
509. *A Course in Modern English Lexicology / R.S. Ginzburg, S.S. Khidekel, G.Y. Knyazeva, A.A. Sankin.* – Moscow: Vyssaja skola, 1979. – 269 p.
510. Courthard M. *An Introduction to Discourse Analysis*. – London: Longman, 1985. – 212 p.
511. *Critical Perspectives on Media and Society / Editors R. K. Avery, D. Eason.* – N.Y.: The Guilford Press, 1991. – 417 p.
512. *Critical Studies in Mass Communication / Ed. by R.K. Avery, D. Eason.* – N.Y.: The Guilford Press, 1991. – 417 p.
513. Cruise D.A. *Lexical Semantics*. – Cambridge: Cambridge University Press, 1995. – 310 p.
514. Crystal D. *The Cambridge Encyclopedia of the English Language*. – Cambridge: Cambridge University Press, 1995. – 489 p.
515. Crystal D. *Language and Electronics: the coming global tongue // The Economist*, 21 December 1996. – P. 9-37.
516. Cumming A. *Metalinguistic and Ideational Thinking in Second Language Composing // Written communication*. – 1990. – № 7. – P. 482-511.
517. Dale P.S. *Language Development. Structure and Function*. – N.Y.: Holt Rinchart and Winston, 1976. – 358 p.

518. Delahunty G. P., Carvey J. J. Language, Grammar and Communication. – N.Y.: McGraw Hill, 1994. – 442 p.
519. Deedes B. The Fine Art of Truth Telling // Newsweek, August 23, 1999. – № 10. – 74 p.
520. Diekmannshenke H., Klein J. Wörter in der Politik: Analysen zur Lexemverwendung in der Politischen Kommunikation. – Opladen: Westdeutsche Verlag, 1996. – 221 s.
521. Dominick, R. J. The Dynamics of Mass Communication. – N.Y.: Random House, 1987. – 600 p.
522. Ebeling K. War everywhere – the Language of War in the Media // 37th Linguistic Colloquium "Language and The Modern Media", Programme and Abstracts, 25.09. – 27.09. 2002. – P. 33-34 // <http://www.uni-jena.de/fsu/anglistic/Lingcoll>
523. Ellis A. W. Reading. Writing and Dyslexia. A Cognitive Analysis. – Hove: Lawrence Erlbaum Associates LTD., Publishers Page Brothers, 1993. – 137 p.
524. Fauconnier G. Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Language. – Cambridge: Cambridge University Press, 1994. – 190 p.
525. Fauconnier G. Mappings in Thought and Language. – Cambridge: Cambridge University Press, 1997. – 205 p.
526. Fodor J.A. The Language of Thought. – Cambridge, (Mass.): Harvard University Press, 1979. – 214 p.
527. Fowler R. Linguistic Criticism. – London: Oxford University Press, 1991. – 190 p.
528. Freeborn D. Style. Text Analysis and Linguistic Criticism. – London: MacMillan Press LTD, 1996. – 294 p.
529. Gagne Ch., Murphy G. L. Influence of Discourse Context on Feature Availability in Conceptual Combination // Discourse Processes. – 1996. – Vol.22, № 1. – P. 96-101.

530. Gamble T. K., Gamble M. Communication works. – N.Y.: The McGraw- Hill Companies, 1996. – 542 p.
531. Gamson W. A. Talking Politics. – Cambridge: Cambridge University Press, 1996. – 272 p.
532. Gardenfors P. The Emergence of Meaning // Linguistics and Philosophy. – 1993. – Vol. 16, № 3. – P. 285-309.
533. Givon T. English Grammar: A Function-Based Introduction. – Amsterdam: John Benjamins, 1993. – Vol.1. – 318 p; Vol. 2. – 362 p.
534. Givon T. Functionalism and Grammar. – Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates Publ., 1994. – 484 p.
535. Goodman N. Metaphor as Moonlighting // On Metaphor / Ed. by S. Sacks. – Chicago: University of Chicago Press. – 1978. – P. 175-180.
536. Grabe W., Kaplan R.B. Introduction to Applied Linguistics. – Massachusetts: Addison-Wesley Publ. Company, 1992. – 354 p.
537. Guerin, W. L. A handbook of critical approaches to literature. – N.Y.: Harper and ROW, 1979. – 350 p.
538. Halliday M.A. K. Introduction to Functional Grammar. – L.: Edward Arnold, 1990. – 387 p.
539. Harrigan J.J Politics and the American Future: dilemmas of democracy. – N.Y.: McGraw Hill, 1996. – 410 p.
540. Hatch E., Brown Ch. Vocabulary, Semantics and Language Education. –Cambridge: Cambridge University Press, 1995. – 468 p.
541. Heine B., Reh M. Grammaticalization and Reanalysis in African Languages. – Hamburg: Helmut Buske, 1984. – 325 p.
542. Heine B., Claudi U., Hunnemeyer F. Grammaticalization: A conceptual framework. – Chicago: University of Chicago Press, 1991. – 318 p.
543. Hudson R. Some Basic Assumptions about Linguistic and Nonlinguistic Knowledge // Quaderni di Semantica. – 1985. – V-VI., No. 2. – P. 212-221.

544. Hunston S. Corpora in Applied Linguistics. – Cambridge: Cambridge University Press, 2002. – 241 p.
545. Hutch E., Brown Ch. Vocabulary, Semantics and Language Education. – Cambridge: Cambridge University Press, 1995. – 468 p.
546. <http://www.britcoun.org/english/enge2000.htm>. – 78 p.
547. Introduction to Literature / Ed. Adams Donna. – Toronto: Holt, Rinehart and Winston of Canada, 1989. – 545 p.
548. Itule B.D., Anderson D.A. News Writing and Reporting for Today's Media. – N.Y.: Random House, Inc., 1984. – 722 p.
549. Jackendoff R.S. Semantics and Cognition. – Massachusetts: The MIT Press, 1990. – 283 p.
550. Jackendoff R. S. Patterns in Mind. Language and Human Nature. – N.Y.: Basic Books, 1994. – 246 p.
551. Johnson M. Implications of Cognitive Science for Ethics.- Chicago; London: The university of Chicago Press, 1997. – 287 p.
552. Kaczmarek J. Thought and Proposition // Acta Universitas Lodzensis. Folia Philosophica. – 1993. – № 9. – P. 43-49.
553. Khudoliy A. Lexical Changes in American English // The Way Forward to English Language and ESP Teaching In The 3rd Millennium: Conference Papers of the 6th National TESOL-Ukraine Conference. – K.: National Technical University of Ukraine “Kyiv Polytechnical Institute”. – 2001. – P. 32-33.
554. Khudoliy A. Metaphor of Health in Mass Media of American English // Exploring EFL Challenges with TESOL Community: Conference Papers of the 7th National TESOL-Ukraine Conference. – Chernihiv: Chernihiv State Pedagogical University. – 2002. – P. 86-87.
555. Klein, S. B. Learning: Principles and Applications. – N.Y.: McGraw-Hill, 1991. – 568 p.
556. Lakoff G. Metaphors We Live By. – Chicago; London: The University of Chicago Press, 1980. – 242 p.

557. Lakoff G. *Moral Politics*. – Chicago and London: the University of Chicago Press, 1996. – 413 p.
558. Lakoff G., Johnson M. *Philosophy in the Flesh. The Embodied Mind and Its Challenge to Western Thought*. – N.Y.: Basic Books, 1999. 624 p.
559. Langacker R.W. Introduction of Cognitive Grammar // *Cognitive science*. – 1986. – Vol.10, № 1. – P. 1-40.
560. Langacker R.W. *Foundations of Cognitive Grammar*. – Vol.1.: *Theoretical Prerequisites*. – Stanford: Stanford University Press, 1987. – 516 p.
561. Langacker R.W. *Foundations of Cognitive Grammar*. – Vol.2.: *Descriptive Application*. – Stanford: Stanford University Press, 1987. – 589 p.
562. Lehmann W.P. *Historical Linguistics*. – N.Y.: Chapman and Hall, 1992. – 338 p.
563. McLuhan M. *Understanding Media: the Extensions of Man*. – Massachussets: The MIT Press, 1994. – 365 p.
564. Mencken, H. L. *The American Language*. – N.Y.: Alfred Knopf, 1992. – 777 p.
565. *Metaphor and Thought* / Ed. by A.Ortony. – Cambridge: Cambridge University Press, 1993. – 678 p.
566. Miller S. *Written Words: Reading and Writing Culture*. – N.Y.: Harper Collins College Publishers, 1993. – 731 p.
567. Nida E.A. *Componential Analysis of Meaning. An Introduction to Semantic Structures*. – N.Y.: Mouton and Co., 1975. – 269 p.
568. Nobbs J., Hine R., Flemming M.E. *Sociology*. – London: Macmillan Education, 1975. – 354 p.
569. Nuyts S. *Aspects of a Cognitive-Pragmatic Theory of Language: on cognition, functionalism and grammar*. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1992. – 401 p.
570. Pinker S. *The Language Instinct*. – N.Y.: Harper Collins Publishers, 1994. – 525 p.

571. Prawitz D. Meaning and Experience // Synthese. – 1994. – Vol. 98, № 1. – P. 131-141.
572. Quine W.O. Natural Kinds // Naming Necessity and Natural Kinds. – London: Ithaca, 1977. – P. 157-183.
573. Riley K. L., Parker F. English Grammar: prescriptive, descriptive, generative performance. – Duluth: Allyn and Bacon, 1998. – 324 p.
574. Rippa, S. A.. Early Cognitive Interpretations // Education in a Free Society. – N.Y.: Longman, 1997. – 404 p.
575. Robson A.E. Thinking Globally: Writing and Reading Across the Curriculum. – N.Y.: McGraw-Hill, 1997. – 574 p.
576. Schmidt S.J. Sprache und Politic: Zum Postulat Razionalen Polit. Handelns // Sprache und Gesselschaft. – Munchen: VEB Max Niemeyer Verlag, 1972. – S. 81-101.
577. The American Way. An Introduction to American Culture / T.N. Kearny, M.A. Kearny, J.A. Crandall. N.J.: Prentice Hall Regents, 1984. 244 p.
578. Thomas J. Meaning in Interaction: An Introduction to Pragmatics. – L.: Longman, 1996. – 224 p
579. Traugott E.C. Pragmatic Strengthening and Grammaticalization // Proceedings of the XIVth Annual Meeting of the Berkeley Linguistic Society. – Berkeley: Berkeley Linguistic Society, 1988. – P. 406-416.
580. Traugott E.C. On the Rise of Epistemic Meanings in English: An outline example of subjectification in semantic change // Language. – 1989. – № 65. – P.31-55.
581. Van Lier L. Introducing Language Awareness. – London: Penguin English, 1995. – 160 p.
582. Wagner C. Farbe und Metaphor. – B.: Mann, 1999. – 521 s.
583. Wardhaugh R. Introduction to Linguistics. – N.Y.: McGraw-Hill Book Company, 1977. – 268 p.
584. Westen D. Psychology: Mind, Brain and Culture. – N.Y.: John Wiley and Sons, 1999. – 991 p.

585. Wierzbicka A. Semantics, Culture and Cognition. Universal Human Concepts in Culture. – Specific configurations. – Oxford: Oxford University Press, 1992. – 487 p.
586. Wilson S. Mass Media / Mass Culture. – N.Y.: McGraw-Hill, Inc., 1992. – 460 p.
587. Wood S.E. The Essential World of Psychology. – Boston; London: Allyn and Bacon, 1999. – 584 p.
588. Woodward T. Models and Metaphors in Language Teacher Training. – Cambridge: Cambridge University Press, 1997. – 247 p.
589. Zaitseva V. The Metaphoric Nature of Coding: Toward a Theory of Utterance // Journal of Pragmatics. – 1994. – Vol. 22, № 1. – P. 103-126.
590. Zanden V., Wilfrid J. Sociology, the Core. – N.Y.: McGraw-Hill, 1993. – 419 p.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

591. Ахманова О.С. Словарь лингвистических терминов. – М.: Советская энциклопедия, 1969. – 608 с.
592. Баранов А.Н., Добровольский Д.О. Англо-русский словарь по лингвистике и семиотике. – М.: Помовский и Партнеры, 1996. – Т.1. – 642 с.
593. Баранцев К.Т. Англо-український фразеологічний словник. – К.: Вид-во Рад. школа, 1969. – 1952 с.
594. Бен Л.С. Англо-русский толковый словарь библейско-религиозной лексики. – СПб.: Каро, 2000. – 142 с.
595. Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. – М.: СПб.: Большая советская энциклопедия, Норинт, 1999. – 1456 с.
596. Ганич Д.І., Олійник І.С. Словник лінгвістичних термінів. – К.: Вища школа, 1985. – 360 с.
597. Грин Д. Словарь новых слов. – М.: Вече, Персей, 1996. – 352 с.

598. Гуревич В.В., Дозорец Ж.А. Краткий русско-английский фразеологический словарь. – М.: Владос, 1995. – 583 с.
599. Ермолович Д.И. Англо-русский словарь персоналий. – М.: Русский язык, 1999. – 334 с.
600. Коллин П.Х. Словарь американского употребления английского языка. – М.: Русский язык, 1991. – 279 с.
601. Краткий справочник американских идиоматических выражений / Под ред. Ю.Е. Драггейм. – Л.: МП Риц “Культ-информ пресс”, 1991. – 80 с.
602. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь. – М.: Русский язык, 1984. – 942 с.
603. Курьянов Е.И. Англо-русский словарь по средствам массовой информации. – М.: Московская международная школа переводчиков, 1993. – 320 с.
604. Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В.Н. Ярцева. – М.: Сов.энциклопедия, 1990. – 685 с.
605. Маккей А., Ботнер М.Т., Гейтс Д.И. Словарь американских идиом. – СПб: “Лань”, 1997. – 464 с.
606. Мифологический словарь / И.Н. Лосев, Н.С. Капустин, О.П. Кирсанова, В.Г. Тахтамышев.– Ростов н / Д.: Феникс, 2000. – 576 с.
607. Мифы народов мира: Энциклопедия / гл. ред. С.А. Токарев. – М.: Большая российская энциклопедия, Олимп, 1998. – Т.1. – 671 с.
608. Новейший философский словарь (сост. А.А. Грицанов). – Минск.: Изд-во В.М. Скакун, 1998. – 896 с.
609. Райдаут Р.У. Толковый словарь английских пословиц. – СПб: Лань, 1997. – 256 с.
610. Розенталь Д.Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов. – М.: Просвещение, 1976. – 543 с.

611. Словарь употребительных английских пословиц / М.В. Буковская, С.И. Вяльцева, З.И. Дубянская, Л.П. Зайцева, Я.Г. Биренбаум. – М.: Русский язык, 1990. – 240 с.
612. Социология: словарь-справочник. – М.:Наука, 1991. – Т.3. – 248 с.
613. Спирс Р. А. Словарь американских идиом. – М.: Русский язык, 1991. – 463 с.
614. Спирс Р. А. Словарь американского слэнга. – М.: Русский язык, 1991. – 528 с.
615. Томахин Г.Д. Лингво-страноведческий словарь. – М.: Русский язык, 1999. – 576 с.
616. Хорнби А.С. Учебный словарь современного английского языка. – М.: Просвещение, 1984. – 769 с.
617. Эйто Дж. Словарь новых слов английского языка. – М.: Русский язык, 1990. – 434 с.
618. Элмор Т. Словарь языка средств массовой информации США. – М.: Русский язык, 1992. – 668 с.
619. Ammer C. The American Heritage Dictionary of Idioms. – Boston: Houghton Mifflin Company, 1997. – 729 p.
620. Bonk M.R. Acronyms, initialisms and abbreviations dictionary: A guide to acronyms, abbreviations, contractions, alphabetic symbols, and similar condensed appellations. – Detroit; London: Gale, 1999.
- Vol.1., P.1: A-F. – 1999. – 1224 p.
- Vol.2., P.2: G-O. – 1999. – 1225 – 2326 p.
- Vol.3., P.3: P-Z. – 1999. – 2327 – 3343 p.
621. Chambers Guide to Idioms / Ed. by K.Cullen. – Edinburgh: Chambers Harper Publishers, 2000. – 218 p.
622. Commonly Used American Idioms / Ed. by A.Makkai. – N.Y.: Barron's Educational series, 1991. – 319 p.

623. Dictionary of American Slang. / Ed. by R. L. Chapman. – N.Y.: Harper Collins Publishers, 1995. – 617 p.
624. Espy W. R. Though Improper, Thou Uncommon Noun. – N.Y.: Clarkson N. Potter, 1978. – 366 p.
625. Oxford Dictionary of Modern Slang. / Ed. by J. Ayto. – Oxford: Oxford University Press, 1992. – 300 p.
626. McGraw-Hill Dictionary of Business, Acronyms, Initials and Abbreviations / Ed. by J. M. Rosenberg. – N.Y.: McGraw-Hill, 1992. – 352 p.
627. New Websters Dictionary and Thesaurus of the English Language / Ed. by B.S. Cayne, D.E. Lechner. – Danbury: Lexicon Publications, 1993. – 1149 p.
628. Oxford Guide to British and American Culture / Ed. by Jonathan Crowther. – Oxford: Oxford University Press, 1999. – 600 p.
629. Richard J.C., Platt J., Platt H., Candlin C.N. Longman Dictionary of Language Teaching and Applied Linguistics. – London: Longman Group UK Limited, 1992. – 423 p.
630. Shafritz J.M. The Dorsey Dictionary of American Government and Politics. – Chicago: The Dorsey Press, 1988. – 661 p.
631. Workman G. Phrasal Verbs and Idioms. Making Headway. – London: Oxford University Press, 1995. – 96 p.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Business Central Europe, March 1999. Volume 6. #59.58 p.
2. Business Week, January 25, 1999. 56 p.
3. Business Week, February 8, 1999. 64 p.
4. Business Week, March 8, 1999. 56 p.
5. Business Week, March 15, 1999. 64 p.
6. Business Week, March 22, 1999. 64 p.
7. Business Week, March 22, 1999. 16 p.
8. Business and Technology, November 16, 1998. Vol.54. #4. 72 p.

9. Environment. The Next Frontier, 1999. 40 p.
10. Gentlemen's Quarterly, March 1999. Vol. 69. #3. 294 p.
11. Golf World, December 19, 1997. Vol. 51. #23. 128 p.
12. International Herald Tribune, January 4, 2000. # 36,339. 20 p.
13. International Herald Tribune, January 5, 2000. # 36,340. 20 p.
14. The International Educator, February 2000, Vol. XIV. #3. 56 p.
15. Men's Health, July/August 1997. Vol.12. # 6. 144 p.
16. Modern Healthcare, July 31, 1998. Vol.25. #31. 40 p.
17. The New York Times, January 4, 2000. 60 p.
18. The New York Times, November 1, 1998. 84 p.
19. National Geographic, August, 1996. 117 p.
20. National Geographic, November, 1996. Vol.190. #5. 117 p.
21. National Geographic, December, 1996. Vol. 190. #6. 117 p.
22. National Geographic, April, 1997. Vol. 191. #4. 144 p.
23. Newsweek, December 22, 1997. Volume CXXX. #25. 88 p.
24. Newsweek, Dec. 29, 1997 / Jan. 5, 1998. Vol. CXXXI. #1. 132 p.
25. Newsweek, January 19, 1998. Volume CXXXI. #3. 54 p.
26. Newsweek, February 9, 1998. Volume CXXXI. #6. 54 p.
27. Newsweek, March 9, 1998. Volume CXXXI. #10. 56 p.
28. Newsweek, March 23, 1998. Volume CXXXI. #12. 54 p.
29. Newsweek, March 30, 1998. Volume CXXXI.#13. 56 p.
30. Newsweek, April 6, 1998. Volume CXXXI. #14. 54 p.
31. Newsweek, April 13, 1998. Volume CXXXI. #15. 56 p.
32. Newsweek, April 20, 1998. Volume CXXXI. #16. 56 p.
33. Newsweek, April 27, 1998. Volume CXXXI. #17. 58 p.
34. Newsweek, May 4, 1998. Volume CXXXI. #18. 56 p.
35. Newsweek, May 18, 1998. Volume CXXXI. #20. 60 p.
36. Newsweek, May 25, 1998. Volume CXXXI. #21. 65 p.
37. Newsweek, June 1, 1998. Volume CXXXI. #22. 64 p.
38. Newsweek, June 8, 1998. Volume CXXXI. #23. 78 p.

39. Newsweek, June 15, 1998. Volume CXXXI. #24. 48 p.
40. Newsweek, June 22, 1998. Volume CXXXI. #25. 60 p.
41. Newsweek, June 29, 1998. Volume CXXXI. #26. 56 p.
42. Newsweek, July 6, 1998. Volume CXXXII. #1. 54 p.
43. Newsweek, July 13, 1998. Volume CXXXII. #2. 56 p.
44. Newsweek, July 20, 1998. Volume CXXXII. #3. 54 p.
45. Newsweek, July 27, 1998. Volume CXXXII. #4. 60 p.
46. Newsweek, August 3, 1998. Volume CXXXII. #5. 64 p.
47. Newsweek, August 10, 1998. Volume CXXXII. #6. 58 p.
48. Newsweek, August 17, 1998. Volume CXXXII. #7. 56 p.
49. Newsweek, August 24, 1998. Volume CXXXII. #8. 52 p.
50. Newsweek, August 31, 1998. Volume CXXXII. #9. 80 p.
51. Newsweek, September 7, 1998. Volume CXXXII. #10. 94 p.
52. Newsweek, September 14, 1998. Volume CXXXII. #11. 90 p.
53. Newsweek, September 21, 1998. Volume CXXXII. #12. 68 p.
54. Newsweek, September 28, 1998. Volume CXXXII. #13. 50 p.
55. Newsweek, October 5, 1998. Volume CXXXII. #14. 70 p.
56. Newsweek, October 12, 1998. Volume CXXXII. #15. 56 p.
57. Newsweek, October 19, 1998. Volume CXXXII. #16. 92 p.
58. Newsweek, October 26, 1998. Volume CXXXII. #17. 62 p.
59. Newsweek, November 2, 1998. Volume CXXXII. #18. 60 p.
60. Newsweek, November 9, 1998. Volume CXXXII. #19. 56 p.
61. Newsweek, November 16, 1998. Volume CXXXII. #20. 54 p.
62. Newsweek, November 23, 1998. Volume CXXXII. #21. 64 p.
63. Newsweek, November 30, 1998. Volume CXXXII. #22. 52 p.
64. Newsweek, December 21, 1998. Volume CXXXII. #25. 76 p.
65. Newsweek, January 11, 1999. Volume CXXXIII. #2. 60 p.
66. Newsweek, January 18, 1999. Volume CXXXIII. #3. 56 p.
67. Newsweek, January 25, 1999. Volume CXXXII. #4. 58 p.
68. Newsweek, February 15, 1999. Volume CXXXIII. #7. 76 p.

69. Newsweek, February 22, 1999. Volume CXXXIII. #8. 58 p.
70. Newsweek, March 1, 1999. Volume CXXXIII. #9. 60 p.
71. Newsweek, March 8, 1999. Volume CXXXIII. #10. 66 p.
72. Newsweek, March 15, 1999. Volume CXXXIII. #11. 70 p.
73. Newsweek, March 22, 1999. Volume CXXXIII. #12. 70 p.
74. Newsweek, March 29, 1999. Volume CXXXIII. #13. 70 p.
75. Newsweek, April 5, 1999. Volume CXXXII. #14. 72 p.
76. Newsweek, April 12, 1999. Volume CXXXIII. #15. 64 p.
77. Newsweek, April 19, 1999. Volume CXXXIII. #16. 74 p.
78. Newsweek, April 26, 1999. Volume CXXXIII. #17. 84 p.
79. Newsweek, May 3, 1999. Volume CXXXIII. #18. 90 p.
80. Newsweek, May 10, 1999. Volume CXXXIII. #19. 66 p.
81. Newsweek, May 17, 1999. Volume CXXXIII. #20. 84 p.
82. Newsweek, May 24, 1999. Volume CXXXIII. #21. 76 p.
83. Newsweek, May 31, 1999. Volume CXXXIII. #22. 72 p.
84. Newsweek, June 21, 1999. Volume CXXXIII. #25. 104 p.
85. Newsweek, June 28, 1999. Volume CXXXIII. #26. 66 p.
86. Newsweek, July 5, 1999. Volume CXXXIII. #1. 64 p.
87. Newsweek, July 12, 1999. Volume CXXXIII. #2. 70 p.
88. Newsweek, July 19, 1999. Volume CXXXIII. #3. 60 p.
89. Newsweek, July 26, 1999. Volume CXXXIII. #4. 72 p.
90. Newsweek, August 2, 1999. Volume CXXXIV. #5. 58 p.
91. Newsweek, August 23, 1999. Volume CXXXIV. #10. 74 p.
92. Newsweek, September 6, 1999. Volume CXXXIV. #11. 72 p.
93. Newsweek, September 13, 1999. Volume CXXXIV. #11. 72 p.
94. Newsweek, September 20, 1999. Volume CXXXIV. #12. 80 p.
95. Newsweek, September 27, 1999. Volume CXXXIV. #13. 76 p.
96. Newsweek, October 4, 1999. Volume CXXXIII. #14. 92 p.
97. Newsweek, October 11, 1999. Volume CXXXIII. #15. 130 p.
98. Newsweek, October 18, 1999. Volume CXXXIII. #16. 76 p.

99. Newsweek, November 1, 1999. Volume CXXXIII. #18. 76 p.
100. Peace Corps Times, 1998. Vol. 19. #1. 35 p.
101. Reader's Digest, May 1997. 98 p.
102. Time, May 6, 1996. Volume 148. #5. 82 p.
103. Time, September 23, 1996. Vol. 148. #13. 64 p.
104. Time, April 6, 1998. Volume 151. #13. 82 p.
105. Time, June 8, 1998. Volume 151. #23. 148 p.
106. Time, August 24, 1998. Volume 152. #8. 152p.
107. Time, August 31, 1998. Volume 152. # 9. 80 p.
108. Time, September 7, 1998. Volume 152. #10. 94p.
109. Time, September 14, 1998. Volume 152. #11. 90p.
110. Time, January 25, 1999. Volume 153. #3. 68 p.
111. Time, July 26, 1999. Volume 154. #4. 88 p.
112. Travel and Leisure, December 1997. Vol. 27. #12. 180 p.
113. The Ukrainian Weekly, January 16, 2000. Vol. LXVIII. #3. 24 p.
114. U.S. News and World Report, Aug. 16/23, 1999. Vol. 129. #14. 94 p.
115. U.S. News and World Report, March 5, 2001. Vol. 130. #9. 64 p.
116. U.S. News and World Report, March 12, 2001. Vol. 130. #10. 84 p.
117. U.S. News and World Report, May 7, 2001. Vol. 130. #18. 60 p.
118. U.S. News and World Report, May 14, 2001. Vol. 130. #19. 68 p.
119. U.S. News and World Report, May 21, 2001. Vol. 130. #20. 72 p.
120. U.S. News and World Report, May 28, 2001. Vol. 130. #21. 60 p.
121. U.S. News and World Report, June 4, 2001. Vol. 130. #22. 80 p.
122. U.S. News and World Report, June 11, 2001. Vol. 130. #23. 68 p.
123. U.S. News and World Report, June 11, 2001. Vol. 130. #23. 68 p.
124. U.S. News and World Report, June 18, 2001. Vol. 130. #24. 60 p.
125. U.S. News and World Report, June 25, 2001. Vol. 130. #25. 76 p.
126. U.S. News and World Report, July 2, 2001. Vol. 131. #1. 60 p.
127. U.S. News and World Report, July 9 / 16, 2001. Vol. 131. #2. 72 p.
128. U.S. News and World Report, July 23, 2001. Vol. 131. #3. 116 p.

129. U.S. News and World Report, July 30, 2001. Vol. 131. #4. 60 p.
130. U.S. News and World Report, August 6, 2001. Vol. 131. #5. 56 p.
131. U.S. News and World Report, Aug. 13, 2001. Vol. 131. #14. 69 p.
132. U.S. News and World Report, Aug.20 / 27, 2001. Vol.131. #7. 80 p.
133. U.S. News and World Report, Sep. 3, 2001. Vol.131. #8. 56 p.
134. U.S. News and World Report, Sep. 10, 2001. Vol.131. #9. 76 p.
135. U.S. News and World Report, Sep. 17, 2001. Vol.131. #10. 56 p.
136. U.S. News and World Report, Sep. 24, 2001. Vol. 131. #12. 60 p.
137. U.S. News and World Report, October 1, 2001. Vol. 131. #13. 76 p.
138. U.S. News and World Report, Oct. 15, 2001. Vol.131. #15. 80 p.
139. U.S. News and World Report, Oct. 22, 2001. Vol.131. #16. 68 p.
140. U.S. News and World Report, Oct. 29, 2001. Vol.131. #18. 60 p.
141. U.S. News and World Report, Nov. 5, 2001. Vol.131. #19. 84 p.
142. U.S. News and World Report, Nov. 12, 2001. Vol. 131. #20.72 p.
143. U.S. News and World Report, Nov. 19, 2001. Vol. 131. #21. 60 p.
144. U.S. News and World Report, Nov. 26, 2001. Vol. 131. #22. 72 p.
145. U.S. News and World Report, Dec. 3, 2001. Vol. 131. #23. 64 p.
146. U.S. News and World Report, Dec. 10, 2001. Vol. 131. #24. 64 p.
147. U.S. News and World Report, Dec. 17, 2001. Vol. 131. #25. 56 p.
148. U.S. News and World Report, Dec. 24, 2001. Vol. 131. #26. – 60 p.
149. U.S. News and World Report, Dec.31/Jan.7,2001.Vol.131.#27.68 p.
150. U.S. News and World Report, Jan. 4, 2002. Volume 132. #3. 68 p.
151. U.S. News and World Report, Jan. 21, 2001. Volume 132. #2. 68 p.
152. U.S. News and World Report, Jan.28/ Feb.4, 2002.Vol.132.#3.68 p.
153. U.S. News and World Report, Feb.11, 2002. Vol. 132. #4. 72 p.
154. U.S. News and World Report, Feb. 18, 2002. Vol. 132. #5. 68 p.
155. U.S. News and World Report, Feb. 25, 2002. Vol.132. #6. 84 p.
156. U.S. News and World Report, March 11, 2002. Vol. 132. #7. 80 p.
157. U.S. News and World Report, March 18, 2002. Vol. 132. #8. 76 p.
158. U.S. News and World Report, March 25, 2002. Vol. 132. #9. 60 p.

159. U.S. News and World Report, April 1, 2002. Vol. 132. #10. 72 p.
160. U.S. News and World Report, April 8, 2002. Vol. 132. #11.60 p.
161. U.S. News and World Report, April 15, 2002. Vol. 132. #12. 84 p.
162. U.S. News and World Report, April 22, 2002. Vol. 132. #13.72 p.
163. U.S. News and World Report, April 29, 2002. Vol. 132. #14. 64 p.
164. U.S. News and World Report, May 6, 2002. Vol. 132. #15. 72 p.
165. U.S. News and World Report, May 13, 2002. Vol. 132. #16.64 p.
166. U.S. News and World Report, May 20, 2002. Vol. 132. #17. 60 p.
167. U.S. News and World Report, May 27, 2002. Vol. 132. #18. 68 p.
168. U.S. News and World Report, June 3, 2002. Vol. 132. #19. 90 p.
169. U.S. News and World Report, June 24, 2002. Vol. 132. #22. 68 p.
170. U.S. News and World Report, July 8-15, 2002. Vol. 133. #2. 68 p.
171. U.S. News and World Report, July22, 2002. Vol. 133. #3. 112 p.
172. U.S. News and World Report, July29, 2002. Volume 133. #4. 64 p.
173. U.S. News and World Report, Aug. 5, 2002. Volume 133. #5. 56 p.
174. U.S. News and World Report, Aug. 12, 2002. Vol.133. #6. 56 p.
175. U.S. News and World Report, Aug.19, 2002. Volume 133. #7. 56 p.
176. U.S. News and World Report, August 26, 2002. Vol. 133. #8. 80 p.
177. U.S. News and World Report, Sep. 9, 2002. Vol. 133. #9. 72 p.
178. U.S. News and World Report, Sep. 16, 2002. Vol. 133. #10. 68 p
179. U.S. News and World Report, Sep. 23, 2002. Vol. 133. #11. 118 p.
180. U.S. News and World Report, Sep. 30, 2002. Vol. 133. #12. 110 p.
181. U.S. News and World Report, Oct. 21, 2002. Vol. 133. #15. 76 p.
182. U.S. News and World Report, Oct. 28, 2002. Vol.133. #16. 72 p.
183. U.S. News and World Report, Nov. 11, 2002. Vol. 133. #18. 86 p.
184. U.S. News and World Report, Nov. 18, 2002. Vol. 133. #19. 72 p.
185. U.S. News and World Report, Nov. 25, 2002. Vol. 133. #20. 84 p.
186. U.S. News and World Report, Dec. 2, 2002. Vol. 133. #21. 64 p.
187. U.S. News and World Report, Dec. 9, 2002. Vol.133. #22. 72 p.
188. U.S. News and World Report, Dec. 16, 2002. Vol. 133. #23. 60 p.

189. U.S. News and World Report, Dec. 23, 2002. Vol. 133. #24. 56 p.
190. U.S. News and World Report, Dec. 30/Jan. 6, 2003. Vol. 133. #25. 92 p.
191. U.S. News and World Report, January 13, 2003. Vol. 134. #1. 56 p.
192. U.S. News and World Report, January 20, 2003. Vol. 134. #2. 68 p.
193. U.S. News and World Report, Feb. 10, 2003. – Vol. 134. #4. 88 p.
194. U.S. News and World Report, Feb. 17, 2003. Vol. 134. #5. 60 p.
195. U.S. News and World Report, Feb. 24, 2003. Vol. 134. #6. 84 p.
196. U.S. News and World Report, March 10, 2003. Vol. 134. #7. 68 p.
197. U.S. News and World Report, March 17, 2003. Vol. 134. #8. 56 p.
198. U.S. News and World Report, March 24, 2003. Vol. 134. #9. 76 p.
199. U.S. News and World Report, March 31, 2003. Vol. 134. #10. 60 p.
200. U.S. News and World Report, April 7, 2003. – Vol. 134. #11. 60 p.
201. U.S. News and World Report, April 14, 2003. Vol. 134. #12. 80 p.
202. U.S. News and World Report, April 21, 2003. Vol. 134. #13. 72 p.
203. U.S. News and World Report, April 28, 2003. Vol. 134. #14. 56 p.
204. U.S. News and World Report, May 5, 2003. Vol. 134. #15. 70 p.
205. U.S. News and World Report, May 12, 2003. Vol. 134. #16. 64 p.
206. U.S. News and World Report, May 19, 2003. Vol. 134. #17. 64 p.
207. U.S. News and World Report, May 26, 2003. Vol. 134. #18. 60 p.
208. U.S. News and World Report, June 2, 2003. Vol. 134. #19. 76 p.
209. U.S. News and World Report, June 9, 2003. Vol. 134. #20. 64 p.
210. U.S. News and World Report, June 16, 2003. Vol. 134. #21. 64 p.
211. U.S. News and World Report, June 23, 2003. Vol. 134. #22. 52 p.
212. U.S. News and World Report, June 30, 2003. Vol. 134. # 23. 64 p.
213. U.S. News and World Report, July 14, 2003. Vol. 135. # 1. 56 p.
214. U.S. News and World Report, July 21, 2003. Vol. 135. # 2. 64 p.
215. U.S. News and World Report, July 28, 2003. Vol. 135. # 3. 128 p.
216. U.S. News and World Report, August 11, 2003. Vol. 135. # 4. 60 p.
217. U.S. News and World Report, May 10, 2004. Vol. CXLIII. #19. 102

Додаток А

Словник okazіональних утворень у мові американської публіцистики кінця ХХ-початку ХХІ століття

Словник 1

1. Attention-getter – доповідач;
2. Birder – любитель природи, лісу;
3. To Balkanize – розпочинати війну;
4. To cleanse – вбивати, винищувати;
5. Cleansers – убивці;
6. Crime stopper – борець зі злочинністю;
7. Cuz (because) – тому що;
8. Cyberlaws – закони Інтернету;
9. Cyberscriber – поет, який пропонує свої послуги в Інтернеті;
10. Daughtergate – скандал пов’язаний із Челсі Клінтон;
11. Date-a-thon – тривале побачення;
12. Day-tripper – турист, який подорожує один день;
13. Developer – людина, яка розвиває здібності, якусь галузь, сферу виробництва;
14. Dieter – дієтик;
15. Disnesque – розкішний;
16. To dollarize – поширення сфери впливу долара;
17. Dollarization – політика спрямована на зміцнення долара;
18. A do-over – справа, яку варто переробити;
19. Englander – англієць;
20. To ethnicise – проводити етнічну чистку;
21. Europanto – спільна мова країн ЄС, європанто;
22. To europenize – проводити політику об’єднання Європи;
23. Everydayness – щоденна метушня;
24. An ex – хтось минулий (чоловік, друг, компаньйон);
25. Execiser – фізкультурник;

26. Fashion-seeker – модник, модниця;
27. Globos, globo-bucks – майбутня світова одиниця “глобо”, “глобо-долари”;
28. Hobbyist – людина, яка має захоплення;
29. Girl – дівчина, дівчинка;
30. Gamer – гравець;
31. Garagist – механік, працівник СТО (станція техобслуговування);
32. Gramps – дідусь і бабуся;
33. To helicopter – переправляти вертольотом;
34. Ice-climbing – піднімання по скелях покритих льодом;
35. To izlamicize – насаджувати Іслам;
36. Jewishness – єврейський характер, спосіб мислення;
37. Jinglish – англійська мова з єврейським акцентом;
38. Jogger – бігун;
39. Kindergartener – дитина віком до 5 р., яка відвідує дитсадок;
40. Knower – знавець;
41. Ol (old) – старий;
42. Mag (magazine) – журнал;
43. Moneymaker – заробітчанин;
44. To microwave – готувати / підігрівати у мікрохвильовій печі;
45. Monica mania – захоплення скандалом, який пов’язаним із Монікою Левінськи;
46. Nail-biter – нервова людина;
47. Nester – домосід;
48. Opinion giver – людина, яка висловлює думку;
49. Paper pusher – службовець, який має справу з паперами;
50. People greeter – молода людина, яка вітає покупців при вході у крамницю та допомагає при виборі товарів;
51. To petrolize – заправляти паливо;

52. Pokemania – захоплення мультфільмом “Покемон”, покемонманія;
53. Pokemon – популярна іграшка у вигляді чудовиська;
54. Policymaker – політик;
55. Ponger – гравець у теніс;
56. Pottermania – захоплення книгою про Г. Поттера, поттероманія;
57. Problem solver – проблемний менеджер;
58. Plotter – змовник;
59. Polluter – той, хто забруднює навколишнє середовище;
60. Risk-taker – ризикова людина, той, хто любить ризик;
61. Roader – водій;
62. Silencer – стримана у словах людина;
63. Skategate – скандал, який розгорівся на зимових олімпійських іграх 2002 р.;
64. Snorkeler – пірнальник, який використовує трубку і маску;
65. Snurfer – снігосерфінгіст (серфінг на снігу);
66. Splittist – розкольник;
67. Talkathon – тривала розмова;
68. Toon (cartoon) – мультфільм;
69. To tourist (v.) – подорожувати;
70. U (you) – ти, ви;
71. Urbicide – тотальне винищення населення міста;
72. Unifier – лідер, який спрямовує зусилля на об’єднання;
73. Viagromania – захоплення віагрою, віагроманія;
74. Wage earner – заробітчанин
75. Wellness – добре самопочуття
76. Whalewatching – спостереження за китами з близької відстані;
77. Womanomics – економіка, у якій зростає кількість жінок у керівництві підприємствами;
78. Zine (magazine) – журнал

ДОДАТОК Б

ЛСВ існуючих ЛО та ФО у мові американських публіцистичних текстів кінця ХХ –початку ХХІ століття.

Словник 2

1. The American Dream nowadays – сподівання, важка праця та багато боргів;
2. Artistic Prometheus – безкорислива людина;
3. Bad Samaritan – байдужа до чого горя людина;
4. Batman / Superman / Spiderman / Wonder woman – борці за справедливість;
5. Dirty Harry – убивця;
6. To be Elmer Gantry – бути підступним і приховувати свої справжні наміри за розмовами про порядність;
7. To be fed up from a golden spoon – аристократичне походження;
8. To be Huck Finn – оманлива зовнішність, невинний вигляд;
9. Industry Cassandras – економічні радники;
10. To be Oliver Twist – бути бідним і важко працювати;
11. To be Ozdemir – бути емігрантом і обіймати високу урядову посаду;
12. To be Monica Lewinsky – заробляти гроші на поганій славі;
13. To be Titanic – бути приреченим;
14. Biotech food – генетично модифікована їжа;
15. A blow to the empire – удар по злу;
16. Blue flesh – атомна станція;
17. Date diplomacy – дипломатія на побаченні;
18. To Disneyfy – прикрашати, робити привабливим;
19. Eco-warriors – борці за захист природи;
20. Express kidnapping – отримання викупу за викрадення за короткий проміжок часу;
21. Extreme dates – побачення за екстремальних обставин;

22. To feel like Monica Lewinsky – почуватися гордою через скандал;
23. Frankenstein food – генетично модифікована їжа;
24. The French Dream – мрія кожного француза відвідати США;
25. To grease palms (to give a bribe) – давати хабар;
26. Green machines – екологічно чисті автомобілі;
27. Genetically modified food – генетично модифікована їжа;
28. Green cars – екологічно чисті автомобілі;
29. Gunboat diplomacy – дипломатія з позиції сили;
30. Home shopping – купівля товарів через Інтернет;
31. A Kerouac figure – самотній подорожній;
32. Jack Kevorkian – лікар, який заподіює смерть пацієнту за його згодою;
33. Knowledge workers – працівники розумової праці;
34. Lips that launched a thousand Tomahawks – помста;
35. Luncheon diplomacy – дипломатія за обідом;
36. Lebanon's Dream – надія на мир;
37. Media wall – технічні засоби навчання майбутніх шкіл та університетів;
38. Mexican wave – синхронні рухи футбольних фанів на стадіонах. Вони піднімають пляшки з пивом в один і той самий час створюючи живу хвилю;
39. Monica's dress – вагомий аргумент;
40. New American Dream – мрія кожного американця мати при собі зброю, щоб захистити себе;
41. New economy – новий напрямок економічної діяльності, започаткований Б. Клінтоном у 2000 р., пов'язаний з цінними паперами, акціями, облигаціями і т.д.;
42. A New Promised Land – США;

43. New Russians – нові росіяни, ті люди, яким вдалося розбагатіти за короткий час, часто нечесним шляхом;
44. New Titanic – безнадійний задум;
45. O.J.Simpson approach – виправдати винного;
46. O.J. Simpson intensity – наполегливість, що межує з впертістю;
47. O.J. Simpson fame – погана слава;
48. Palestinian Dream – сподівання на мирне врегулювання конфлікту;
49. Poor man's Riviera – відпочинок для бідних людей;
50. A prodigal daughter – блудна дочка;
51. The Promised Land – США та Європа;
52. Rocket diplomacy – дипломатія з позиції ядерного тиску;
53. Russian miracle – швидкі, позитивні зміни в економіці Росії;
54. Ted Turner-Jane Fonda situation – сімейний конфлікт;
55. Tiananmen era – ера придушення демократії;
56. Theme – парк відпочинку подібний до Діснейленд;
57. To theme out – створити оточення для розваг і відпочинку;
58. Transit diplomacy – дипломатія проїздом;
59. Turbo dating (fast dating, speed dating) – низька короткочасних побачень з кількома партнерами, кожне з яких триває 7 хв.;
60. To turn into Leonid Brezhnev – перетворитися на пасивного політика;
61. 24-hour diplomacy – цілодобова дипломатія;
62. The twin towers – події терористичного нападу на США 11 вересня 2001 року;
63. The wrong American Dream – швидке збагачення за будь-яку ціну.

КОРОТКИЙ СЛОВНИК ТЕРМІНІВ

Антитеза – стилістична фігура, функції якої полягають у контрастному протиставленні референтів, з одного боку, з метою затримання уваги читача, а з іншого, – надати висловлюванню ритмічності та чіткості.

Десемантизація – повна або часткова втрата лексичного значення повнозначною номінативною одиницею мови.

Детермінологізація – процес, який приводить до використання термінів в узусі. Детермінологізація – активне явище, притаманне сучасній лексиці, оскільки підсилює стилістичну функцію терміну, робить повідомлення експресивним. Процес детермінологізації приводить до розширення значення терміна, до зміни його функції. Детермінологізація відбиває постійний процес взаємодії термінів і загальноновживаної лексики.

Знання – динамічна сутність як для мовця (який може знати більше або менше про щось), так і для суспільства (в силу прогресу і постійного процесу росту знань).

Інверсія – зміна порядку розташування компонентів сполучення на протилежний.

Картина світу – впорядкована сукупність знань про дійсність, яка сформувалася в суспільній та індивідуальній свідомості.

Конверсія – процес, внаслідок якого нове слово утворюється без зміни форми вихідного та без застосування будь-яких лінійних словотворчих засобів (безафіксне словотворення, безафіксна транспозиція, з нульовою морфемою). У ході конверсії має місце зміна синтаксичної функції, парадигми слова і її закріплення в новій функції. Конверсія є словотворчим засобом збагачення словникового складу мови, з допомогою якого відбувається фіксація результатів дії функціональної переорієнтації у мовній системі.

Когнітивна картина світу – результат когніції, пізнання дійсності. Вона виступає у вигляді сукупності впорядкованих знань – концептосфери. Когнітивна картина світу – це визначені культурою поняття і стереотипи про світ, які сприймає і розуміє наша свідомість. Когнітивна картина світу в свідомості носія мови є системною і впливає на сприйняття особистістю навколишньої дійсності.

Когнітивна структура – сукупність пізнаних об'єктів, позначених словами, та пізнавальних зв'язків, способом вираження яких виступають різні мовні засоби.

Композити – складні слова синтаксичного типу, утворені внаслідок процесу семантико-синтаксичної компресії. Утворення композитів зумовлено факторами комунікативного порядку – передати певний об'єм лексичного змісту, вміщеного в компонентах структури, плюс зміст синтаксичних відношень, якими ці компоненти пов'язані.

Конденсація – процес, що полягає у стягненні, концентруванні двослівного найменування в одне слово.

ККС (концептуальна картина світу) – внутрішній лексикон – склад певних концептів, своєрідний пристрій, що фіксує досвід людини.

Концептуальна метафора (КМ) – засіб формування моделі, яка дозволяє уявити одну систему за допомогою системи з іншої сфери досвіду, де даний елемент представлений очевидніше. Концептуальні метафори – яскраві приклади змін у сфері лексичної семантики, оскільки вони складають схеми, за допомогою яких відбувається концептуалізація навколишнього світу.

Концептуальна структура – рівень мисленнєвої репрезентації, що поєднує мовну, сенсорну та моторну інформацію.

Культура – загальний набір вірувань, відношень, звичаїв, поведінки, соціальних настанов члена певного суспільства. З лінгвістичної точки зору під культурою розуміють історично успадковану комбінацію значень, виражених з допомогою символів, системи успадкованих уявлень,

зафіксованих у символічній формі, завдяки якій люди передають, зберігають і розвивають свої знання та своє відношення до життя. Культура відноситься до соціального спадку народу, тобто культура – це ті засвоєні шаблони мислення, почуттів і дій, що передаються з покоління в покоління, включаючи втілення тих шаблонів у матеріальні об'єкти.

Культурні резонатори – символи, які мають однакову потенцію для розвитку значень і до яких читачі сприйнятливіші, ніж до інших.

Лексикалізація – процес появи конкретної лексичної семантики у слів, які раніше її не мали.

Лексичний / стилістичний показник – лексичний / стилістичний елемент публіцистичного стилю, який має очевидно мовне вираження, функціональне призначення та характеризується наявністю корелятивної ознаки.

Лінгвістичний процес демократизації – розширення сфери застосування мови, зближення загальнонародної мови та мов для спеціальних цілей, зростаючий вплив наукового мовлення на публіцистику.

Макроструктура – найважливіша інформація, яка виражена в повідомленні.

Міф у публіцистиці – це психологічно доступна всім відповідь на проблеми загального значення.

Мова – процес взаємодії структур знань різної межі генерації, що створює передумови для комплексного аналізу мовних одиниць різних рівнів у їхній єдності, взаємозв'язку та взаємодії.

Мовна картина світу – відображення в психіці людини предметного світу через предметні значення та відповідні когнітивні схеми, які піддаються свідомій рефлексії. Мовна картина світу – сукупність зафіксованих в одиницях мови уявлень народу про дійсність на певному етапі його розвитку.

Модель ситуації – особистісні знання носіїв мови, які акумулюють їх попередній індивідуальний досвід, настанови і наміри. З пізнавальної точки зору метою читання газетної (журнальної) статті є побудова специфічної моделі ситуації чи події, які описані в тексті, а крізь призму моделі конкретної ситуації оновлення й уточнення загальніших моделей.

Мотивованість похідного слова – не тільки наявність перехресних областей референції, а й розчленованість смислової структури похідного слова.

Національна когнітивна картина світу – загальна, стійка картина світу, що повторюється в картинах світу окремих представників народу. Національна картина світу є, з одного боку, абстракцією, а з іншого – когнітивно-психологічною реальністю, яка виявляє себе в мисленнєвій, пізнавальній діяльності народу, в його поведінці – фізичній і вербальній. Національна картина світу виявляється в одноманітності поведінки народу в типових ситуаціях, у загальних уявленнях народу про дійсність, у висловлюваннях і загальних думках, у судженнях про дійсність тощо.

Новотвір як будь-який акт лінгвокреативної діяльності індивіда виступає мовним відбитком позамовного континууму в лексичних значеннях. Він компенсує нестачу в мові номінативних засобів, необхідних для передачі авторського ставлення до об'єкта найменування або його відображення автором, тобто служить засобом мовного мислення, втілює у словесній оболонці індивідуальні уявлення.

Оксюморон – стилістична фігура, що формує нове смислове поняття, яке розкриває суперечливі аспекти явища чи двоїстість стану, настрою мовця

Опредмечування (реіфікацією) – когнітивне переосмислення. Дія або подія, виражена дієсловом, можуть шляхом їхньої номіналізації зазнати переосмислення. У ході вказаної когнітивної операції процесуальний референт концептуалізується як об'єкт або субстанція, речовина, маса.

Паралелізм – стилістичний прийом, побудований на тотожній будові двох речень чи їх частин.

Перифраз – стилістична фігура заміщення, яка полягає в заміні назви предмета чи явища описом його найсуттєвіших ознак чи вказівкою на їх характерні риси.

Письмовий текст – завершений мовленнєво-творчий процес, об'єктивованим у вигляді письмового документу, літературно-оброблений, об'єднаний різними типами лексичних, граматичних та стилістичних зв'язків, які мають певне спрямування та прагматичну настанову.

Похідне слово – мовна структура представлення знань.

Прагматична варіативність слова – варіювання його вжитку в різних ситуаціях спілкування, залежно від соціального, територіального, національного, вікового та інших статусів учасників комунікації.

Пресуппозиція – деякий спільний для адресата і адресанта фонд знань, який формує спільний комунікативний тезаурус і забезпечує адекватне кодування та сприйняття інформації.

Прецедентні феномени (ПФ) – це одиниці, що володіють когнітивною пам'яттю і входять до когнітивної бази (КБ), що виступає структурованою сукупністю знань і уявлень, якими володіють всі представники тієї чи іншої лінгво-культурної спільноти.

Продуктивні моделі – такі моделі, за зразком яких утворюється значна кількість нових слів.

Прототип – еталонний член даної категорії. Він є показником динамічної ситуації, зміни.

Публіцистичний текст – динамічне утворенням, за допомогою якого здійснюється предикативний зв'язок явищ оточуючого світу з безпосереднім вираженням його мовними засобами. Публіцистичний текст виступає лаконічною та компресивною одиницею комунікації, яка інформаційно насичена та має чітку прагматичну установку. Він є комунікативно завершеним продуктом мовленнєвої діяльності.

Резонансна технологія – ситуація, яка базується на уявленнях, що існують у масовій свідомості, а саме: а) когнітивних схемах; б) комунікативних схемах; в) власне резонансних схемах.

Семантичні новотвори – нові значення вже існуючих слів.

Семантичне зрушення – уточнення та конкретизація вихідної одиниці.

Скорочення – заміна мовленнєвого повідомлення економнішим кодом, що виявляється в зменшенні протяжності мовленнєвого сигналу, а відповідно, від кількості морфем, які складають слово.

Складні слова із напівпрефіксами / афіксоїди – мовні одиниці перехідного типу з ознаками коренів і словотворчих формантів.

Складні слова синтаксичного типу – композити, утворені внаслідок процесу семантико-синтаксичної компресії. Створення композитів зумовлене факторами комунікативного порядку – передати певний об'єм лексичного змісту, вміщеного в компонентах структури, плюс зміст синтаксичних відношень, якими ці компоненти пов'язані. Приводом для створення складних слів є необхідність представлення наявних ознак у новому ракурсі. Вони ілюструють взаємодію та взаємозалежність словотвору та синтаксису, мають цільне значення, оскільки формуються на рівні малого та великого синтаксису. Одиниці, що входять до цієї зони, по формі відносяться до синтаксичного рівня, а по функціонально-семантичним параметрам – до лексичного. Композит може мати синтаксичну базу у вигляді слова, словосполучення чи навіть цілого речення найвищого ступеня складності, яке залежить від об'єму змісту.

Словотворення – система динамічних моделей та процесів у мові.

Словотворча модель – формула регулярного введення у похідні слова певних знань про об'єкти, процеси й ознаки, розуміння яких у тексті слід вивчати в ході застосування деяких когнітивних операцій відновлення повних структур знань, скороченими аналогами, яких вони виступають.

Стереотип – соціально-стандартизований, стійкий, емоційно-насичений, ціннісно-детермінований образ, уявлення про соціальний об'єкт. Під мовним стереотипом розуміється слово, мовний зворот, який повторюється без змін, автоматично, як усталена формула, мовний шаблон, трафарет.

Стилістична метонімія – виразний засіб стилістики, під яким розуміється перенесення власної назви одного об'єкта на інший.

Стратегічний процес – аналіз та інтерпретація інформації, що надходить одночасно із різних джерел. Ефективні стратегії допомагають обробляти значну кількість інформації публіцистичних текстів і зберігати її на майбутнє.

Субстратні соціальні фактори – фактори соціального та культурно-історичного розвитку мови в минулому, які знайшли відображення переважно в його лексиці та семантиці, закріпилися в традиціях мови та продовжують здійснювати вплив на мову на даний час.

Суперстратні фактори – фактори сучасного соціально-політичного, економічного та культурного розвитку американського народу.

Текст – організований за законами даної мови завершений комунікативний акт. Текст виступає продуктом, результатом мовленнєвої діяльності і в той же час відбитком самого процесу мовленнєвої діяльності в тому значенні, що в тексті відображається послідовність протікання акта комунікації.

Текстотвірна функція власних імен – здатність антропонімів бути конструктивним елементом змістовно-сміслового простору та формальної організації публіцистичного тексту.

Термін – слово або словосполучення зі спеціальним значенням, що відображає досвід фахівців певної сфери.

Термінологізація – використання слів у вузько-спеціальних значеннях.

Транспозиція – спосіб відображення залежностей між об'єктами, їхніми ознаками, процес осмислення цих зв'язків і залежностей в цілому. Транспозиція є відображенням тих знань, які поступово накопичуються людиною в ході активної діяльності людини і взаємодії з предметами навколишнього світу.

Транстермінологізація – процес, що приводить до зміни значення слів у зв'язку з їх міграцією з однієї терміносистеми в іншу.

Функція – властива засобам масової інформації здатність до виконання певного призначення. Функція – цільове призначення певного елемента.

Функціональна деривація – це утворення нової мовної одиниці при зміні її функціональних, граматичних і лексичних характеристик

Фразеологізм – потужний засіб вираження емотивності, оскільки відбиваючи образ-ситуацію, виступає мікротекстом в тексті.

Фрейм – когнітивна структура, що існує у феноменологічному полі людини та ґрунтується на вірогіднісному знанні про типові ситуації, очікування з приводу властивостей та відношень реальних або гіпотетичних об'єктів.