



НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ»

СТУДЕНТСЬКІ НАУКОВІ ЗАПИСКИ

Національного університету
«Острозька академія»

Серія «Філологічна»

Збірник наукових праць

Випуск 15

Острог
Видавництво Національного університету «Острозька академія»
2022

УДК: 81.161.2+
81.111
ББК: 81.2 Укр.+
81.2 Англ.
С 88

*Рекомендовано до друку
засіданням ради факультету романо-германських мов
Національного університету «Острозька академія»
(протокол № 9 від 20 квітня 2022 року)*

Редакційна колегія:

Худолій А. О., доктор політичних наук, професор, завідувач кафедри англійської філології;

Ковальчук І. В., кандидат психологічних наук, доцент, декан факультету романо-германських мов.

С 88 **Студентські** наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна» / ред. кол. : А. О. Худолій, І. В. Ковальчук. Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія». Вип. 15. 2022. 138 с.

DOI 10.25264/20.04.2022

У збірнику містяться статті студентів та молодих науковців, присвячені проблемам мовознавства, перекладознавства, літературознавства та методики викладання.

Збірник рекомендується студентам-філологам та всім, хто цікавиться філологічною наукою.

УДК: 81.161.2+
81.111
ББК: 81.2 Укр.+
81.2 Англ.

© Видавництво Національного університету
«Острозька академія», 2022
© Авторі статей, 2022

УДК 811.111:316.77

Андрусик Анісія Валеріївна,
Національний університет «Острозька академія»

ДИНАМІЧНІ ЗМІНИ У СТРУКТУРІ І СЕМАНТИЦІ ТЕКСТІВ ПІСЕНЬ БЕЙОНСЕ

У статті досліджено 100 пісенних текстів Бейонсе з 2003 по 2019 рр.. Виявлено динамічні зміни у структурі і семантиці. З'ясовано, що використання специфічних лексичних одиниць впливають на слухача, і таким чином діють на підсвідомість людини. Також, було проаналізовано кількість використаних стилістичних засобів у пісенних текстах та які пісенні структури переважали найбільше.

Ключові слова: пісенні тексти, лексичні і граматичні форми, структура пісні, семантичні особливості.

The article explores 100 Beyonce's lyrics from 2003 to 2019. A number of dynamic changes in structure and semantics have been identified. It has been found that the use of specific lexical units affects the listener, and thus influences the subconscious of the human. Also, the number of stylistic devices was analyzed and which song structures predominated the most.

Key words: song lyrics, lexical and grammatical forms, song structure, semantic features.

Актуальність дослідження. Актуальність даної роботи пов'язана насамперед із важливістю вивчення мови в різних її проявах, особливо – у вигляді пісенних текстів, але способи поєднання текстів та музики між собою і передачі значень, значно відрізняється. Дослідження відомих пісень допомагає краще зрозуміти, які нові тенденції у суспільстві та мові змінюються. Науковці завжди досліджували тексти пісень та пробували розібратися у стилістичних засобах, які були використані автором. Тексти пісень – це не лише розташування слів у реченні, але й передавання емоцій та намірів композитора, де він описує свої почуття, такі як кохання, внутрішня

боротьба, ревності, перешкоди тощо. Вивчення пісень є не лише у музикознавстві, а й у багатьох інших галузях лінгвістичного дослідження, а саме: фонології, поетиці, морфології, прагматиці і т.д. Подібно до слів і морфем, пісні є формо-значними одиницями, які повинні бути включені у постійне дослідження. Крім того, пісні часто передають більше натяків, ніж звичайне висловлювання. Зазвичай переклад пісень – це складний процес. У деяких випадках труднощі можуть виникати через те, що текст містить слова, які не вживаються у повсякденній мові та їх важко зрозуміти, адже пісенні тексти містять у собі образну мову та стилістичні засоби. Ось чому іноді важко перекладати сленги та жаргонізми у текстах.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сучасна лінгвістична наука потребує комплексних праць, які б досліджували мову у популярних піснях. Проблематикою пісенних текстів, поезії займалися такі науковці, як: О. В. Шевченко, Ю. М. Лотман. Зокрема до вивчення семантики у піснях були задіяні С. W. Kreidler, L. Perrine, J. Lyons.

Мета статті. Розглянути теоретичні засади та проаналізувати структуру та семантику пісенних текстів Бейонсе, а також з'ясувати яких змін вони зазнали і які їх лексико-граматичні особливості.

Виклад основного матеріалу. Пісня завжди відіграла надзвичайно велику роль в житті кожної людини, супроводжуючи її з моменту зародження людства, будучи одним зі стародавніх видів мистецтва. Саме з первісної хорової пісні разом із мімічною грою згодом відокремилися слово музика, танець і драматична вистава. Значення пісні в сучасному світі – величезне. Вона використовується для пробудження певних емоцій, або в терапевтичних цілях. Музичний твір називається піснею, якщо наявна послідовність мелодії доповнена пісенним текстом (лірикою). Будь-яка мова може бути реалізованою лише за допомогою текстів. Більше того, «усі носії мови говорять лише текстами, а не словами чи реченнями» [4, с. 1]. Слово, як складова тексту, є одним із основних засобів пісні.

Пісенний текст, як і будь-який текст взагалі, можна охарактеризувати як об'єднану смисловим зв'язком послідовність знакових одиниць, основними властивостями якої є зв'язність і цілісність. Текст пісні є надзвичайно важливою частиною. Хороший текст пісні повинен гармонійно поєднуватися з мелодією, щоб викликати у слухача чудовий і приємний настрій. Однак, говорячи про мовлення, існує безліч класифікацій. «До найрозгалуженіших значень і виявів переносності належить метафора, метонімія і синекдоха» стверджує

П. С. Дудик [1, с. 157]. Крім цих засобів, до них відносяться порівняння, персоніфікація, алегорія, парадокс, гіпербола, іронія, літота, апострофа. Фігури мовлення (стилістичні фігури, риторичні фігури) – синтаксичні мовні звороти, орієнтовані на незвичність слововживання, посилення емоційності, образності вислову та оздобу мовлення.

Дослідивши 100 топових пісенних текстів Бейонсе та їхні структури з 2003 по 2019 р.р. було виявлено багато змін як у музичній формі (структура тексту), так у їх семантиці. Кожна пісня має свою особливу структуру, це залежить від автора, від його настрою та задуму. Пісні можуть мати вступ. Проте цей елемент не вважається важливим, на відміну від куплета та приспіву, які є основною частиною.

У кожній пісні було проаналізовано структуру та кількість використаних стилістичних засобів. Методом аналізу було встановлено, що 5 пісень, які були взяті за основу, мають певні схожі особливості. У всіх пісенних текстах присутній вступ, приспів та куплет адже вони є найголовнішими компонентами. Структура пісень, як таких змін не зазнала, хоча варто звернути увагу, що у таких піснях як «Ring the Alarm» [10], «Brown skin girl» [6] присутній перехід до приспіву (Pre-chorus). Ця частина створює міст між куплетом та приспівом і дає можливість додати глибини тексту. У таблиці можемо помітити, що пісня «Brown skin girl» [6] містить найбільшу кількість стилістичних засобів, а саме порівняння: «Your skin just like pearls», «Pretty like Lupita», «Gold like 24k» [6], «But your skin, it glows like diamonds», «Dig me like the earth», Pose like a trophy [6], гра слів: «Melanin too dark to throw shade [6]». Порівнюючи ці засоби із піснею «Dangerously in Love 2» [7], також бачимо насиченість образної мови. Наприклад, метафора: «You're my relation and connection to the sun», «You are my raindrops, I am the seed», «Everytime I see your face, my heart smiles» [7], оксюморон: «Beautiful nightmare» [7]. У пісні «Formation» [8] було виявлено найменшу кількість стилістичних засобів, але були присутні сленг та жаргонізми: «slay», «wassup». «nah», «grinds» [8]. Такі слова лише притаманні певній місцевості, де небагато людей можуть зрозуміти. Семантика пісні є досить специфічною і повинна бути ретельно розглянута. Кожна лексична категорія має своє застосування у текстових піснях і має свої особливі риси. «Семантика – це розділ мовознавства, що вивчає значення слова. Існує пряме і переносне значення слова» [5, с. 1-2]. Образність у лінгвістичній науці передається від «загального поняття через

конкретний словесний образ». Під словесним образом розуміється «використання слів у таких сполученнях, які дають можливість посилити лексичне значення емоційно-експресивними відтінками» [2, с. 41].

Проаналізувавши таблицю (див. Т. 1) із 4 пісенними текстами Бейонсе, можемо зробити висновок, що зміни у семантиці відбулися, хоча і не значні. Говорячи про граматичні форми, майже у всіх чотирьох пісень присутнє скорочення дієслів, наприклад: «wanna», «ain't», «gonna», «singin'», щодо лексичних форм, найбільших змін зазнала пісня «Brown skin girl» [6], а саме: «Innadi» (in the), «ya» (you), «nappy» (happy) [6].

Таблиця 1

Лексико-граматичні форми і їх зміни у піснях

№	Назва пісні	Лексичні форми	Граматичні форми
1.	«Dangerously in Love 2» (2003) [7]	-	It ain't easy
2.	«Sweet dreams» (2006) [11]	-	Don't wanna (want to) wake up, I ain't (am not) going
3.	«Pretty hurts» (2013) [9]	Pageant (show)	I'm gonna (going to) take the crown, ain't (am not) got no doctor, you're tryna
4.	«Brown skin girl» (2019) [6]	Inna di (in the), ya (you), nappy	Singin' brown skin girl, walkin' away, dependin' on, dem (them) gon' fall in love

Розглядаючи таблицю (див. Т. 2.1), можна зробити висновок, що у лексичних формах менше змін, а у таких піснях: «Dangerously in Love 2» [7], «Sweet dreams» [11] їх взагалі немає, а граматичних формах навпаки, більше скорочень і видозмінень слів. Пісні Бейонсе на початку 2000-х мали більш простий та зрозумілий текст, можливо це через те, що основною темою було кохання і для того, щоб слухачеві було добре сприймати текст, була вжита проста лексика. Ближче до 2020 року, виконавиця почала пропагувати рівність рас, акцентуючи на афро-американській расі до якої вона належить. Використовуючи специфічні лексичні одиниці, семантику вона вводить нові слова у свої пісні.

Висновки. Отже, дослідження будь-яких пісень має деяку складність, і вона полягає у тому що, пісня є двокомпонентним елементом, у якій представляється музичний та мовний компонент. Перед

тим, як проводити лінгвістичне дослідження, слід пам'ятати про двояку природу пісні, відкидаючи мелодичний компонент. Приклади, які були розглянуті, свідчать про те, що структура пісенних текстів Бейонсе не зазнали серйозних змін. Також можна додати те, що основною тематикою пісень Бейонсе є кохання та раса, ось чому серед них найбільше стилістичних засобів. Важливим елементом мови пісні є лексика, в обраних піснях вона була насиченою та колоритною. Не менш важливою особливістю було використання сленгів та жаргонізмів та скорочень слів.

Література:

1. Дудик П.С. Стилістика української мови [Електронний ресурс] // 2005, 157 с. Режим доступу до ресурсу: <http://194.44.152.155/elib/local/sk679385.pdf>.
2. Пономарів О.Д. Стилістика сучасної української мови: Підручник. К.: Либідь, 1993. 41 с.
3. Онлайн-словник Merriam-Webster. Режим доступу до ресурсу: <https://www.merriam-webster.com/> (дата звернення: 15.03. 2022)
4. Мокрова Н. И. Песня как явление комплексного характера, 2015, 1 с. Режим доступу до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/n/pesnya-kak-yavlenie-kompleksnogo-haraktera/viewer>
5. Rama Y. S. An analysis of non-literal meaning in Beyonce's selected song lyrics [Електронний ресурс] / Y. S. Rama, P. Routa, S. Hotnida // 2015, р. 1-2 – Режим доступу до ресурсу: https://uhn.ac.id/files/akademik_files/1712070240_2015_The%20Episteme%20Journal%20of%20Linguistics%20and%20Literature%20Vol%201%20No%203_3-An%20Analysis%20of%20Non.pdf.
6. Beyonce. Brown skin girls [Електронний ресурс]. 2019. Режим доступу до ресурсу: <https://genius.com/Blue-ivy-saint-jhn-beyonce-and-wizkid-brown-skin-girl-lyrics>.
7. Beyonce. Dangerously in love 2 [Електронний ресурс]. 2003. Режим доступу до ресурсу: <https://genius.com/Beyonce-dangerously-in-love-lyrics>.
8. Beyonce. Formation [Електронний ресурс]. 2016. Режим доступу до ресурсу: <https://genius.com/Beyonce-formation-lyrics>.
9. Beyonce. Pretty Hurts [Електронний ресурс]. 2013. Режим доступу до ресурсу: <https://genius.com/Beyonce-pretty-hurts-lyrics>.
10. Beyonce. Ring the alarm [Електронний ресурс]. 2006. Режим доступу до ресурсу: <https://genius.com/Beyonce-ring-the-alarm-lyrics>.
11. Beyonce. Sweet Dreams [Електронний ресурс]. 2008. Режим доступу до ресурсу: <https://genius.com/Beyonce-sweet-dreams-lyrics>.

УДК 811.111:316.77

Андрусик Таїсія Валеріївна,
Національний університет «Острозька академія»

ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАГОЛОВКІВ ТЕКСТІВ НОВИН (НА ПРИКЛАДІ СТАТЕЙ НА СПОРТИВНУ ТЕМАТИКУ НА ПЛАТФОРМІ CNN)

У статті було досліджено 100 заголовків статей на спортивну тематику на платформі CNN. Виявлено ряд лексичних і граматичних особливостей які захоплюють читача. З'ясовано, що стилістичні прийоми та засоби виразності – потужний механізм в заголовках, який здатний передати зміст тексту, таким чином впливаючи на емоційно-вольову сферу особистості людини.

Ключові слова: заголовок, спортивна тематика, лексичні одиниці, психологічний вплив, граматичні особливості, афективи.

The article explores 100 sports-related headlines on the CNN platform. A number of lexical and grammatical features that enliven and fascinate the reader have been identified. The stylistic devices and expressive means have been found to be a powerful mechanism in headings that can convey the meaning of a text, thus influencing the emotional and volitional sphere of a personality.

Keywords: headline, sports topics, lexical units, psychological influence, grammatical features, affectives.

Актуальність дослідження. Сьогодні як ніколи зростає інтерес до різнобічного вивчення функціонально-стилістичних систем мови, які застосовуються у найважливіших комунікативних сферах суспільства. До таких сфер належить і сфера масової комунікації, зокрема йдеться мова про мас медіа, відмінною особливістю якої є швидка реакція на події, що відбуваються у світі, а також активну участь у процесі формування громадської думки. Щодо заголовків

мас медіа, то їх основною функцією є привернення уваги читачів. Тобто, по суті, він є сигналом, який спонукає прочитати якийсь певний публіцистичний матеріал. Саме основна функція заголовка дозволяє говорити, що у структурі статті заголовку відводиться найважливіша роль. Оскільки, якщо заголовок не приверне увагу читачів, то стаття може залишитися непрочитаною, навіть, незважаючи на те, що її зміст є дуже цікавим та значущим. Тому, у заголовках використовуються різні стилістичні прийоми та лексичні засоби для того, щоб зробити заголовок більш емоційним і експресивним, інтригуючим і цікавим для читача. Вони слугують також для вираження стилю, точності та експресивності, для реалізації інформативних функцій, що є основним при створенні заголовків новин.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематику, якій присвячені дослідження заголовка, в загальних рисах можна розділити на кілька основних напрямків: проблеми, що стосуються статусу заголовка (Л. Ф. Грицюк 1985, Е. А. Лазарева 1993, К. В. Прохорова 2001, Д. І. Руденко 1990), його структури (Н. Є. Бахарєв 1971, В. В. Богуславська, І. В. Головіна 2006, Н. А. Кожина 1986, А. З. Кубанова 2007, А. С. Попов 1966), його семантичних характеристик (В. С. Баєвський 1997, Ю. А. Белова 2009, А. А. Брагіна, З. Я. Тураєва 1986), його функціонально-прагматичного потенціалу (А. Н. Агапова 2011, Е. Х. Алієва 1992, Л. Б. Бойко, М. Є. Засоріна, І. В. Климець, В. С. Мужів, Ю. В. Пешкова, А. В. Фатіна) та стилістичних особливостей (І. В. Арнольд 1999, Є. Б. Каган, Д. А. Миронова, М. Ю. Новікова, Н. В. Сабурова 2007).

Мета статті. Розглянути теоретичні засади та проаналізувати лексико-граматичні особливості заголовків статей на спортивну тематику.

Виклад основного матеріалу. Заголовок покликаний привертати увагу. Це мотивує редакторів робити все можливе, щоб переконати читача прочитати ту чи іншу статтю. Така особливість мотивує журналістів створювати заголовки, які б приваблювали читачів. Деякі експериментальні дослідження показали, що читачі проявляють інтерес до креативних, а не стандартних заголовків. Сьогодні люди мають доступ до великої кількості інформаційних ресурсів. Отже, каналам необхідно втримати свого глядача. На це здатен правильно сформований заголовок, який часто оголошується як анонс певної інформації. Таким чином заголовок є своєрідним гачком – читач чи глядач буквально за кілька секунд приймає рішення: лишитися з цими новинами або гортати стрічку далі. За цих умов збільшується навантаження на

лексичну, граматичну і синтаксичну складові заголовка. Англомовні заголовки новин містять різноманітні лексичні особливості стилю. Серед них виокремлюються сталі сполучення, розповсюджені слова, яким притаманні стислість та експресія, аббревіатури, лексичні засоби виразності, афективи, граматичні особливості.

Проаналізувавши 100 заголовків спортивних новин на платформі CNN, можна зрозуміти особливості використання лексики і граматики в заголовках.

В заголовках спортивних новин поширеним є скорочення. Здебільшого вони позначають назви спортивних асоціацій, клубів, телеканалів і професійних спортивних термінів. Наприклад: *NCAA National Collegiate Athletic Association* – національна асоціація студентського спорту [5], *FIFA Federation international de football association* – міжнародна федерація футболу [6], *MVP Most Valuable Player* – найцінніший гравець [7].

Досліджуючи лексичні особливості, було виділено ряд лексичних засобів виразності:

Метафора. Наприклад: *shutout* (відстояти на нуль) [8], *dry game* (суха гра), *score the winning goal* (розмочити рахунок) [9]. Метафора є одною із найсильніших емоційно-експресивних засобів. Вона є потужним механізмом, здатним у найбільш стисненій, образній формі передати весь зміст всього тексту, метафора здатна впливати на емоційно вольову сферу особистості людини [1, с. 153-172].

Уособлення. Наприклад: *breath of big hockey* (дихання великого хокею), *his skills let him down* [10], *air left my lungs* [11].

Епітети. Наприклад: *glorious farewell* [12], *brilliant acrobat*, *fascinating match-up* [13]. Використання епітетів сприяє створенню експресивності тексту, оскільки цей вид тропів містить позитивну або негативну оцінку. Нерідко епітет, який виступає як експресивний елемент, необхідний для психологічного впливу [2, с. 46-50].

Синоніми. Наприклад: *battle-fight* [14], *triumph-victory* [15], *title-championship* [16], *help-aid* [17]. Синоніми дозволяють урізноманітнити мову, зробити її виразною, уникнути непотрібних повторів одного й того ж слова.

З'ясовано, що **фразеологізми** застосовуються передусім для привернення уваги реципієнта та з метою акцентуації на головному. Наприклад: *blind-sided* [18], *throw in the towel* [19], *timeout* [20], *drop the gloves* [21], *low blow* [22], *slam-dank*. Фразеологізм у заголовковій частині медіатексту, здатний лаконічно передавати смисл основного тексту та мотивувати реципієнта до сприйняття матеріалу [4].

Крім того, в текстах спортивних заголовків часто використовуються **афективи**, наприклад: *hope, pride, tragedy, dramatic game, fair competition, ultimate triumph, human dignity*. Таким чином передається, особливість ситуації в заголовку, її максимальна точність, яку не можна висловити узагальненим словом [3].

Говорячи про граматичні особливості, було виявлено, що поширеним є використання виразних і коротких дієслів, таких як *run, help, cry, feel, go, become, play, react, win, act, hit, aid, alert, ban, reach, fall, make, attack*. Вони виражають статичну перспективу: коротко і лаконічно. Слід зауважити, що частіше в заголовках переважають дієслова у формі активного стану. Дієслова у формі пасивного стану зустрічаються набагато рідше. Дуже часто в спортивних заголовках використовують інфінітивні конструкції. Це зроблено з метою економії місця і полегшення інформації. Наприклад: *Serena Williams appears to announce she plans to play at Wimbledon* [23], *Tiger Woods intends to play in the Masters and thinks he can win* [24].

Для позначення події яка сталася в недавньому минулому, використовується теперішній неозначений час (Present Indefinite). Наприклад: *Taylor's explosive innings seals New Zealand victory over Pakistan* [25], *Masters increases winners purse making it the highest ever prize fund at a major*[26]. Це найпоширеніший тип заголовків; наближає події до читача, робить читача ніби учасником усіх цих подій і таким чином посилює його інтерес до статті. The Past Indefinite Tense вживається в заголовках, події яких відносяться до минулого часу, в основному, в тих випадках, коли в заголовку є обставина часу, або якщо читачеві відомо, що описувана подія відбулася в певний момент у минулому.

Найчастіше можна зустріти використання цитат, які виражені прямою або непрямою мовою. При цитуванні, пропускається вступне дієслово *said*(сказав), щоб заощадити простір і зробити заголовок максимально містким. В таких випадках пишеться лише ім'я автора і сама цитата. Наприклад: *Allyson Felix: 'I want my legacy to be one of someone who fought for women'* [27], *'I don't even want to think about the championship fight at the moment':Max Verstappen on his second retirement in three races'* [28].

Висновки. Отже, можна зробити висновок, лексичні і граматичні особливості багатогранні й різноманітні, які полягають у використанні різних стилістичних прийомів та лексичних засобів для того, щоб зробити заголовок більш емоційним і експресивним, інтригуючим і цікавим для читача, адже саме за заголовком людина вирішує,

читати йому цю статтю чи ні, чи буде вона для нього актуальною і пізнавальною, досить інформативною та оригінальною.

Література:

1. Блек М. Метафора// Теорія метафори. М., 1990. З. 153-172.
2. Зайцева С.В. Епітети як елемент ігрового стилю // Вісник ДДТУ, 2009. Т. 9. С. 46-50.
3. Сарбаш О.С. Семантика позитивної емотивної лексики: лінгвокогнітивний та лексикографічний аспекти (на матеріалі англійської, української та новогрецької мов) : дис. ... кан. філол. наук : 10.02.17. Донецьк, 2008.
4. Сизонов Д.Ю. Медіатекст та медіадискурс у сучасному медійному просторі. *Studia Linguistica*. 2013 р.
5. Wikipedia [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: https://en.wikipedia.org/wiki/National_Collegiate_Athletic_Association
6. Wikipedia [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://en.wikipedia.org/wiki/FIFA>
7. Wikipedia [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: https://en.wikipedia.org/wiki/NBA_Most_Valuable_Player_Award
8. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/2020/09/04/sport/toronto-raptors-boston-celtics-no-shutout-spt-intl/index.html>
9. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/videos/sports/2019/09/15/neymar-goal-booming-score-winning-goal-paris-world-sport-sot-vpx.cnn>
10. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/2022/02/09/sport/mikaela-shiffrin-crashes-out-again-beijing-2022-spt-intl/index.html>
11. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/specials/sport/us-sports>
12. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/2017/08/04/sport/usain-bolt-last-race-100m-world-athletics-championships-london/index.html>
13. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/sport/article/sitemap-2021-7.html>
14. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/2020/11/29/sport/mike-tyson-roy-jones-jr-wins-frontline-battle-trnd/index.html>
15. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/2016/12/29/sport/2016-year-sport-defining-moments/index.html>
16. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/2022/01/10/football/teqball-world-championship-women-olympic-future-spt-intl-cmd/index.html>

17. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/2020/03/12/sport/coronavirus-giving-back-heung-min-son-ac-milan-atalanta-faker-spt-intl/index.html>

18. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://money.cnn.com/2007/11/06/commentary/sportsbiz/index.htm?postversion=2007110613>

19. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <http://edition.cnn.com/2007/SPORT/football/01/09/spain.real/>

20. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/2012/10/04/sport/football/football-mourinho-touchline-balotelli/index.html>

21. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/2016/02/19/politics/justin-trudeau-obama-chicago-blackhawks-stanley-cup/index.html>

22. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <http://edition.cnn.com/2006/SPORT/football/08/25/sweden.larsson/index.html>

23. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/2022/04/07/sport/serena-williams-wimbledon/index.html>

24. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/2022/04/05/golf/tiger-woods-tigermania-2022-masters-spt-intl/index.html>

25. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <http://edition.cnn.com/2011/SPORT/03/08/cricket.new.zealand.pakistan/index.html>

26. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/2022/04/09/golf/2022-masters-purse-increase-spt-intl/index.html>

27. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/2021/06/19/sport/allyson-felix-road-to-tokyo-cmd-spt-intl/index.html>

28. CNN [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/2022/03/01/tennis/elina-svitolina-ukraine-russia-spt-intl/index.html>

УДК 791:159.9:811 (091)

Беспала Анастасія Валеріївна,
Національний університет «Острозька академія»

ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЄВОЇ ПОВЕДІНКИ ВЕДУЧИХ АМЕРИКАНСЬКИХ ТОК-ШОУ НА ПРИКЛАДІ ДЖИММІ ФЕЛЛОНА

Ця стаття присвячена дослідженню психолінгвістичних особливостей мовленнєвої поведінки американських телеведучих телепрограм культурно-дозвільного жанру на прикладі шоу Джиммі Феллона.

Ключові слова: мовленнєва поведінка, мовленнєва особистість, психолінгвістичний аналіз.

The present article is devoted to the study of the psycholinguistic characteristics of the communicative behaviour of the American TV presenters of the entertainment TV segment based on the example of Jimmy Fallon's show.

Key words: communicative behaviour, language profile, psycholinguistic analysis.

Постановка проблеми. Особистість людини формується під впливом багатьох індивідуальних, соціальних, національно-культурних чинників. Поведінкові характеристики людини як і, мовленнєві, протягом життя дзеркально відбивають результати становлення особистості людини. Мовленнєва поведінка виявляється у вербальних знаках – текстах, якими ми висловлюємося, становлячи одне з первинних методів самоідентифікації, і в невербальних – манері і швидкості мови, позі, погляді, методі вираження емоцій та багато в чому іншому.

Американські ток-шоу набирають все більше і більше популярності серед людей, для яких англійська не є рідною мовою. Незважаючи на той факт, що їх програми спрямовані на середньостатистичного американського глядача, вони також є надзвичайно цікавими і для мешканців інших країн, адже американська культура охоплює

мало не весь світ внаслідок глобалізації. Особливої популярності набирає ток-шоу *The Tonight Show Starring Jimmy Fallon*. Тому є доцільним розглянути ведучого цього шоу, Джиммі Феллона, як приклад ведучого та розібрати його особливості мовленнєвої поведінки, що дозволили йому стати успішним.

У понятті мовної особистості в сучасній лінгвістиці залишаються певні аспекти, що не були достатньо досліджені, наприклад, мовна поведінка ведучих у ток-шоу. Тому це дослідження має цінність для подальшого розвитку і удосконалення знань у цій сфері лінгвістики.

Аналіз досліджень та публікацій. Теоретичною базою дослідження послужили дослідження останніх років в рамках комунікативно-прагматичного підходу до мовленнєвої поведінки (А. Є. Супрун, І. Г. Родченко, К. Ф. Седов, Т. А. Чеботникова та ін.)

Мета статті. Аналіз мовленнєвої поведінки американських ведучих на прикладі Джиммі Феллона та виділення основних стратегій і тактик, які він використовує для побудови ефективного дискурсу.

Основними завданнями статті є окреслити поняття мовної особистості та спираючись на теоретичну базу проаналізувати мовленнєву поведінку Джиммі Феллона.

Об'єктом нашого дослідження стало вивчення мовної поведінки американських телеведучих у розважальному сегменті телебачення.

Виклад основного матеріалу. Термін «мовленнєва поведінка» є одним із складових терміну «мовленнєве спілкування», під яким мають на увазі «мотивований живий процес взаємодії між учасниками комунікації» [7].

Мовленнєве спілкування – це двосторонній процес, у терміні ж «мовленнєва поведінка» акцентована однозначність процесу, ним позначають ті властивості та особливості, якими відрізняються мова та мовні реакції одного з учасників комунікативної ситуації – або того, хто говорить (адресанта), або слухача (адресата) [7].

Відповідно до А. Є. Супрун, «мовленнєва поведінка – це мовленнєві вчинки індивідуумів у типових ситуаціях, що відображають специфіку мовної свідомості даного соціуму» [9].

І. Г. Родченко, який присвятив себе вивченню проблем мовленнєвої поведінки, розробив типологію мовної поведінки, за якою люди діляться на «раціональних» чи «технарів», які у свою чергу представлені «системниками» та «мислителями», і на «емоційних» чи «гуманітаріїв» («поети» та «вожді») [5].

Поруч із цим, у науці існує майже тотожне поняття «мовна особистість», яке крім мовних вчинків вивчає також сукупність харак-

теристик характеру індивідуума, його соціальне становище, особливості виховання. Лінгвіст К. Ф. Сєдов виділяв три типи мовних особистостей: конфліктний, центрований та кооперативний [8].

Широко відомо, що особистість людини має великий вплив на функціонування всіх сфер її діяльності, у тому числі професійної. У цій роботі є спроба провести аналогію між мовленнєвою поведінкою телеведучого в ефірі та його поведінковими особливостями в житті.

Відіграє важливу роль і той факт, що в ході телевізійної зйомки ведучий свідомо придушує в собі деякі поведінкові та мовні структури для якісного виконання професійних обов'язків, унаслідок чого неможливо відновити адекватну, відповідну реальності картину мовленнєвої поведінки телеведучого [6]. Цей аналіз будується на матеріалах телепередач розважального жанру, що випускаються одним з найпопулярніших осіб американського ефіру в цьому жанрі.

Варто відзначити, що формат розмови ведучого, гостей та глядачів практично незмінний у всіх передачах подібного жанру [4]. Як результат, увага глядача концентрується на особистості ведучого, винахідливість якого, почуття гумору, вміння вибудовувати грамотне інтерв'ю і слухати гостя, розташовувати аудиторію, багато в чому визначають успіх програми і загалом відрізняють одну програму від іншої.

Багато робіт присвячено вивченню лінгво-культурної специфіки мови у міжособистісній комунікації [1, 2, 7], проте мало уваги приділяється телевізійній комунікації, а саме прояву мовленнєвої поведінки телеведучого національних рис [3].

Одним із прикладів телевізійної комунікації є американські ток-шоу. Американці досить некомфортно почуваються за умов нерівного статусу, вони не люблять, коли хтось відкрито висловлює повагу на їхню адресу. Американці не зловживають підкресленням відмінностей у рангах, особливо у соціальному становищі. Багато хто з них воліє не робити жодної різниці між собою та іншими людьми на підставі віку або службового становища, інакше вони почуваються недостатньо комфортно [3].

Порівняно з представниками інших культур американці, а особливо ведучі ток-шоу, мало дбають про те, щоб приховати свої емоції. Вони дуже безпосередні у вираженні своїх позитивних почуттів за допомогою вигуків, вереску, криків. Негативні емоції теж виражаються досить відкрито – грубими виразами, лайкою. Загалом більшість американців не можна назвати стриманими, замкнутими

та дисциплінованими людьми. Вони галасливі, енергійні, емоційні та легко збудливі [3].

Піддаючи аналізу мовленнєву поведінку Джиммі Феллона, ми не змогли не звернути увагу на те, що розмовний стиль телеведучого з деяких причин є більш «розслабленим».

По-перше, його мова, часом нерозбірлива від шуму в залі та його сміху, майже повністю складається із сленгу. По-друге, він дуже бурхливо висловлює свої емоції в ефірі, що неодмінно позначається як на його поведінкових характеристиках: Джиммі Феллон не соромиться голосно сміятися, бити рукою по столу, хапатися за обличчя або навіть падати зі стільця; так і те, що стосується мовленнєвих характеристик: ведучий голосно кричить і не соромиться використовувати виразні, але зовсім не грубі розмовні вигуки:

1. *Oh my Gosh! That's incredible! Mommy is a professional actor, hello!* [19];

2. *I love that!* [19];

3. *Now it's chemistry. It's too late, baby!* [18].

Використання компліментів найчастіше помітно у промові Джиммі Феллона: *“You look gorgeous, as always!”* [16], *“Look you sharp!”* [12], *“You smell wonderful!”* [11], *“And, man, you got a great voice! You are so talented”* [10].

Цікавою характеристикою жанру ток-шоу є розмовність мови, яка проявляється у широкому використанні заминок, стрімкості фраз: *“Could, could, could you give us maybe a taste of free style...Can you do?”* [15].

Джиммі Феллон вживає слова-паразити: *“right”, “well”, “you see”, “you know”*, які не несуть сенсового навантаження і не мають інформативності. Використання вигуків також є характерною рисою розмовності мови. Вигуки можуть виражати схвалення: *“yeah”, “yes”, “okay”, “well”, “right”*, захоплення, здивування: *«oh my God!»*, *«wow!»*, *«my goodness»*, а також невдоволення в меншості випадків: *«fie», «pff»*.

З іншого боку, багатство мови телеведучого Джиммі Феллона проявляється у різноманітності лексичних і граматичних одиниць, у великому словниковому запасі, що демонструється використанням ідіоматичних виразів:

1. *“We got to the bottom of that”* [21],

2. *“Let's change gears”* [20],

3. *“Dude, you work your butt off”* [15].

У наведених прикладах фразеологізмами є вирази *get to the bottom of something* (визначати джерело або причину чогось; розгадати загадку), *change gears* (змінити тему), *work (one's) butt off* (наполегливо працювати) [14].

Безпосередність мови проявляється у повторенні ведучим окремих слів із мови учасника шоу: “*And I was like, “Take me up”. – Take me up! I can do anything!”* [22], “*I fell around the world. – I fell around the world!”* [17], особливо для уточнення сказаних фактів: “*It was the Sarica lens. – Oh, I didn’t know... Was it Sarica?*” [13].

Варто зауважити, що Джиммі Феллон говорить менше, ніж його гості, перебиває їх дуже рідко і часто жартує з себе. Також у комічних сценах і конкурсах, що становлять частину його передачі, він дозволяє собі виглядати «дурнішим» і кумеднішим за гостя.

Сміх із себе – один із ключових прийомів гумористів. Ним успішно користується і Джиммі Феллон, а образ незграбного невдахи, що приміряється ведучим у деяких комічних ситуаціях на програмі, створюється багато в чому за рахунок мовленнєвих та поведінкових маркерів, описаних вище.

Подальше виявлення особливих рис у мовленнєвій поведінці Джиммі Феллона засноване на аналізі з точки зору дотримання вимог до телеведучих.

Ведучий має такі якості особистості, як: чарівність, харизма, неймовірний магнетизм, що притягує телеглядачів біля екранів і визначає популярність даних телевізійних програм. Впевненість у собі поєднується з добротою, чуйністю та дружелюбністю. А такі якості, як оптимізм та життєрадісність, створюють сприятливу атмосферу передачі та позитивний настрій глядачів.

Дотримання вимог професійного характеру полягає у дотриманні принципу доречності мови: аналізований телеведучий підбирає мовні засоби, що відповідають жанру телепередачі ток-шоу та характерного йому стилю спілкування. У промові немає використання технічних, професійних термінів, значення яких було б незрозуміло співрозмовнику, що створювало б комунікативні бар’єри між тими, хто говорить у студії. Правильність промови простежується у дотриманні мовних норм літературної мови: правильний наголос, вимова, коректні словотвори. Однак, враховуючи жанр телепередачі, ми можемо говорити про необхідність відступу від загальноприйнятих мовних стандартів.

Звичайно, внутрішній зміст промови ведучого є визначальною ланкою в комунікації, проте крім того, що він говорить, важливо те,

як він говорить. Джиммі Феллон має добре розвинену дикцію і виразну вимову, зітхання і кашель у його мові майже не зустрічаються. На окрему увагу заслуговують просодичні характеристики мови. Логічне наголос у промові Феллона нерідко служить для створення комічного ефекту, а фразовий і тактовий наголос є типовим для представників його нації.

При спробах категоризації його мовленнєвої поведінки ми зіткнулися з деякими складнощами, оскільки, на нашу думку, Джиммі Феллон повністю не підходить до якогось одного підтипу мовної особистості.

Так, як у передачі він виявляє себе вкрай галасливо і активно, ми схильні класифікувати його під активно-центрований підтип. З іншого боку, очевидно, що Джиммі Феллон не зациклений на собі, доброзичливий і добродушний із гостями, що визначає у нього кооперативно-конформний підтип.

Висновки. В результаті аналізу було виявлено подібні риси мовної поведінки, виходячи з жанрової приналежності телепередач, прояву особливостей телевізійної комунікації і дотримання вимог професії телеведучого. Однак, у кожній країні існують національні особливості, що впливають на зміст шоу та мовленнєву поведінку його ведучого.

Так, проаналізувавши поведінку телеведучого Джиммі Феллона, ми визначили, що американські телеведучі при спілкуванні з учасником програми активно висловлюють свої емоції, намагаються завжди усміхатися, випромінювати позитивний настрій. Істотною особливістю американських телеведучих можна назвати їхнє бажання робити компліменти, а також використовувати клішовані фрази.

Перспектива подальших наукових досліджень полягає в можливості вивчення тактик і стратегій, спрямованих на зближення і утворення дружніх, довірливих стосунків з співрозмовником або аудиторією. Також актуальним буде аналіз мовленнєвої поведінки інших мовних особистостей для визначення їх цілей і намірів у спілкуванні.

Література:

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. К. : Академія, 2004. 346 с.
2. Борисова И. Н. Непрямая коммуникация в речевой систематике // Прямая и непрямая коммуникация: сб. науч. ст. Саратов: Изд-во ГосУНС «Колледж», 2003. С. 60–71.

3. Давидова І. О. Порівняльний психолінгвістичний аналіз мовленнєвої манери американських телеведучих // Науковий вісник ЮІМ. Вип. 2. Краснодар, 2018. С. 87-91.

4. Денискіна Г.О. Телевізійне мовлення у світлі лінгвістики тексту та аналізу дискурсу // Культура народів Причорномор'я. 2002. № 31. С. 180-187.

5. Родченко І. Г. Хозяин слова. Мастерство общественного выступления М., 2013. С. 48. р

6. Михальская А.К. Основы риторики: мысль и слово. М.: ДРОФА, 2002. 496 с.

7. Семенюк О. А., Паращук В.Ю. Основы теории мовної комунікації: навчальний посібник. К. : ВІД «Академія», 2010. С. 240

8. Седов К. Ф. Типи мовленнєвих особистостей за здатністю до кооперації у мовленнєвій поведінці // Проблеми мовної комунікації: міжвуз. зб. наук. тр. Саратов: Коледж, 2000. С. 6-12

9. Супрун А. Є. Лекції з теорії мовленнєвої діяльності. Мінськ: БДУ, 1996.

10. Amanda Seyfried Made Cher Think She Can't Sit and Talk with Her – The Tonight Show Starring Jimmy Fallon [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=Qk8KmCkGuJQ>

11. Anne Hathaway Has Regrets About Her Name – The Tonight Show Starring Jimmy Fallon [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=zbBIjp9szE0>

12. Efron Keeps Taking His Shirt Off For Seth Rogen. – The Tonight Show Starring Jimmy Fallon [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=6-oQlSgLiFw>

13. Emma Stone Was the Only American in The Favourite Cast. – The Tonight Show Starring Jimmy Fallon [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://youtu.be/vvo3TTfgQ_0

14. Farlex Dictionary of Idioms – Farlex, Inc. 2015. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://idioms.thefreedictionary.com/>

15. Jaden Smith Freestyles on The Tonight Show. The Tonight Show Starring Jimmy Fallon. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=KnH9air43QA>

16. Jennifer Lawrence's Mom Revealed Her Horse Died During a Cheerleading Competition. – The Tonight Show Starring Jimmy Fallon [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=8tlBy8-ucKs>

17. Jennifer Lawrence Shares Her Most Embarrassing Moments. – The Tonight Show Starring Jimmy Fallon. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://youtu.be/4OTQV48qBoY>

18. Jimmy Fallon Blew a Chance to Date Nicole Kidman – The Tonight Show Starring Jimmy Fallon [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=qtsNbxgPngA&t>

19. Keira Knightley Plays «Despacito» on Her Teeth and Reveals a «Love Actually» Secret – The Tonight Show Starring Jimmy Fallon [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=j0N59GKA4Y>

20. President Zelenskyy Vows to Stay in Kyiv, Russian Economy on the Brink of Collapse | Tonight Show – The Tonight Show Starring Jimmy Fallon [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://youtu.be/Ay6ROvHUj-s>

21. Russia Loses Starbucks, Tinder’s Criminal Background Checks for Dates | The Tonight Show – The Tonight Show Starring Jimmy Fallon [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://youtu.be/4YsgPjRoRI4>

22. Zendaya Shows One of Her and Zac Efron’s Trapeze Fails for The Greatest Showman. – The Tonight Show Starring Jimmy Fallon. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://youtu.be/mriYyuDmB58>

УДК 81 '38

Борщук Анна Леонідівна,
Національний університет «Острозька академія»

СТИЛІСТИЧНЕ НАПОВНЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ НОВИНИХ ТЕКСТІВ ДЛЯ ПІДЛІТКІВ (НА ОСНОВІ ПРОГРАМИ CNN10)

У статті висвітлено функції ЗМІ та стилістичні особливості новинного дискурсу який нині є одним з найбільш поширених видів дискурсу. Також виокремлено особливості молодіжного мовлення і досліджено лексико-семантичне наповнення та синтаксичні стилістичні засоби в політичних новинних текстах програми CNN10 цільовою аудиторією яких є молодь.

Ключові слова: засоби масової інформації, новини, підлітки, новинний дискурс, лексико-семантичне наповнення, стилістичні особливості.

The article highlights the functions of the media and stylistic features of news discourse, which is currently one of the most common types of discourse. Also, it describes the peculiarities of youth speech, the lexical-semantic content and syntactic stylistic devices in the political news texts of the CNN10 program whose target audience is young people.

Key words: mass media, news, teenagers, news discourse, lexical and semantic content, stylistic features.

Постановка проблеми. Наразі ми спостерігаємо масштабне збільшення в потребі інформування людей. Це є першою і основною причиною в популяризації засобів масової інформації та їх розвитку. Найбільш загальнознаними видами ЗМІ є новинні програми. Беззаперечно зараз вони є невід'ємною складовою повсякденного життя кожної людини, адже, саме вони висвітлюють дані щодо політичних, соціальних та інших не менш важливих питань. Наприклад, події в сферах спорту, культури та освіти. Проте, найбільш популярною темою наразі все ще залишається політика.

У зв'язку з тим, що швидкий темп життя вимагає набагато швидшої інформативності та оперативності, виникла потреба у створенні адаптованих новинних програм для підлітків. Однією з програм, що наразі інформує молодь є CNN10. Журналісти CNN10 висвітлюють зокрема і політичні події у всьому світі.

Формат новинних програм адаптованих для підлітків є досить новим в сучасному світі. Саме тому будучи надзвичайно актуальними в наш час, такі джерела інформації поки є ще мало дослідженими.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Новинну журналістику, новинні програми, особливості телевізійних новин, їх стилістику, технології та етапи створення досліджували Майя Нагорняк, Балалаєва О.Ю., Теленков Д.В., Швець К., Манзюк Д.В. та інші. Проте, новинні програми, а саме політичні рубрики, адаптовані для молоді все ще залишаються недослідженими.

Мета статті. Дослідити стилістичне наповнення політичних новинних текстів програми CNN10 цільовою аудиторією яких є підлітки та молодь.

Для досягнення мети було поставлено такі **завдання**: висвітлити функції засобів масової інформації, стилістичні особливості новинного дискурсу та особливості молодіжного мовлення, а також дослідити лексико-семантичне наповнення та синтаксичні стилістичні засоби в політичних новинних текстах програми CNN10.

Виклад основного матеріалу. Засоби масової інформації завжди були однією з найважливіших сил сучасної культури. Вони охоплюють велику аудиторію створюючи таким чином великий вплив. Тому, слід виділити такі важливі функції ЗМІ: комунікативна – проявляється в налагодженні контакту; ідеологічна – проявляється в прагненні створення впливу на самосвідомість людей, їх цінності, світогляд, ідеали та прагнення;

організаторська - виявляється у виокремленні засобів масової інформації як «четвертої влади» у суспільстві; культурно-освітня – проявляється у вихованні людей на зразках загальносвітової культури, що сприяє всебічному розвитку людини; рекламно-довідкова – проявляється в задоволенні утилітарних запитів в залежності від захоплень різних категорій суспільства (туризм, мода, спорт, політика тощо); рекреативна – проявляється в забезпеченні аудиторії духовними та психологічними благами, наприклад, зняття напруги, розваги чи отримання задоволення [3].

Новинний дискурс є окремим видом медійного телевізійного дискурсу. Його природа визначає, в першу чергу, характер і при-

значення новин як соціального продукту в певному часі та просторі для конкретної цільової аудиторії. Дискурсивну природу новин потрібно розглядати як виключно інформаційний продукт та результат професійної діяльності журналіста, так і як комплекс чинників, наприклад, політичних, що прямо чи опосередковано впливають на характер новинних повідомлень. Текст новин як один із видів дискурсу виділяє тематична структура, схематична організація, стилістичні та риторичні параметри [7].

Саме через те, що новинний дискурс найбільш швидко реагує на події, які відбуваються, відображаючи стан розвитку суспільства та вільно висвітлюючи актуальні аспекти життя, то він має низку ознак, які вирізняють його з-поміж інших видів. Зокрема, лексичні та стилістичні особливості новинного дискурсу включають вживання узуальних та оказіональних лексичних одиниць, прислів'їв, приказок та фразеологізмів, а також метафор, порівнянь, ідіом, лексики зниженого регістру та образних висловлювань.

Оскільки, ми розглядаємо новинні тексти, які адаптовані під підлітків, слід виокремити також особливості молодіжного мовлення. Зокрема, важливо виділити, що молодь складає вагомую частку суспільства, а тому має характерні особливості в мовленні притаманні лише їй. Підлітки часто вдаються до запозичень, синтезу середовища, що їх оточує та використання атрибуції, що найчастіше навіть не притаманна їх ментально-культурному простору. Найбільш поширеним явищем, яким можна охарактеризувати молодіжне мовлення є «сленг». Сленг (від англ. Slang – жаргон) – слова або вислови, які використовують люди деяких професій чи класових прошарків [5].

Серед характерних ознак сленгу можна виділити специфічність, яскраво виражену метафоричність, наявність вульгарних слів та семантичного гумору [2]. Сленг виникає саме через метафоричне переосмислення молоддю лексичних одиниць. Його використовують не лише молодіжні угруповання, а ті хто до них не відноситься.

Також молодіжне мовлення характеризується частим вживанням запозичень, новотворів та скорочень [4]. Такі лексеми зазвичай можна зустріти в повсякденному вжитку, зокрема в телепередачах, фільмах, серіалах та новинних програмах. Скорочення активно вживаються молоддю задля економії мовних засобів тому, що під час комунікації набагато важливішим є зміст повідомлення, ніж форма висловлювання.

Отже, можна сміливо зазначити, що молодіжне мовлення наповнене різноманітними лексичними та стилістичними одиницями, які

роблять його динамічним та відмінним від мовлення інших вікових груп суспільства.

Проаналізувавши добірку політичних випусків новинної програми CNN10 слід виокремити, що звичайно лексико-семантичне наповнення залежить від тематики повідомлення. Зокрема, в новинах про політику зустрічається багато власних назв, як от назви географічних об'єктів, людей, організацій та компаній та урядів. Наприклад, *Europe, Emmanuel Macron, Marine Le Pan, France's National Rally Party, Onwards Republic Party, Pythagoras, Archimedes, Plato or Aristotle* [CNN10, Apr. 26, 2022], *Senate and the House of Representatives, White House* [CNN10, Apr. 25, 2022].

Так само часто використовуються терміни. Це слова або словосполучення, які визначають чітко й однозначно окреслене поняття і його співвідношення з іншими поняттями в межах спеціальної сфери [1]. Найчастіше вони відповідають темі повідомлення. Зокрема, в новинах про політику широко-вживаними є такі терміни *re-election, abstention rate, protests* [CNN10, Apr. 26, 2022], *recession, unemployment rate* [CNN10, Apr. 28, 2022], *midterm elections, legislative branch, illegal immigration, inflation* [CNN10, Apr. 25, 2022].

Крім цього, дуже рідко зустрічаються ідіоми. Наприклад, *there is a silver lining*, що означає перевагу яка випливає з важкої або неприємної ситуації [CNN10, Apr. 28, 2022]. В даній ситуації ця ідіома була вжита описуючи економічну статистику. Також досить поширеною є національно маркована лексика, яка відображає національно-мовну картину світу певної нації, а також особливості економіки, суспільного ладу, науки, побуту, звичаїв тощо. Наприклад, *The Yellow Vest Movement* [CNN10, Apr. 26, 2022], який описує протести у Франції які почалися у 2018 році; *Democrats and Republicans* [CNN10, Apr. 25, 2022], назви членів парламенту в Сполучених Штатах Америки відповідно до партії до якої вони належать.

Серед синтаксичних стилістичних засобів в політичних новинних текстах для підлітків найчастіше вживаються риторичні питання. Саме цей засіб використовується для привернення уваги глядача та створення ефекту відтворення діалогу. Ось декілька прикладів: *But who's counting?* [CNN10, Apr. 26, 2022], *Why does that matter?*, *Why did the economy shrink?* [CNN10, Apr. 28, 2022].

Час від часу зустрічається повтор, що полягає в повторенні слів, синонімів або ж синтаксичних конструкцій. Наприклад, *I think that's the fear of just spending with the top of inflation, inflation, inflation.* [CNN10, Apr. 25, 2022]. На особливу увагу у наведеному прикла-

ді заслуговує повтор іменника *inflation*, який підсилює емоційність фрагмента.

Серед синтаксичних засобів, які побудовані на звуженні синтаксичної моделі речення в новинних текстах можна зустріти еліipsis. Це конструкція, в структурі якої опущено один або декілька елементів, які можуть бути відновлені на основі контексту [6]. Наприклад, *The president said he must, Le Pen said he wouldn't* [CNN10, Apr. 26, 2022]. Лише з контексту можна зрозуміти, що в цьому реченні мова йде про політичні розбіжності.

Окрім всіх вищеперерахованих засобів, досить часто журналістами вживається персоніфікація або ж уособлення, що проявляється у наданні будь-якому об'єкту, поняттю чи явищу невластивих їм ознак. Наприклад, *The country has seen several political storms; protests faded* [CNN10, Apr. 26, 2022]; *Their leads in both chambers are slim* [CNN10, Apr. 25, 2022].

Отже, політичні новинні програми адаптовані під підлітків хоч і належать до загального новинного дискурсу, мають власні лексико-семантичні та стилістичні особливості, які роблять їх значно легшими для сприйняття та інтерпретації.

Література:

1. Академічний тлумачний словник. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://sum.in.ua/s/termin>.
2. Лукашук Н. А. Молодіжний сленг як прояв лексичної інтерференції [Електронний ресурс]. 2015 Режим доступу: <https://naub.oa.edu.ua/2015/%D0%BC%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%D1%96%D0%B6%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B3-%D1%8F%D0%BA-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%8F%D0%B2-%D0%BB%D0%B5%D1%81%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%97-%D1%96%D0%BD/>.
3. Пахнін, М. Л.. Засоби масової комунікації та засоби масової інформації: співвідношення понять [Електронний ресурс]. 2018 Режим доступу: http://www.lawbulletin.oduvs.od.ua/archive/2018/8_2018/11.pdf.
4. Мартос С. Молодіжний сленг: міф чи реальність?. [Електронний ресурс]. 2003 Режим доступу: http://ekhsuir.kspu.edu/xmlui/bitstream/handle/123456789/894/_doc%20%2835%29.pdf?sequence=1.
5. Тлумачний словник чужомовних слів в українській мові. Львів : Астролябія, 2003. 608 с.
6. Циганко М.В.. Синтаксичні стилістичні засоби у художньому тексті [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/4_SND_2012/Philologia/7_100352.doc.htm.

7. Швець К.. Новини як тип дискурсу [Електронний ресурс]. 2015. Режим доступу: <http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/12764/1/Shvets.pdf>.

8. CNN 10. A Preview Of The Upcoming U.S. Midterm Elections; Natural Immunity With regard To. URL: <https://transcripts.cnn.com/show/sn/date/2022-04-25/segment/01>

9. CNN10. France Re-Elects A President For The First Time In 20 Years; Virtual Reality Sees A Unique Role In Medical Research. URL: <https://transcripts.cnn.com/show/sn/date/2022-04-26/segment/01>

10. CNN10. The U.S. Economy Surprisingly Contracts In The First Quarter A Historic Drought Impacts The American West; A Home Renovation Reveals A Classic Combo. URL: <https://transcripts.cnn.com/show/sn/date/2022-04-28/segment/01>

УДК81'38:78

Вігула Михайло Тарасович,
Національний університет «Острозька академія»

РОЛЬ СТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ У ТЕКСТАХ РОК-ПІСЕНЬ (НА ПРИКЛАДІ АЛЬБОМУ «STADIUM ARCADIUM» ГРУПТУ RED HOT CHILI PEPPERS)

У статті розглядаються особливості стилістичних засобів у англомовній рок-музиці початку XXI ст. на прикладі пісень з альбому «Stadium Arcadium» 2006 року гурту Red Hot Chili Peppers. Вивчається роль, яку виконують ці засоби у тексті, а також роль та вплив дискурсу на кінцевий текст. Порівнюється роль та вплив різних засобів у різних піснях.

Ключові слова: стилістичні засоби, дискурс, риторичне запитання, метафора, контекст.

The article considers the features of stylistic means in the English-language music of the beginning of the XXI cent. by the example of the songs from the 2006 Red Hot Chili Peppers' album «Stadium Arcadium». The role of these means, as well as the influence of the discourse on the final text are also considered. The roles and influence of different means is compared in different songs.

Key words: stylistic means, discourse, rhetorical question, metaphor, context.

Актуальність дослідження та постановка проблеми. Англomовна музика завжди була найбільш затребуваною з моменту розвитку естрадних жанрів у середині XX ст. Правильно написаний текст, що використовує доречні лексичні та стилістичні засоби, а також апелює до дискурсу, може апелювати до почуттів та емоцій на підсвідомому рівні. Завдяки наявності музичного супроводу, музичний текст діє на підсвідомість сильніше та швидше за традиційну поезію. Переpletіння музичної та поетичної складової музики у цій статті відбувається на прикладі композицій з альбому *Red Hot Chili*

Peppers «Stadium Arcadium» (2006), який є наочним прикладом кропіткої роботи автора/ів з текстами.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Тема музичних текстів, стилістичних та художніх засобів, що зустрічаються в них, а також музичного дискурсу є доволі розповсюдженою серед вітчизняних мовознавців. Виділити варто науковців, таких як Л. Дуняшева [2], Т. ван Дейк [1], М. Л. Макаров [4] та В. В. Красних [3], чії роботи базуються на стилістичних прийомах та особливостях пісенного дискурсу у музиці.

Метою роботи є дослідити стилістичні особливості текстів пісень з альбому *Red Hot Chili Peppers «Stadium Arcadium»* (2006).

Завдання:

1. Проаналізувати стилістичні засоби, що вживаються у текстах пісень з альбому *Red Hot Chili Peppers «Stadium Arcadium»*;

2. Визначити роль дискурсу у текстах пісень з альбому *Red Hot Chili Peppers «Stadium Arcadium»*.

Виклад основного матеріалу. Передусім, варто визначити поняття «дискурс», а також те, які лексичні та стилістичні засоби існують та можуть вживатися у тексті. У своєму широкому значенні дискурс – письмова або усна комунікація, або дебати (часто – на політичні та суміжні теми) [8]. Та у обговоренні музичних текстів це розуміння дискурсу є недоречним, тому варто взяти до уваги його конкретний підвид. У цій статті аналізується саме пісенний дискурс та його особливості. За словами Л. Г. Дуняшевої, пісенний дискурс – «це текст пісень сукупно з контекстом їх створення та інтерпретації» [2, 158]. Простіше кажучи, пісенний дискурс – це поняття та умови, що не є безпосередніми складовими самої пісні, але оточують її та впливають на її сприйняття.

Основною складовою дискурсу прийнято вважати контекст написання тексту пісні. Існує декілька варіантів його класифікації, проте у цій статті буде використовуватися розподіл за Т. ван Дейком. Він визначав два типи контексту – зовнішній та внутрішній. М. Л. Макаров визначає зовнішній контекст є прямим наслідком ситуації, в якій знаходиться мовець (у цій ситуації – автор тексту пісні), та виявляється у таких чинниках, як етнографічні, соціальні, мовні та культурні зв'язки з оточуючим світом [4, 147]. Внутрішній же ж контекст – це те, що напряду формує стиль та підхід мовця до процесу мовлення – його ментальна сфера [3, 197]. Що цікаво, за ван Дейком, зовнішні фактори можуть впливати на мовлення лише ставши складовою внутрішніх [1, 54]. Контекст (зокрема і у пісен-

ному дискурсі) можна уявити, як двошарове покриття для мовлення. Зовнішній контекст піддається навколишньому історичному та соціальному впливові та може впливати на внутрішній контекст, який уже в свою чергу формує мовлення.

Важливо визначити стилістичні прийоми, які часто вживаються у текстах музичних творів та формують їх глибину на рівні з дискурсом. Завдяки доречно вжитому стилістичному засобу (т. зв. фігурі) можна досягнути нового рівня глибини та образності у тексті. Найчастіше у альбомі, що аналізується у статті, зустрічаються такі засоби:

- **Метафори** – перенесення ознак з одного предмета, явища, на інший на підставі їхньої подібності;

- **Персоніфікації** – перенесення ознак і властивостей людини, або іншої живої істоти на неживі предмети, явища, та абстрактні поняття;

- **Епіфори** – повторення однакових слів, синтаксичних конструкцій, звукосполучень у кінці віршованих рядків, строф або речень для підкреслення виразності мови, її мелодійності;

- **Епітети** – художнє, образне означення, що називає характерну властивість предмета, явища (найчастіше ними виступають прикметники, прислівники та іменники-прикладки). Епітети бувають постійні, що часто повторюються з одними й тими ж образами, або індивідуально-авторськими;

- **Сленгізми** – міський соціолект, який виник із мовлення різних замкнених соціальних груп, як емоційно забарвлена лексика низького й фамільярного стилю, поширена серед соціальних низів і певних вікових груп міст;

- **Колоквіалізм** – стиль мовлення з використанням розмовної і просторічної лексики [5].

Аналізуючи альбом, можна натрапити на часте використання колоквіалізмів, риторичних звертань та запитань, а також метафор. Основним прикладом колоквіалізмів у тексті пісні «*Dani California*» є такі слова, як *gonna* замість *going to*, *gotta* замість *got to*, *quota* замість *quarter* і *shoullda* замість *should have*, а також чисельні скорочення герундієвих форм дієслів (*gettin'*, *sayin'*, *comin'* замість *getting*, *saying*, *coming*). За сюжетом пісні, головна героїня родом з південних штатів США, де використання вищезгаданих форм є складовою місцевого діалекту. Тобто, тут колоквіалізми створюють необхідний антураж та атмосферу. Варто виділити також і такі слова, як *tomma* і *porra* замість звичних англійських *mother* і *father*, або ж більш роз-

мовних *mum* і *dad* [10; 11]. Використання цих засобів може також слугувати створенню неформальної атмосфери, підкреслення неосвіченості і, як можлива причина, неможливості головної героїні та її сім'ї.

Цікаво також відмітити використання сленгізмів у творчості гурту. Теми, які вони підіймають, часто є суспільно неприйнятними, через що для маскуванню справжніх посилів часом доводиться вдаватися до сленгу. Так, наприклад, у пісні «*She's Only 18*» яскраво прослідковується тема статевих стосунків, що найяскравіше представлено у наступних рядках:

«I put my loving in your oven not a head to check» [12].

У англійській мові існує сленгізм «*bun in the oven*» [6], що означає «вагітна». У цьому випадку вираз «*put my loving in your oven*» можна трактувати, як сленговий аналог фрази «займатись сексом». Цікавим є те, що автор трансформував оригінальний сленгізм, відштовхуючись одночасно і від реального значення виразу, і від семантичного значення фрази у прямому її сенсі. Частина «*a head to check*» можна також трактувати як перевірку, чи не завагітніла партнерка, що органічно вплітається у текст та загальний посил пісні. Як бачимо, під час написання текстів своїх пісень, автор текстів Ентоні Кідіс не тільки використовує все існуючий сленг, а й винаходить власний.

Іншим стилістичним засобом, що часто зустрічається у творчості гурту, є метафори. Вокаліст та лідер гурту Ентоні Кідіс часто навмисне робить їх двозначними для підкреслення неоднозначності ситуацій, що вони описують. Так, у вищезгаданій пісні «*Snow (Hey Oh)*» у приспіві можна почути такий рядок:

*«In between the cover of another perfect wonder
And it's so white as snow»* [13].

Основним лейтмотивом пісні є переродження, початок з чистого, свіжого листа, кольором якого є білий. Також, слово *snow* у американському сленгу означає «кокаїн» [14], від залежності від якого ліричний герой і намагається втекти. Як бачимо, контекстуально вибудовується метафора «білого покрову» відразу з двома діаметрально протилежними поняттями – нове, свіже життя та залежність від наркотиків. Завдяки вживанню у контексті, а також зв'язку з музичною складовою пісні, слово *snow* набуває подвійного значення, завдяки чому будується унікальна дуальна атмосфера усєї композиції.

Передача внутрішнього стану ліричного персонажа через метафору місця зустрічається також і у пісні «*Stadium Arcadium*». На початку другого куплету можемо побачити такий рядок:

«Alone inside my forest room and it's storming» [13].

За словами автора, основним посилом пісні є пошук ментального стану, у якому людині комфортно знаходитися. Метафора кімнати у лісі посеред бурі може бути посиленням на відчуття самого ліричного героя та, ймовірно, автора, який знаходиться у вищезгаданому стані (своїй лісовій кімнаті), яка захищає його від бурі (життєві негаразди), що відбуваються навколо.

Також досить часто у текстах пісень з альбому можна зустріти риторичні запитання – фігуру, що полягає у використанні запитання, що не передбачає відповіді. У вищезгаданій пісні *«Dani California»* є така частина:

«Who knew the other side of you?

Who knew what others died to prove?» [7].

Використання риторичних запитань дає тексту пісні форму діалога, підсилює образ головної героїні, як справжньої людини. Риторичні запитання – створюють ілюзію діалогу виконавця з ліричною героїнею, чия історія оповідається.

Висновки. Стилiстичні засоби та апелювання до зовнішнього контексту, що оточує автора, а також його внутрішнього контексту, є важливими складовими текстів *Red Hot Chili Peppers*. Їхні пісні сповнені метафор, риторичних звертань та сленгізмів. Використання цих засобів допомагає у створенні унікальної атмосфери та антуражу. Образи, що створюються у піснях, є яскравими, вони повноцінно взаємодіють з музичною складовою, апелюють до людських емоцій на підсвідомому рівні. Кажучи про сленгізми, вони допомагають гурту підіймати у піснях важливі теми, які є соціально неприйнятними, а факт їх підняття прямим текстом міг би негативно вплинути на рейтинги та розповсюдження записів колективу.

Дискурс альбому *«Stadium Arcadium»* є незвичним для гурту, який, здебільшого, базувався на зовнішньому контексті, культурній, історичній та соціальній ситуації навколо. У цьому альбомі можна побачити, як автор текстів Ентоні Кідіс заглиблюється у свій внутрішній контекст, що надає деяким пісням певної психологічності та додаткової глибини.

Перспектива подальшого наукового дослідження полягає у тому, що її матеріали можуть бути використанні студентами та іншими зацікавленими у вивченні лексикології та стилістики. Матеріали статті також залишають простір для подальших досліджень з теми, зокрема, ролі окремих стилістичних засобів, а також впливу дискурсу на сприйняття пісень.

Література:

1. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация; [пер. с англ. В. В. Петрова]. М. : Прогресс, 1989. 310 с.
2. Дуняшева Л. Г. Песенный дискурс как объект изучения лингвокультурологии // Актуальные проблемы романских языков и современные методики их преподавания: [материалы Международной научно-практической конференции (22-23.10.2015)]. Казань, 2015. С. 190-197.
3. Красных В. В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: Курс лекций / В. В. Красных. М.: ИТДГК «Гнозис», 2001. 270 с.
4. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. Москва: ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с. Режим доступа: <http://yanko.lib.ru/books/cultur/makarov-osnovu-teorii-diskursa-8l.pdf>
5. Українська мова. Короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів: словник / за ред. Єрмоленко С.Я.; Биби́к С.П.; Тодор О.Г. Київ: Либідь, 2001. 224 с. Режим доступа: <https://archive.org/details/terminy2001/page/16/mode/2up>
6. A bun in the oven // Urban Dictionary: [Веб-сайт]. Режим доступа: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=bun%20in%20oven> (дата звернення: 11.04.2022).
7. Dani California // Genius: [Веб-сайт]. Режим доступа: <https://genius.com/Red-hot-chili-peppers-dani-california-lyrics> (дата звернення: 11.04.2022)
8. Discourse // Oxford Learner's Dictionaries: [Веб-сайт]. Режим доступа: [https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american_english/discourse_1#:~:text=1%5Bcountable%2C%20uncountable%5D%20\(political%20discourse%20at%20the%20meeting.](https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american_english/discourse_1#:~:text=1%5Bcountable%2C%20uncountable%5D%20(political%20discourse%20at%20the%20meeting.) (дата звернення: 30.03.2022).
9. High on // Dictionary.com: [Веб-сайт]. Режим доступа: <https://www.dictionary.com/browse/high--on#:~:text=Under%20the%20influence%20of%20alcohol,he%20came%20to%20the%20party.%20%5B> (дата звернення: 30.03.2022).
10. Momma // Merriam-Webster: [Веб-сайт]. Режим доступа: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/momma> (дата звернення: 11.04.2022)
11. Poppa // Merriam-Webster: [Веб-сайт]. Режим доступа: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/poppa> (дата звернення: 11.04.2022)
12. She's Only 18 // Genius: [Веб-сайт]. Режим доступа: <https://genius.com/Red-hot-chili-peppers-shes-only-18-lyrics> (дата звернення: 11.04.2022)
13. Snow // Genius: [Веб-сайт]. Режим доступа: <https://genius.com/Red-hot-chili-peppers-snow-hey-oh-lyrics> (дата звернення: 11.04.2022)
14. Snow // Urban Dictionary: [Веб-сайт]. Режим доступа: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=snow> (дата звернення: 11.04.2022).

УДК 811.111:316.77

Гуменюк Оксана Іванівна,
Національний університет «Острозька академія»

ПАРАДИГМА РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ЕМОЦІЙ ГОЛОВНОЇ ГЕРОЇНИ У СЕРІАЛІ «ЕНН»

У статті досліджується вербальна репрезентація радісних та сумних почуттів в серіалі «Енн», аналізуються основні аспекти та підходи вивчення кінодискурсу, також його специфіку та зміст, й проводиться опис та аналіз лінгвістичних та нелінгвістичних компонентів на основі емпіричного матеріалу, використаних в серіалі «Енн».

Ключові слова: вербальна репрезентація, серіал «Енн», кінодискурс, лінгвістичні та нелінгвістичні компоненти, емпіричний матеріал.

The article examines the verbal representation of happy and sad feelings in the series «Ann with an E», analyzes the main aspects and approaches to the study of film discourse, as well as its specifics and content, and describes and analyzes linguistic and non-linguistic components based on empirical material used in the series.

Key words: verbal representation, series “Ann with an E”, film discourse, linguistic and non-linguistic components, empirical material.

Актуальність дослідження та постановка проблеми. Сучасний кінематограф займає одну з головних позицій посилення впливу на аудиторію в світових масштабах, відкидаючи літературу на другий план. Людям зараз набагато легше сприймати фільм аудіовізуально, ніж виділяти час і сили на прочитання книги. Таким чином, вся інформація, яка раніше передавалася через друковані тексти, в сучасному світі все частіше набуває кінематографічної форми. У кінофільмі використовуються різні засоби, які здатні впливати на глядача, оскільки кіно є складним процесом взаємодії автора і реципієнта. На цю співпрацю впливають такі фактори, як культура, думки авто-

ра або тих же реципієнтів. Соціологи вважають, що даний тип дискурсу здатний змінювати сприйняття його аудиторії, нав'язуючи визначені моделі поведінки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найбільш значущою для нашої роботи є розроблена в рамках лінгвістичного дослідження класифікація Є. А. Зуєвої, яка виділила 5 критерій для розмежування емоцій [2, с.150-151]. Важливість ролі емоцій для людини підкреслила С. В. Маслечкіна. На думку дослідниці, за допомогою емоцій регулюється людська поведінка, контролюються такі категорії як сприйняття, мислення і спрямування, а самі емоції служать важелем, що допомагає привідкрити завісу над незрозумілим, розширити кругозір, придбати нові навички, вміння, знання [5, с. 231]. Важливі аспекти вивчення кінодискурсу досліджували Є. А. Колодіна, Г. Г. Слишкіна, М. А. Єфремова та І. М. Лавриненко. Спираючись на різні версії, питання аналізу вербальної репрезентації емоцій на основі кінодискурсу залишається відкритим для дослідження.

Мета. Дослідження вербальної репрезентації радісних та сумних почуттів на основі аналізу кінодискурсу в серіалі «Енн».

Завдання. Розглянути принципи вивчення репрезентації емоцій на основі кінодискурсу, проаналізувати основні аспекти кінодискурсу та лінгвістичні та нелінгвістичні компоненти на основі емпіричного матеріалу, використаних в серіалі «Енн».

Виклад основного матеріалу. У комунікативному просторі найважливіша роль відведена емоціям, оскільки дана категорія знаходить вираз не тільки в побутовому загальному середовищі, але і в ЗМІ, політичній сфері, а також у художньому тексті. У тлумачному словнику Д.Н. Ушакова знаходимо наступне визначення емоції: «душевне переживання, хвилювання, почуття (часто в поєднанні з якимись інстинктивними виразними рухами)» [6, с. 786].

Емоції – одна з найскладніше організованих систем людини, унікальний клас психічних процесів і станів, поєднаних з інстинктами, потребами і мотивами, які зображають в формі безпосереднього переживання (задоволення, радості, страху і т. д.) значущість явищ, що впливають на індивіда, і ситуацій для виконання його життєдіяльності [1].

Важливо відзначити, що прояв тієї чи іншої емоції обумовлений вихованням, індивідуальними особистісними якостями, а також досвідом. Однак слід враховувати і комунікативну ситуацію, оскільки цей фактор також надзвичайно важливий.

Вченими були зроблені спроби розробити єдину класифікацію емоцій, проте найбільш авторитетною вважається класифікація К. Ізарда. Дослідник виділяє десять базових емоцій, виходячи із наступних критеріїв:

- 1) базові емоції мають виразні і специфічні нервові субстрати;
- 2) базова емоція проявляє себе за допомогою виразної і специфічної конфігурації м'язових рухів обличчя (міміки);
- 3) базова емоція тягне за собою виразне і специфічне переживання, яке усвідомлюється людиною.

Виходячи з цього, основними емоціями, на думку К. Ізарда, є радість, інтерес, подив, печаль, гнів, огида, презирство, страх, сором, збентеження [3, с.64].

Досліджуючи репрезентацію емоцій в мові, виокремлюють в їх розвитку такі етапи: 1) першопричину емоції – фізичне сприйняття; 2) безпосередню причину емоції – інтелектуальну оцінку певного стану речей як вірогідного або несподіваного, бажаного або небажаного для суб'єкта; 3) власне емоцію, обумовлену станом речей, і його розумовою оцінкою даного стану речей; 4) зумовлене тією чи іншою розумовою оцінкою або власне емоцією бажання продовжити або припинити буття причини, яка провокує емоцію; 5) зовнішній вияв емоції: неконтрольовані фізіологічні реакції тіла на причину, що викликає емоцію [2].

Спрямовані на важливість такого аспекту концептуалізації емоцій, як відношення до ідеї світла: позитивні емоції концептуалізуються як світлі, негативні – як темні [2]. Для кожної емоції, при її вивченні в мові, важливо відзначити чинник, розуміння або споглядання якого викликає емоцію; інтелектуальну оцінку цього чинника суб'єктом емоції; тип відчуття; бажання, що супроводжує емоцію; зовнішні вияви емоції.

Кінодискурс – це один із типів дискурсу, оскільки в ньому об'єднуються вербальне і невербальне повідомлення, виділяються учасники, а також соціальні контексти. Під дискурсом розуміємо не тільки вербальне спілкування, а й повідомлення невербальне, створене знаками не мовних систем (образ, жести, міміка тощо). Актуалізація емоцій у кінодискурсі відбувається відповідно до їх подвійного семіозису. Первинний семіозис емоції здійснюється в тексті кіносценарію, де знаки кожної семіотичної системи отримують лінгвістичну інтерпретацію, через прямий монолог чи діалог. Кіносценарій містить схему інтерпретованих вербальних, невербальних і кінематографічних дій кінофільму, поданих у часовому і просторо-

вому вимірах. Вторинний семіозис має місце у кінофільмі через взаємодію вербальних, невербальних і кінематографічних семіотичних ресурсів за посередництвом візуального й аудіального світу.

Конструювання емоцій у кінодискурсі є безпосередньою ментальною діяльністю учасників комунікації, використовуючи мовні і немовні одиниці у певній комунікативній ситуації, що ґрунтується на принципах динамічності, інтерактивності, ситуативності та мультисеміотичності.

У кінодискурсі емоціям притаманні три власні профілі: вербальний, невербальний, кінематографічний. Перший містить лексеми, що виражають, називають, описують емоцію; елементи експресивного синтаксису; прямі й непрямі мовленнєві акти експресиви. У невербальних профілях негативних емоцій спільними проявами є мімічні, кінесичні та фонаційні. У кінематографічних профілях – план, ракурс, звукові й світлові ефекти.

Дослідження мовленнєвих актів вираження емоцій безпосередньо пов'язане з терміном «емотивність мовного коду», звернення до якого допомагає «виявити, якою мірою мова відображає наше почуття, наскільки виразний потенціал мови взагалі здатний відобразити наш емоційний стан». Крім понять «емоційність», «емоційний» часто використовуються терміни «емотивність», «емотивний».

Комунікація між людьми – процес багатоаспектний і не обмежується тільки вербальним способом передачі інформації та емоцій комунікантів. Для повноцінного комунікативного акту необхідне задіяння як вербального, так і невербального компонентів спілкування.

Близькість потокового світу може перенести нас у серця і розум персонажів, яких ми любимо і обожнюємо, дозволяючи нам прожити всі емоції та моменти через них. Нам варто подивитися серіал «Енн» – прихований дорогоцінний камінь Netflix [9]. Серіал оповідає про пригоди Енн Ширлі (Емі Макналті), розумну, енергійну 13-річну сироту з вогненно-рудим волоссям. Сюжет розпочинається тоді, коли її помилково відправили в новий дім.

Історія Анни розкривається в спогадах протягом усього серіалу з її типовими примхами уяви, спалахами гніву і драматичними промовами, оформленими як механізми захисту і виживання травмованої дитини. Вона надасть вам набагато ширший простір для уяви, коли ви будете слухати її промову. Їй цікаві речі, які не мають для неї сенсу, і ви дивуєтесь, наскільки сміливою вона може бути. Енн з подвійною буквою Е – це емоційні американські гірки, які змусять вас рухатися по спіралі з кожним епізодом. Почуття Анни глибокі; вона

любить і ненавидить з пристрасстю і мріє з душею. Однак у дитинстві вона не може відрізнити справжні емоції від простої сентиментальності або фальшивих емоцій, часто дозволяючи собі зраджуватися сантиментам, тому що вважає це романтичним. Її слабкість до сентиментів забарвлює її вигадані історії, в яких є мелодрама, справжня любов, вічна відданість і трагічні втрати.

Енн, така юна дівчинка, висловлює свої почуття досить глибоко, по дорослому, використовуючи емоційно забарвлені слова вона матеріалізує свої думки, дозволяючи слухачам повністю поринути в її світ та зрозуміти її настрій. Вона навчилася висловлювати свої емоції якнайповніше за допомогою художньої літератури, яку вона читала будучи в дитячому будинку.

“Моє життя – ідеальний цвинтар для похоронених надій”, одного разу мовила Енн. Так вона інтерпретує все сумне, що сталося з нею за досить малий час життя на світі, використовуючи слова “цвинтар” та “похоронений”, які несуть за собою значення смерті та нещастя. Не кожен дорослий має настільки широкий словниковий запас, щоб мати змогу якнайточніше описати свої емоції.

“Кожний ранок, коли ми живі, вже вартий свята”. Так Енн радіє ще одному прекрасному дню в своєму новому будинку. Вона описує своє щастя, за допомогою вербальних засобів, наприклад слово “свято” та невербальних засобів, широкої посмішки та кружляння. Почуття Анни глибокі; вона любить і ненавидить з пристрасстю і мріє з душею. Однак у дитинстві вона не може відрізнити справжні емоції від простої сентиментальності або фальшивих емоцій, часто дозволяючи собі зраджуватися сантиментам, тому що вважає це романтичним. Її слабкість до сентиментів забарвлює її вигадані історії, в яких є мелодрама, справжня любов, вічна відданість і трагічні втрати.

“Це повинно бути безмежно жадливо втратити того, кого ти сильно любиш, в одну секунду, в одну мить. І вони навіки пішли і не можна нічого вдіяти, щоб це змінити або повернути їх”, так Енн інтерпретує своє ставлення до смерті, з нещасним виразом обличчя, майже заплаканою. Частково прихильність Енн до сентиментальності дає притулок для справжніх емоцій страху і втрати, які вона зазнала в дитинстві. Смерть її батьків залишила її на милість інших, і в молодості до неї ставилися не з любов’ю і увагою, яку отримують більшість дітей, а з жорстокістю і безтурботністю. Оскільки Енн знає біль реальних емоцій, ігровий світ сентиментів їй втішає. Коли вона уявляє сентиментальні історії та ігри, вона здатна контролю-

вати ситуацію, чого вона не могла в своїх відносинах з реальними емоціями.

“Мені кажуть, що я легка на підйом. Я би віддала перевагу бути гарною, але не можна мати все й одразу.” Це невимовна істина реальності, що справжність іноді може коштувати вам ваших власних мрій з ярликом неправдоподібності. Подолати норму очікуваної зручності пристойності за рахунок дотримання свого економічного, політичного, психологічного і передбачуваного соціального становища, яке тоді було відкинуто в бік салонними розмовами, але тепер подобається сучасному читачеві.

Відповідно до засад лінгвістичної теорії емоцій, емоції регулюють процес відображення світу людиною, виступаючи в ролі посередника між світом і мовою людини. Емоції піддаються впливу первинного семіозису в тексті кіносценарію, де емотивний сенс вкладено сценаристом і риси кожної семіотичної системи здобувають лінгвістичне відтворення в контексті комунікації.

Висновки. Проаналізувавши теоретичний матеріал, ми зробили висновок, що емоції як об’єкт вивчення створюють наукове зацікавлення протягом довгого часу. Прояв тієї чи іншої емоції обумовлений вихованням, індивідуальними особистісними якостями, а також досвідом й комунікативною ситуацією. В свою чергу, кінодискурс – це складний, динамічний процес взаємодії автора і реципієнта, що протікає в міжкультурному просторі за допомогою вербальних та невербальних засобів. Результати проведених досліджень показали, що компоненти кінодискурсу (діалог, кіносценарій, кінообраз) відіграють важливу роль у побудові сенсу та загальної картини сюжету.

Серіал “Енн” – це неймовірна картина, повна радісних та сумних почуттів, репрезентованих головною героїнею, яка пережила справжні труднощі. Енн, за допомогою свого непохитного оптимізму, високого інтелекту та широкої уяви, висловлює свої істинні емоції багатогранно та правдиво, користуючись різними лінгвістичними та нелінгвістичними компонентами. За допомогою цих компонентів глядачеві даються пояснення до того, що відбувається, а також висловлюються думки і почуття героїв. Нелінгвістичні компоненти допомагають у побудові образів тих же героїв і в створенні необхідної атмосфери.

Література:

1. Арутюнян, С.М. Семиотические границы в искусстве. Москва, 2008. С. 415.

2. Зуева Е.А. Эмоции как объект лингвистических исследований. Иностранные языки в профессиональном образовании: лингвометодический контекст: материалы межвуз. науч.-практ. конф. Белгород, 2006. С. 148-154.

3. Изард К.Э. Психология эмоций. СПб.: Питер, 2007. С. 464.

4. Лотман, Ю. М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин: ЭэстиРаамат, 1973. С. 137 с.

5. Маслечкина С.В. Выражение эмоций в языке и речи. Вестник Брянского государственного университета, 2015. №3. С. 231-236.

6. Ушаков Д.Н. Толковый словарь современного русского языка. М.: Аделант, 2013. 800 с.

7. Series “Enn with an E” on Netflix: <https://www.netflix.com/pl-en/title/80136311>

УДК 81'33

Захарчук Юлія Анатоліївна,
Національний університет «Острозька академія»

ЛЕКСИЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ЯК ІНСТРУМЕНТИ ХУДОЖНЬОГО СТИЛЮ НА ПРИКЛАДІ РОМАНУ ДЖОНА ҐРІНА “LOOKING FOR ALASKA”

Ця стаття присвячена дослідженню особливостей принципів вибору, комбінування та реалізацію функціоналу різноманітних лексичних і стилістичних засобів в художньому стилі літератури на прикладі роману Джона Ґріна “Looking for Alaska”.

Ключові слова: *лексичні та стилістичні засоби, художній стиль літератури, художній текст, образність мови, художній образ, художнє мовлення, метафора, метонімія, іронія.*

This article is devoted to the study of the peculiarities of the principles of selection, combination and implementation of the functionality of various lexical and stylistic devices in the belles – lettres style of literature on the example of John Green’s novel «Looking for Alaska».

Key words: *lexical and stylistic devices, the belles – lettres style, the belles – lettres style of text, imagery of language, artistic image, writing style, metaphor, metonymy, irony.*

Актуальність дослідження та постановка проблеми. Численні дослідження доводять, що поділ мови на стилі – це продукти її історичного розвитку: у процесі становлення та розвитку літературної мови частина її засобів набирає виразного стилістичного забарвлення. О. М. Мороховський зазначає, що не існує стилів у їхньому чистому вигляді, адже в реальності вони постійно поєднуються та взаємодіють один з одним [9]. Найкраще ця взаємодія показана на прикладі художнього стилю. Художній стиль не співвідносний з іншими стилями мови тому, що використовує їх усі, але у своєрідних

поєднаннях і у функціонально зміненому вигляді; він розвивається на основі доцільного, естетично виправданого використання всіх мовних розгалужень національної мови, всіх її виражальних засобів [4].

Художній стиль виявляється на рівні художньої форми тексту, яка, зі свого боку, залежна від ідеї та змісту твору, художнього методу, філософсько-естетичних проблем, світогляду письменника, історичного підґрунтя тощо. Текст художнього стилю впливає на читача сукупністю всіх своїх формально-семантичних якостей і властивостей (системою образів, сюжетом, композицією та ін.), єдиною сукупністю мовних засобів, у складі якої лексичні засоби займають не останнє місце [2]. Лексичні та стилістичні засоби забезпечують якісне виконання головного завдання письменника – моделювання авторської дійсності, яка вплине на уяву, почуття та емоції реципієнта, а також на формування його моральних рамок та ідейних переконань, створення літературних образів та ідіостилу письменника.

Саме тому є доцільним проаналізувати вплив деяких лексичних та стилістичних засобів на прикладі твору “Looking for Alaska”, аби прослідкувати їхні функції як інструментів створення авторського уявного світу в художньому стилі.

Аналіз досліджень та публікацій. Теоретичною базою дослідження послужили дослідження зі стилістики та аналізу текстів художнього стилю (Ю. Б. Боров, І. Р. Гальперін, А. Н. Мороховський, В. А. Кухаренко, І. Арнольд, О. Галич, Б. П. Гончаров, Л. П. Єфімов та інші).

Мета статті полягає в аналізі та інтерпретації лексичних і стилістичних засобів, виявлення їхніх основних функцій, що забезпечують гармонійне існування художнього стилю як місця створення уявних світів.

Завданнями цієї статті є: дослідити та описати лексичні та стилістичні засоби, їхню класифікацію та проаналізувати доцільність їхнього використання у романі.

Виклад основного матеріалу. Одна з головних особливостей художнього стилю – це те, що він є місцем розвитку всіх стилістичних засобів національної мови, які потім використовують інші стилі. Завдяки авторському образному баченню художній стиль естетизує матеріал практичної мови і закріплює за мовними одиницями стильові й стилістичні значення [8].

У тексті художнього стилю мовні одиниці виконують паралельно дві функції, а саме комунікативну та естетичну, тобто слово реалізує

не лише номінативне значення, записане в словнику, а й художньо-стилістичне, яке повністю розкривається лише у цілому контексті твору та не існує поза ним [9].

В. А. Кухаренко серед усіх груп стилістичних засобів пояснює лексично-стилістичні як ті, що побудовані на бінарній опозиції лексичних значень незалежно від синтаксичної структури висловлювання. Також вона виділяє лексичні, синтаксичні, лексико-синтаксичні, графічні з фонетичними стилістичні засоби [13].

Лексико-стилістичні засоби авторка класифікує за характером лексичних значень, які беруть участь у їх утворенні:

I. Стилістичні засоби, що ґрунтуються на певній взаємодії номінального та лексичного значення слова, такі як антономазія.

II. Стилістичні засоби, що ґрунтуються на взаємодії двох лексичних значень слова, такі як метафора, метонімія, персоніфікація та іронія.

III. Стилістичні засоби, що ґрунтуються на взаємодії між логічним та емоційним значенням слова, такі як гіпербола, епітет, оксиморон.

IV. Стилістичні засоби, що ґрунтуються на взаємодії незалежного та фразеологічного значення слова, такі як каламбур та зевгма [13].

I. Р. Гальперін ж дещо інакше класифікує лексичні стилістичні засоби, беручи до уваги їхню семантичну природу:

1. Стилістичні засоби, що ґрунтуються на взаємодії різних типів значення слова. За допомогою бінарних протиставлень значень досягається стилістичний ефект лексичного засобу.

– Стилістичні засоби, що ґрунтуються на взаємодії первинного словникового і контекстуально нав'язаного значення слова. Сюди належить метафора, метонімія, іронія.

– Стилістичні засоби, що ґрунтуються на взаємодії первісного і похідного значення, наприклад, полісемія, зевгма, каламбур.

– Стилістичні засоби, що ґрунтуються на взаємодії логічного та емоційного значення, наприклад вигук, окличні слова, епітет, оксиморон.

– Стилістичні засоби, що ґрунтуються на взаємодії логічного та номінального значення, наприклад, антономазія.

2. Стилістичні засоби, що ґрунтуються на взаємодії двох лексичних значень, що є одночасно реалізованими в контексті. До цієї групи належать порівняння, евфемізми, перифраз, гіпербола.

3. Стилістичні засоби, що ґрунтуються на взаємодії сталих виразів з контекстом, а саме: прислів'я, приказки, цитати, алюзії, кліше тощо [11].

Стилістичні засоби різноманітні та численні, але в основі їх усіх лежить той же лінгвістичний принцип, на якому побудований весь механізм мови: зіставлення явищ та встановлення подібностей та відмінностей між ними, контраст та еквівалентність.

Художній стиль є найвищим проявом естетики, проте якщо у тексті не художнього стилю естетичність розуміється як здатність малювати буття у логічно й вербально найекономнішому втіленні, то в художньому стилі за допомогою різноманітних мовних бінарних опозицій естетика виражається й у перетворенні тексту як знакової системи в текст-читання [10, с.64]. Текст художнього стилю дає інтелектуально-емоційне задоволення, збуджує уяву реципієнта, а лексичні стилістичні засоби є одним з елементів створення художніх образів, засноване на різноманітних внутрішніх (семантичних) зв'язках слів (понять), коли відбувається зміна, перетворення, поворот у їх значеннях. Використання мовних засобів у художньому стилі зумовлено його призначенням – образно відтворювати дійсність, тобто змалювати життя через образи, втілені в слова.

Під художнім образом мається на увазі специфічна форма естетично-чуттєвого освоєння (сприйнята і відображення) і перетворення (узагальнення, моделювання) дійсності, певне конкретно-чуттєве уявлення, що діє водночас на почуття і свідомість [7, 100]. П. В. Білоус стверджує, що здатність до образотворення закладена в багатозначності слів. Серед усіх способів творення художніх образів лексичні та контекстуальні є одними з найбільш поширених, тому в цій статті розглянуто лексичні стилістичні засоби, що ґрунтуються на взаємодії двох лексичних значень [3].

Лексичні стилістичні засоби також є однією з складових такого феномену як художнє мовлення. Художня своєрідність мовленнєвої організації тексту художнього стилю знаходить свій вияв у відходженні від загальноповсякденних норм. На словесному рівні це спостерігається шляхом індивідуальної словотворчості, заміни слова його більш експресивним, неочікуваним мовним, лексичним чи контекстуальним синонімом [5, 177]. Твір в художньому стилі не може бути написаний сухою та беземоційною мовою, тому що це порушує всі його функції, а особливо естетичну. Різноманіття лексичних стилістичних засобів є важливим складником художності мовлення.

Стилістичний засіб, який базується на принципі ідентифікації двох предметів, І. Р. Гальперін називає метафорою. Цей термін має значення перенесення якоїсь якості з одного предмета на інший. Метафора стає стилістичним прийомом, коли два різних явища (речі,

події, ідеї) одночасно згадуються, коли одне явище передає свої якості тому, яке їх позбавлене.

І.В. Арнольд визначає метафору як приховане порівняння, яке реалізується шляхом використання назви одного предмета для іншого, таким чином виявляючи якусь важливу рису іншого.

Олександр Галич в залежності від особливостей співвідношення зіставлюваних предметів виділяє 4 типи метафор:

1. заміщення живого живим;

“I wouldn't have cared if my girlfriend was a Jaguar-driving Cyclops with a beard” [12].

“The Eagle” [12].

2. заміщення неживого неживим;

“But even in the dark, I could see her eyes – fierce emeralds.” [12].

“My Great Perhaps did not involve cigarettes” [12].

3. заміщення неживого живим;

I gritted my teeth, and then before us, glass glittered in the glare of the sun like the road was wearing jewelry, and that spot must be the spot”[12].

4. заміщення живого неживим.

“So I walked back to my room and collapsed on the bottom bunk, thinking that if people were rain, I was a drizzle and she was a hurricane”[12].

“That guy Miles is a riot” [12].

І. Р. Гальперін та О. Галич відповідно до практичного ефекту, що створюють метафори, поділяють їх на:

5. Trite або dead, тобто «стерті» в значенні «банальні»;

“As the days passed by...”, “Friday came...” [12].

6. genuine або original – оригінальна або поетична – метафора, в якій переносність явища сприймається як несподіванка, як новизна, внаслідок чого індивідуально-авторська метафора набуває ознак контекстуального неологізму.

“I was a drizzle and she was a hurricane.” [12].

В цьому прикладі оригінальність полягає в тому, що автор метафорично порівняв характери та особливості героїв на прикладі маленького дощичку та сильного урагану.

«The Eagle?»

«Mr Starnes. Code name: the Eagle. The Dean of Students. Most of the teachers live on campus and they'll all bust you. But only the Eagle lives in the dorm circle and he sees all. He can smell a cigarette from like five miles.»

«Isn't his house back there?» I asked, pointing to it. I could see the house quite clearly despite the darkness, so it followed he could probably see us.

«Yeah, but he doesn't really go into blitzkrieg mode until classes start,» Chip said nonchalantly [12].

В цьому уривку оригінальним є те, що автор використав оригінальне порівняння директора з орлом – хижим птахом, що наглядає за студентами, і вишукує тих, хто порушує правила, – його жертви.

До функцій метафор М. Довгалецький відносить: 1) найменування деяких предметів, які не мають власної назви; 2) підсилення значення сказаного; 3) як засіб для досягнення естетичного враження [6, 304].

Варто зазначити метафоричне утворення псевдонімів у героїв. Чип має псевдонім “Colonel”, дефініція якого є “a high rank in the army, Marines, or the US air force, or someone who has this rank”, а в перекладі означає «полковник». Така гра значень слова пояснюється тим, що Чип відповідав за створення планів всіх розіграшей, тобто виконував функцію керівника, за що і отримав таке «звання». Насправді ж ніякого відношення до армії він не мав. Директор школи отримав псевдонім «The Eagle», орієнтований на схожості з птахом у вмінні бачити найдрібніші деталі.

Л. П. Єфімов зазначає, що канонізовані метафори зазвичай стають символами.

«The swan. Swimming towards us like a swan possessed. Wings flapping furiously as it came, and then it was on the shore in front of us, making a sound that sounded like nothing else in this world, like all the worst parts of a dying rabbit plus all the worst parts of a crying baby, and there was no other way, so we just ran»[12].

В цьому прикладі присутня метафора лебедя, який описується як небезпечна істота. Автор надає йому метафоричного значення труднощів, через які повинен пройти кожен. Це показано на прикладі традиції, яка існувала в школі вже багато років. Новачків вночі підіймали з ліжка та кидали з моста в озеро, де плавав лебідь. Їхня головна ціль була вплинути та врятуватися від лебедя, який відразу плив за ними та кусав. Пізніше в тексті лебідь стає символом головної героїні – така ж прекрасна, але небезпечна, здатна захиститися.

“How will I escape this labyrinth?” [12].

Взята цитата з роману Габріеля Гарсія Маркеса «Генерал в своєму лабіринті» розумілася як метафора життя, проте наприкінці цей «лабіринт» стає символом пошуків істини.

Метонімією І. Р. Гальперін називає стилістичний прийом, що ґрунтується на принципі заміни одного предмета іншим.

І.В. Арнольд визначає метонімію як троп, що базується на асоціації за схожістю. Вона полягає у тому, що замість назви одного предмета використовується назва іншого, який пов'язаний з першим постійним внутрішнім чи зовнішнім зв'язком. Це може бути зв'язок між предметом і матеріалом, з якого він зроблений, місцем і людьми, що в ньому перебувають, процесом і його результатом.

Л. П. Єфімов вирізняє контекстуальну (contextual) та лексичну (lexical) метонімію. Лексична метонімія функціонує як джерело створення нових слів та значень, які є записані у словниках, але не мають стилістичного забарвлення. Контекстуальна метонімія ж представлена як результат неочікуваної заміни одного слова на інше [6].

О. Галич виділяє такі різновиди метонімії:

- 1) метонімія місця;
- 2) метонімія часу;
- 3) метонімія засобу;
- 4) метонімія матеріалу [5, 217].

Щодо комунікативних функцій, які виконує метонімія, Л. П. Єфімов відносить створення образу, де підкреслена та чи інша функція, та лаконізація мови.

В романі присутні така метонімія як *“Weekday Warrior”*, *“Mile’s cavalry”*, *“the gym didn’t t breath”* на позначення групи людей, автор використовує її для лаконізації мовлення.

За І. Р. Гальперіним, стилістичним засобом, що ґрунтується на протилежних поняттях, називається іронією.

А. М. Мороховський називає іронією художній засіб, який реалізується у формі схвалення, проте насправді виражає насмішку. Така протилежність конотації полягає у переміні оцінного компонента з позитивного на негативний при вживанні слів з поетичним забарвленням по відношенню до тривіальних предметів.

“Although I was more or less forced to invite all my «school friends,» i.e., the ragtag bunch of drama people and English geeks I sat with by social necessity in the cavernous cafeteria of my public school, I knew they wouldn’t come. Still, my mother persevered, awash in the delusion that I had kept my popularity secret from her all these years [12].

В цьому прикладі автор висміює неіснуючу популярність героя, яку він ніби то приховував від своєї мами, коли насправді ж герой називає всіх своїх знайомих *“the ragtag bunch of drama people and*

English geeks I sat with by social necessity”, а його день народження відвідало всього лиш двоє людей, з якими він не міг навіть підтримати діалог.

“*Mr Famous Last Words Boy*”, “*Pudge*” [12].

Тут автор з насмішкою виокремлює особливості хлопця, а особливо його надмірну худорлявість, давши йому кличку “*Pudge*”, що означає “*fat on a person’s body*”. “*Mr Famous Last Words Boy*” – так іронічно називали героя, бо його хобі – запам’ятовувати останні слова відомих людей.

Найчастіше іронія головна функція іронії – створення комічного враження.

Висновки. Підбиваючи підсумки виконаної роботи, можна навести декілька висновків.

Лексичні стилістичні засоби беруть активну участь у творенні художніх образів та є невід’ємними складниками художності мовлення, що забезпечує функціонування художнього стилю. Метафори та метонімії є джерелом створення унікальних образів, збагачення уяви та активізація процесу мислення. Іронія ж як глузливе ставлення автора до зображуваного несе у собі емоційний характер. Розуміння лексичних стилістичних засобів полягає у вмінні проводити паралелі між предметами, знаходити щось спільне та співставляти це.

Перспектива майбутнього наукового дослідження означеної теми пов’язана з подальшим аналізом та визначенням функціоналу лексичних та стилістичних засобів як інструментів художнього стилю.

Література:

1. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. М.: Просвещение, 1980. 300 с.
2. Бабенко Л. Г., Казарин Ю. В. Лингвистический анализ художественного текста : підручник. Флинта, 2003. 496 с.
3. Білоус П. В. Вступ до літературознавства : навч. посіб. Київ : Вид. цент «Акад.», 2011. 336 с.
4. Виноградов В. В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. М., 1963. 119с.
5. Галич О., Назарець В., Васильев Є. Теорія літератури : підручник. Київ : Либідь, 2001. 487 с.
6. Довгалецький М. Поетика (Сад Поетичний). Київ: Мистецтво, 1973. 434с.
7. Єфімов Л. П. Стилистика англійської мови і дискурсивний аналіз: учбово-методичний посібник. Вінниця: Нова книга, 2004. 240с.

8. Іванишин В. П. Нарис з теорії літератури. Київ : Вид. цент «Акад.», 2010. 256 с.
9. Крайнікова Т. Мова художнього твору. Київ: Дніпро, 2002. 150с.
10. Мацько Л.І. та ін. Стилiстика української мови: Підручник; За ред. Л.І. Мацько. К.: Вища шк., 2003. 462 с.
11. Мороховский А. Н., Воробьева О. П., Лихошерст Н. И., Тимошенко З. В. Стилiстика англійського язика. К.: Высшая школа, 1991. 272с.
12. Науменко А. М. Філологічний аналіз тексту (основи лінгвопоетики). Вінниця : Нова кн., 2005. 416 с.
13. Galperin I. R. Stylistics. Moscow: Higher School, 1977. 336p.
14. Green J. Looking For Alaska : Novel. HarperCollins, 2013. 272 p.
15. Kukhareno V. A. Seminars in Style. Moskow: Higher School Publishing House, 1971. 184 p.

УДК 81'373.612.2

Іванченко Альона Анатоліївна,
Національний університет «Острозька академія»

ЛЕКСИЧНІ, ГРАМАТИЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ ЮРИДИЧНИХ ТЕКСТІВ

Статтю присвячено лексичним, граматичним і стилістичним проблемам різних аспектів перекладу правничих текстів розглянутих на прикладі юридичних текстів. Це не може залишатися поза полем зору філологічного світу і привертає увагу до неологізмів, термінів, словосполучень що активно застосовуються в правничому процесі. Лексика загалом зображує функціональний апарат європейської правової системи. Переклад подібних текстів з дотриманням відповідних стильових норм є серйозним випробуванням для перекладача.

Ключові слова: юридична термінологія, юриспруденція, право, закон, правовий механізм, міжнародні правові відносини, реституція, правозахисник

The article is devoted to lexical, grammatical and stylistic problems of various aspects of translation of legal texts considered on the example of legal texts. This cannot be left out of the field of view of the philological world and draws attention to neologisms, terms, phrases that are actively used in the legal process. Vocabulary in general depicts the functional apparatus of the European legal system. Translating such texts in accordance with the relevant stylistic norms is a serious challenge for the translator.

Key words: legal terminology, jurisprudence, law, law, legal mechanism, international legal relations, restitution, human rights activist.

Постановка проблеми. Кожен знає, як часто щоб уникнути неточностей і непорозумінь у перекладі доводиться докласти дуже багато зусиль і часу. Для професійних юридичних текстів, що обслуговують юридичну сферу, існує спеціальна лексика, яка поза межами

юриспруденції майже не використовуються. Юридична мова багато в чому відрізняється від звичайної мови, яку ми використовуємо кожен день. І в цьому й полягає основна складність роботи з подібного роду текстами. Проблема в тому що є потреба якісного і повного аналізу фахової мови. Крім того багато науковців не дійшли спільної точки зору, щодо того чи варто розмежовувати поняття фахової юридичної лексики і термінології, чи їх треба ототожнювати.

Аналіз основних досліджень і публікації. Цю проблему висвітлювали не раз, наприклад Т. Кияк, вважав, що термін варто досліджувати лише у з точки зору його функціональної і смислової функції в контексті. Також багато українських мовознавців мають різні погляди на це. Наприклад А. Д'яков, З. Куделько, Т. Кияк мали точку зору, яка стверджує, що має підстави для ототожнення фахової юридичної лексики з термінологією, хоча багато дослідників як Г. Мацюк, Т. Панько, Л. Симоненко, розділяли ці два поняття і вважали їх ототожнення великою помилкою [1, с. 3].

Метою статті є визначити основні труднощі роботи з юридичними текстами та розглянути методи полегшення роботи з подібними фаховими текстами та їх перекладу.

Виклад основного матеріалу. Лексичні проблеми перекладу юридичних текстів. Професійна юридична мова – це середовище, в якому народжується і розвивається юридична термінологія. Вона включає в себе юридичні професіоналізми. Якщо говорити про термінологію перекладу, то основна складність її полягає в передачі правильного значення кожної фрази і слова, що не завжди може бути перекладено дослівно.

Адекватний переклад офіційно-ділового правничого тексту повинен точно передавати зміст тексту оригіналу, мати сталу установлену термінологію в мові перекладу і відповідати стилістичним нормам. Цей вид перекладу описується як той, що основну увагу зосереджує на функціоналі лексики, а не на її жанрових характеристиках [5, с. 4].

Щодо перекладу термінології:

- 1) Переклад має мати терміни, визнані державними або міжнародними стандартами;
- 2) якщо в тексті є термін, не зафіксований у словниках, то перекладач має сам підібрати аналог, звернувшись до літератури, або ж спеціаліста;
- 3) в перекладі треба уникати синонімів термінології;

4) чужі для мови перекладу терміни повинні записуватися в дужках [5, с.4].

Щодо про переклади термінів, варто пам'ятати, різні типи перекладу вимагають свого особливого й унікального підходу.

Граматичні проблеми перекладу фахових текстів. Переклад юридичних текстів є не найлегшим, як і будь-який інший переклад. Це точна передача терміну оригіналу відповідними граматичними, лексичними і стилістичними засобами й термінологією іншої мови зі збереженням змісту [5, с. 4].

Граматичні явища, як відомо залежно від конкретного звороту можуть бути виражені по різному і перекладатися багатьма різними способами. До найвиразніших особливостей правничих документів належить велика кількість різноманітних складних речень і граматичних конструкцій, що використовуються для зображення і відтворення логічних зв'язків між предметами, подіями, видами діяльності та фактами [3].

Невід'ємною умовою якісного перекладу є вміння правильно аналізувати будову іншомовних речень, їх лексичні, граматичні та стилістичні особливості, коректно розпізнавати труднощі перекладу й відтворювати текст перекладу згідно з мовними нормами, стилем і жанром [5, с. 4].

Перекладач має мати кваліфіковану освіту і розуміти свою справу, добре розумітися на граматичних особливостях мови з якої перекладають і мови перекладу та основами теорії, а також із відповідниками термінів у сфері юриспруденції, та сталими конструкціями, зворотами, засобами відтворення різноманітних мовних особливостей. Це все дуже важливо для високої професійної кваліфікації перекладача, який, має дуже широку компетенцію.

Стилістичні проблеми перекладу юридичних текстів. Текстам на мові з якої відбувається переклад та мові на яку перекладають зазвичай притаманні відмінності, а особливо це яскраво можна прослідкувати проаналізувавши текст в лексичному, граматичному й стилістичному плані. Текстам написаним в формальному стилі також притаманні особливості й відмінності, про що не можна забувати перекладачу який хоче здійснити якісний переклад. Розглянемо на прикладі, є різноманітні способи, засоби і граматичні конструкції для вираження модальності як в англійській та українській мові, а саме в формальних ділових текстах, іншими словами, індивідуальні особливості конкретно взятого уривка або цілого тексту, що може бути інтерпретованим на мову перекладу письмово чи усно [4].

Що до стилістичних особливостей мови яку використовують в офіційно-діловому стилі правничих текстів можна виокремити термінологію, канцеляризми, сталі фрази, терміни, розмовні елементи формального ділового спілкування, особливий синтаксис, пасив, граматичні конструкції загалом, і ще багато іншого. Для їх передачі з однієї мови на іншу використовують різноманітні мовні трансформації адаптуючи текст до реалій. Абсолютно всі зміни, що застосовуються під час перекладу з однієї мови на іншу в плані лексики і граматики, мають мати причини і бути виправданими ситуацією [3].

Специфічні проблеми перекладу текстів. Як відомо, прогрес не стоїть на місці. Все змінюється, розвивається і вдосконалюється і мова не виняток. З'являється багато нових понять. З розвитком юридичної справи загалом, а ще галузі міжнародного права з'являються нові поняття і терміни що швидко стають звичною частиною нашого щоденного життя. А інтернет і швидкий обмін інформацією і комунікація загалом пришвидшує цей стрімкий розвиток. Новітні тенденції вимагають вужчої і вужчої спеціалізації будь-якій сфері діяльності і Право не є винятком. Розвиток суспільства і інтернету переносить перекладацьку діяльність в онлайн. Друковані словники вже не зрівняються по ефективності з електронними. Використовуючи останні, перекладач суттєво економить власний час.

Також зараз активно впроваджують різні перекладацькі програми які продемонстрували свою ефективність і заслужили популярність на Заході. Вони вразі пришвидшують і полегшують процес перекладу. З використанням цих програм перекладач має змогу створити базу текстів та накопичувати переклади, які зберігаються у пам'яті перекладацьких програм. В результаті шукаючи той чи інший термін або уривок, перекладач в той самий час завдяки механізованій системі виконує пошуку операцію у всіх базах термінів та базах паралельних текстів [2].

Висновки: Отож це питання справді є так як різні науковці минулого поєднують або розмежовують поняття фахової мови і системи термінології. На мою думку ці поняття знаходяться дуже близько але все ж ототожнювати їх не варто. Це спірне питання так як науковці не дійшли спільної точки зору щодо цього.

Перспектива наукового дослідження цієї теми вона є в тому аби глибше розглянути проблему використання юридичної фахової мови глибше, визначити що могло б полегшити розуміння і роботу з подібними текстами для перекладача. Також під час дослідження ми розглянули багато ознак притаманних цьому виду фахової мови.

Література:

- 1 . Гимер Н.О. Терміни як основа фахової мови. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vdumo_2013_21_19\(1\)__16.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vdumo_2013_21_19(1)__16.pdf)
- 2 . Кияк Т. Р. Функції та переклад термінів у фахових текстах. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/1545/1/84.pdf>.
- 3 . Сухенко К.М. Лексичні проблеми перекладу. К.: вид-во Київ. ун-ту, 2000.
- 4 . Швейцер А.Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты. М.: Наука, 2003.
- 5 . Специфічні проблеми перекладу фахових текстів. URL: <https://lektsii.org/14-20250.html>
- 6 . Кінофільм з субтитрами «Жінка в Золотому». URL: <https://rezka.ag/films/drama/10744-zhenschina-v-zolotom-2015.html>

УДК 81'42

Котяй Соломія Ігорівна,
Національний університет «Острозька академія»

ЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЗВУКОНАСЛІДУВАНЬ НА ПРИКЛАДІ КОМІКСУ “GRAVITY FALLS”

У статті дано визначення поняттю коміксів та розглянуто основні особливості та складнощі при здійсненні їх (або ж креолізованих текстів) лінгвістичного аналізу звуконаслідувань на прикладі графічного роману Алекса Гірша “Gravity Falls: The Lost Legends”.

Ключові слова: лінгвістика, аналіз, комікс, креолізований текст.

The article defines the concept of comics and discusses the main features and difficulties in their (or creolized texts) linguistic analysis of onomatopoeia on the example of Alex Hirsch’s graphic novel «Gravity Falls: The Lost Legends».

Key words: linguistics, analysis, comics, creolized text.

Постановка проблеми. Нині комікси у будь-якому вигляді з кожним днем стають все більш популярним жанром по всьому світу, крім того, не лише серед молоді. Таке читиво є дуже простим та не потребує особливих знань та підготовки для того, щоб сповна насолодитися графічними романами. Саме тому зростає і увага науковців до проблематики коміксів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Комікс із різних ракурсів та за допомогою різних підходів досліджували такі науковці, як У. Айснер, Р. Барт, С. Маклауд, Ф.Брамлетт, Н. Кон та інші.

Метою статті є дослідження звуконаслідувань у текстах графічного роману “Gravity Falls: The Lost Legends”.

Досягнення мети передбачає виконання таких **завдань**: дати визначення поняттю «комікс»; охарактеризувати роль ономапоєї у коміксах; проаналізувати вибрані звуконаслідування.

Виклад основного матеріалу. Проблемою жанру «комікс» є те, що не існує вичерпного його тлумачення. Базовим вважається визначення дослідника-коміксиста Уіла Айснера, який стверджував, що комікс (або послідовне мистецтво) – це організовані у особливій формі зображення та текст, з метою вираження або розповіді [6]. Це твердження доповнив та поширив Скотт Макклауд у своїй праці «Розуміння коміксу». Він впевнений, що комікс – це «зображення, розміщені поруч у продуманій послідовності з ціллю передачі якогось повідомлення, і/або для отримання естетичного задоволення». Він також додав, що комікс нагадує кінематограф: якщо фільм сповільнити та розібрати на кадри, то це дуже нагадує панелі графічного роману [9]. Також варто зазначити, що комікс – це різновид креолізованого тексту. У них текст (вербальна складова) та зображення (невербальна складова) виступають одним цілим та не можуть існувати окремо один від одного. Дослідниця Анісімова класифікувала такі тексти та зазначила, що комікс – це творіння із повною креолізацією [1]. Це твердження можна легко проілюструвати прикладом із будь-якого коміксу на будь-якій розгорнутій сторінці: читачу не потрібно уявляти зовнішність головного героя та шукати описи у тексті, або ж місце, у якому він перебуває – за нього цю роботу зробили автор та художник. Щодо структури коміксу, то вона є досить простою: зображення, або панелі, розташовано у логічній послідовності; вони можуть бути різної форми, різного розміру, проте читач завжди інтуїтивно знаходить правильну послідовність, бо сторінку легко повністю охопити поглядом та декодувати. Текст знаходиться у так званій «текстовій бульці», їхній розмір теж варіюється, точно як колір та шрифти; часто текстова булька відтворює настрій або переживання героя [11].

При розгляді фонетичного рівня хочеться зазначити, що він не є ключовою складовою будь-якого тексту, не тільки креолізованого, проте саме він є найголовнішою ланкою у ключі емотивного навантаження тексту. В англійській мові термін «ономатопея» включає в себе всі звуконаслідувальні лексично одиниці, не розділяючи їх на окремі групи. Проте деяким науковцям, вдалося розділити їх на два класи: так званий перший та другий. До першого типу відноситься «первинна ономатопея» – звуки, що імітують фізіологію людини (покашлювання, хрипіння тощо). Другий вид це так звана «вторинна ономатопея» – звуконаслідування навколишнього світу (звуки тварин, ті, які створюються впливом людини, наприклад, звук удару або стук в двері) [12]. Сама ж лексика є частиною зображень, і цей

факт яскраво демонструє нерозривний зв'язок вербального та невербального складників. Форма слова, його колір, шрифт, положення варіюються та тим самим допомагають читачу уявити наскільки голосним був звук, а завдяки графічним панелям – його походження та приналежність до чогось або до певних подій.

Досліджуваний нами роман є надзвичайно багатим на даний вид лексики. Більшу частину вибраних ономатопей становлять вторинні (65%), проте і первинні мають немалу частку (35%).

Було помічено, одне і те ж звуконаслідування може мати різні значення, і для правильного розуміння, знову ж таки, візуальний контекст відіграє ключову роль. Щоб проілюструвати цей факт, було відібрано декілька надзвичайно цікавих прикладів. Для прикладу наводимо рисунки 1 та 2.



Рисунок 1



Рисунок 2

Контекст – абсолютно різний, як і походження звуку. У першому випадку це звук вибуху, а в другому – звук важких кроків велетенського персонажа. У такому випадку доречним буде проконсультуватися із словником щодо значення цієї лексеми: **boom** – *a deep and loud hollow sound* [3]; **boom** – *a loud, deep, resonant sound* [10]; **boom** – *a booming sound or cry –often used interjectionally to indicate suddenness* [5]. Можна прослідкувати, що ці дефініції об'єднує те, що цей звук повинен бути голосним та глибоким. Найповнішою, на наш погляд, є дефініція із словника Merriam-Webster. У кожному із випадків звук був неочікуваним, навіть на деяких панелях можна спостерігати шок на обличчях персонажів. Крім того, у кожному випадку літери мають абсолютно інше розташування, мають іншу форму та колір.

Також важливо зацентувати увагу на такому важливому параметрі, як довжина звуку та графічне подовження літер у словах. Позаяк ономаіопея є «саундтреком коміксу», то логічно припустити, що лексема, як і звук матиме свою довжину і тривалість [8]. У тексті ж цю роль відіграє подовження. Рисунок 3 та 4 демонструють два випадки вживання однієї і тієї ж одиниці.



Рисунок 3



Рисунок 4

Робиться акцент на процесі відчинення дверей: у першому випадку двері було відчинено у звичайну кімнату зі звуком, який відображено буквосполученням *CREAAAK*, із чотирма голосними літерами, в другому – у незвичайну, магічну, якій акомпанує звуконаслідування, яке містить у собі вже шість голосних літер: *CREEEAAAK*. Сама ономаіопея-оказіоналізм має теж різні розміри, колір та підсвічування, що свідчить про важливість події. З наведених прикладів випливає, що вербальна та невербальна частини нерозривно пов'язані, доповнюють та посилюють одна одну.

Як бачимо, ономаіопея є невід'ємною частиною як вербальної, так і невербальної складової тексту коміксів. Звуконаслідування роблять читання коміксу цікавішим, надають тексту експресивного забарвлення, додають звукових ефектів; такі одиниці є короткими, зрозумілими, яскравими та стають чудовим доповненням до власне тексту та зображень.

Висновки. Проаналізувавши вибрані звуконаслідування, ми дійшли до беззаперечного висновку, що вербальна та невербальна складові коміксу тісно взаємопов'язані та не можуть існувати окремо одна від одної. Це тому, що комікс визначається як повністю

креолізований текст, у якому вербальна та невербальна складові залежать одна від одної, ба більше вони посилюють та доповнюють одна одну. Було помічено, що зображення відіграє ключову роль у сприйнятті самої лексеми, позаяк остання є невід'ємною частиною невербальної складової.

Література:

1. Анісімова О. Є. Лінгвістика тексту і матеріали міжкультурної комунікації (на матеріалі креолізованих текстів): Навч. посіб. : видавничий центр «Академія», 2003. 128 с.
2. Bramlett, F. Comics & linguistics. In Frank Bramlett, Roy T. Cook, & Aaron Meskin (eds). New York: Routledge. 2016.
3. Cambridge Dictionary. Cambridge University Press. 2022. URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата звернення: 06.02.2022)
4. Cohn, N. The Visual Language of Comics: Introduction to the Structure and Cognition of Sequential Images. Bloomsbury Advances in Semiotics. New York: Bloomsbury, 2013.
5. Dictionary by Merriam-Webster. URL: <https://www.merriam-webster.com/> . (дата звернення: 15.03.2022)
6. Eisner, W. Theory of Comics and Sequential Art. Tamarac, Florida: Poorhouse Press, 1985. 164 p.
7. Hirsch, A. Gravity Falls: The Lost Legends. Disney Press, 2018. 148 p.
8. Khordoc, C. The comic book's soundtrack: Visual sound effects in Asterix. In R. Varnum and C.T. Gibbons (Eds.), The Language of Comics: Word and Image. Jackson, MS: University of Mississippi Press. 2007, pp.156-173.
9. McCloud, S. Understanding Comics. New York: Harper Paperback, 1993. 216 p.
10. Oxford Learner's Dictionaries. URL: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> (дата звернення: 06.02.2022)
11. Piekos N. Comic Book Grammar & Tradition. URL: <https://blambot.com/pages/comic-book-grammar-tradition> (дата доступу: 26.04.2022)
12. Silaeva, O. Onomatopoeia: Science And Practice, 2008.

УДК 81'4

Колісник Світлана Октаївна,
Національний університет « Острозька академія»

КАТЕГОРІЯ ЕМОТИВНОСТІ У ЛІНГВІСТИЦІ

У статті розглядається категорія емотивності у теоретичному аспекті, вивчається зв'язок емоцій з мовленням, досліджується емотивна лексика та її класифікація на основі попередніх праць, з'ясовується і розмежовується значення таких схожих термінів як «емотивність», «емоційність» та «експресивність».

Ключові слова: емотивність, емотивна лексика, емоційність, емоції, експресивність, мовлення.

The article considers the category of emotionality in the theoretical aspect, studies the relationship of emotions with speech, examines emotional vocabulary and its classification based on previous works, clarifies and distinguishes the meaning of such similar terms as «emotionality», «emotionality» and «expressiveness».

Key words: emotiveness, emotive language, emotionality, emotions, expressiveness, speech.

Актуальність дослідження та постановка проблеми. Категорія емотивності є важливою у будь-якій мовній системі, адже людське існування повністю базується на емоційних переживаннях. Емоції наявні у всіх сферах нашого життя, зокрема в мові і мовленні. Внутрішній стан можна передати як невербально (тобто фізично: міміка, жести, поведінка, тремтіння, дихання, сльози, сміх, рухи), так і вербально. Причому, вербальне вираження емоцій вважається більш прямим, швидшим і надійнішим способом. Саме тому емоційна складова людського життя привернула увагу не лише психологів, а й лінгвістів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вираження емоцій на мовленнєвому досліджували різні вітчизняні і зарубіжні вчені. Вони розробили різні підходи щодо цієї проблеми. Найвідомішими з них є інтегративна концепція (Л.Г. Бабенко), функціональна концеп-

ція лексичної емотивності (В.І. Шаховський) та понятійний підхід до вивчення емотивної лексики (А. Вежбицька) [7, с. 27]. В. І. Жельвіс розглядав емотивність як психолінгвістичну інтерпретацію мовного впливу. Jessica Rett, яка у своїй роботі вивчає емотивні маркери у семантичному аспекті (2019 рік), Maia Ponsonnet, що займається вивченням мовного кодування емоцій (2014 рік) [4].

Метою нашої статті є дослідити категорію емотивності у лінгвістиці і з'ясувати зв'язок емоцій з мовленням.

Завдання: Проаналізувати категорію емотивності у лінгвістиці.

Виклад основного матеріалу. У мові існує безліч засобів для вираження емоцій. Людська мова – це унікальний засіб, який здатний не просто передавати інформацію, а й відображати внутрішній стан людини, тобто емоції. Втілення емоцій людини усно або писемно, за допомогою спеціальних звукових і графічних знаків, дістало назву емотивність. Емотивна лексика виконує певні функції у мовленні. Мабуть, одна з найважливіших – це можливість мовця виразити свої внутрішні почуття. Наступна, не менш важлива функція, це вплив на адресата. Часто вираження емоцій має конкретну мету: вплинути на когось і викликати в нього відповідні почуття. Емотивна лексика також може застосовуватися для того, щоб виразити суб'єктивну думку або ставлення, тобто оцінку. Тож, ще одна функція емотивної лексики – це оцінка явищ і фактів зовнішнього світу [8, с. 27].

Емотивність може бути втілена на всіх мовленнєвих рівнях: фонологічному, морфологічному, лексичному і синтаксичному. Кожен з цих рівнів містить велику кількість мовних засобів для чіткого вербального відображення емоцій. вербально виразити емоції можна використовувати звук, слово, словосполучення і навіть речення. Наприклад, виразити емоцію радості можна наступним чином: Hooray! – Ура! Це є вигук, а не повнозначне слово, і коли ми чуємо або бачимо цей звук в тексті, то одразу розуміємо, що йдеться про емоцію радості. На морфологічному рівні емотивність втілюється за допомогою префіксів, суфіксів, закінчень, тощо. Вони служать для підсилення емоційності, виразності, оцінки. Прикладом цього можуть бути ступені порівняння прикметників: happy (щасливий)- happier (щасливіший)- the happiest (найщасливіший) [6, с. 41]. Слово “glad” – радий або “joy” – радість також використовуються для того, щоб виразити емоцію радості, але вже на лексичному рівні. В цьому випадку маємо повнозначні слова.

Емоцію радості можна передати навіть цілим словосполученням, реченням на синтаксичному рівні: “He smiled widely after winning

the medal.” – Він широко посміхнувся після того як виграв медаль. Тут варто додати, що для передачі почуттів можна словами описувати фізичний стан когось, коли той відчуває певну емоцію. Іншими словами, вербально описати невербальні прояви емоцій. Наприклад, у попередньому реченні не було використано слова радий, радість, але описана міміка – “he smiled widely”. Це і дає змогу зрозуміти, що йдеться про емоцію радості, а не про будь-яку іншу.

Категорія емотивності також може бути відтворена за допомогою пунктуаційних знаків: знак оклику, знак питання, три крапки, тощо. Розділові знаки дають можливість ще точніше передати емоції, підкреслити інтонаційне і стилістичне забарвлення. Разом з тим, ненормативна лексика (сленг, жаргон, вульгаризми, лайливі слова) є найвиразнішим способом передати емоції. Така лексика активно застосовується у розмовному мовленні, а також у художньому стилі.

Крім того, під час вивчення категорії емотивності у мовленні важливо звернути увагу на граматичний аспект. Емотивна лексика може бути виражена різними частинами мови: іменником (happiness – щастя), прикметником (happy – щасливий), дієсловом (adore – обожнювати), прислівником (fortunately/unfortunately – на щастя/на жаль), вигуком (Ouch! – Ой!). Важливо зазначити, що вигуки займають особливе місце, коли йдеться про вираження емоцій у мовленні. Їхня основна функція – це і є виразити певні емоції, але не називаючи їх, і цим самим привернути увагу адресата [1].

Водночас, емотивна лексика пов’язана зі стилістичними засобами. Йдеться про використання риторичних фігур для підсилення емоційності і виразності мовлення. Проілюструємо це на прикладах. Стилiстична iнверсія, тобто зміна порядку слів у реченні, дає змогу підсилити або послабити емоційне навантаження певних слів у мовленні. Порівняння перетворює стилістично нейтральні слова на емоційно забарвлені. Повтор слова або фрази не містить в собі інформацію про щось, але передає додаткову емоційність і експресивність. Риторичне звертання експресивно підкреслює емоційність конкретного елемента у мовленні і привертає увагу адресата [4, с. 113-114].

Змістовна характеристика категорії емотивності неможлива без вивчення праць попередніх дослідників цього мовного феномену. Вони намагалися поділити емотивну лексику за певними критеріями і розробили різні концепції щодо цієї проблеми. Наприклад, В. І. Шаховський поділив емотивну лексику наступним чином: лексика, що безпосередньо називає емоції; лексика, що описує емоції; лексика, що виражає емоції [7, с. 28]. До лексики, що виражає емоції

належать вигуки, які чітко відображають людські емоційні реакції людини. Вони слугують засобом виразності у мовленні. Водночас, А. Вежбицька зробила таку класифікацію емоцій у мовленні:

1. Пов'язані з чимось негативним (sadness-сум).
2. Пов'язані з чимось позитивним (joy-радість).
3. Пов'язані з негативною реакцією на погані вчинки (anger-злість).
4. Пов'язані з самороздумами (guilt-провина).
5. Пов'язані зі ставленням до інших (love- любов)[7, с. 29].

В. М. Телія підкреслила, що емоції у мовленні можуть бути представлені двома способами: називання або опис певних емоцій як факту людської психіки і вираження емоцій експресивно. Лексика, що називає або описує емоції лише відображає думку мовця про якесь почуття (наприклад, слово “smile”- посмішка описує емоцію радості, у житті ми зазвичай посміхаємося, коли відчуваємо себе радісно). Тоді як лексика, що виражає емоції ще й передає внутрішні почуття адресанта в процесі мовлення[7, с. 31].

Основна проблема категорії емотивності у лінгвістиці пов'язана з синонімічним уживанням термінів «емотивність» та «емоційність». Доцільно зауважити, що людські емоції можуть виражатися як вербально так і невербально (зміни у диханні, пульсі, сміх, сльози, жести). Невербальні засоби передачі емоцій у житті ніяк не можна назвати емотивними, а лише емоційними. У процесі мовлення емоційність як психологічна категорія трансформується в таку мовну категорію як емотивність. Так, Я. В. Гнезділова вважає, що емоційність є «особливою формою відображення стану людини у вигляді психо-фізіологічної або поведінкової реакції»; а емотивність як «вираження такого стану людини мовними засобами» [2, с. 25]. В. Маслова також пов'язує емоційність з психологією і характеризує це поняття як стан емоційного розвитку людини. Емотивність, на її думку, є «лінгвістичною характеристикою слова, яка здатна здійснити емоціогенний ефект»[5, с. 14]. В. І. Шаховський розглядає емотивність як здатність мови виражати емоції як психічне явище своїми засобами. Також, «емотивність» часто ототожнюють з «експресивністю». Однак, експресія – це сила вираження, вияву яких-небудь почуттів. Вираження емоцій не відбувається без експресії, тому усі слова для передачі емоцій можна назвати експресивними. Саме через нерозривний зв'язок експресії з емоціями виник такий термін як емоційно(емотивно)-експресивна лексика. Цей термін є більш

точним, коли говоримо про мовні засоби, які допомагають відобразити живі емоції у мові та мовленні [3, с. 101]

Висновки. Отже, емотивність є досить складним явищем, що відображає емоційну сферу людини, без якої наше існування неможливо уявити. Можна простежити, що потреба людини висловлювати свої емоції викликала появу специфічного набору мовних засобів і прийомів, тобто емотивної лексики, на всіх мовленнєвих рівнях. Існують різні підходи щодо тлумачення поняття «емотивність» і щодо класифікації емотивної лексики. Однак, чітко зрозуміло, що основна функція емотивної лексики – це передавати емоції мовця.

Перспектива подальшого наукового дослідження порушеної теми полягає у глибшому дослідженні емотивності у лінгвістиці і здійсненні точнішої класифікації емотивної лексики.

Література:

1. Буренко Т. М. Функціонування вигуків у сучасному американському графічному дискурсі // Львівський філологічний часопис. 2020. № 8. С. 26–33.
2. Вовк О. В. Емотивність та емоційність в ракурсі іконічності (на матеріалі англомовного роману жахів Р. Блоха «Phucho») // Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. 2016. № 6. С. 24–29.
3. Глушак Н. Особливості відтворення емотивності в романі «Тасмний сад» Ф. Г. Бернет // Актуальні питання гуманітарних наук, м. Ужгород. 2014. № 10. С. 100–104.
4. Гоца Н. Синтаксичні структури вираження емотивності у романах Тоні Моррісон // Актуальні питання гуманітарних наук. 2020. Т. 1, вип. 29. С. 110-115.
5. Кемінь У. Емоція, емоційність та емотивність: до проблеми розмежування термінопонять // АПСНІМ. 2020. №1. С. 12–16.
6. Крилова Т. В. Національно-культурна специфіка актуалізації категорії емотивності в перекладі романів М. Етвуд «Оповідь служниці» та «Заповіти» // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. 2020. № 4. С. 40–44.
7. Мельничук Н. О. Ад'єктивні емосемізми в англійськомовній картині світу: семантичний і словотвірний аспекти : дис. канд. філ. наук : 10.02.04. Чернівці, 2015. 227 с.
8. Ситник К. О. Лексичні засоби емотивності в романі Дари Корній «Щоденник мавки» [Електронний ресурс] // Кваліфікаційні магістерські роботи. 2020. Режим доступу до ресурсу: <https://jarch.donnu.edu.ua/article/view/9583>.

УДК 81'42:327.8

Кондрачук Єлизавета Геннадіївна,
Національний університет «Острозька академія»

ЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВ УІНСТОНА ЧЕРЧІЛЛЯ

У статті розглянуто основні засади політичного дискурсу, проведено його аналіз як складного комунікативного явища, що є складовою соціокультурної взаємодії. Розглянуто промови політичного діяча ХХ століття Уінстона Черчілля, як одного з найвпливовіших ораторів.

Ключові слова: дискурс, політичний дискурс, промова, політик.

The article considers the basic principles of political discourse, analyzes it as a complex communicative phenomenon that is a component of socio-cultural interaction. The speeches of the twentieth century politician Winston Churchill as one of the most influential speakers are considered.

Key words: discourse, political discourse, speech, politician.

Актуальність дослідження та постановка проблеми. Перша світова війна спровокувала стрімкий розвиток геополітичних процесів, результатом яких стало не лише отримання незалежності рядом країн та утворення нових політичних союзів, але й поява нових гравців на міжнародній політичній арені. Це сформувало передумови для проведення досліджень особливостей політичного дискурсу. Паралельно із розвитком вивчення політичного дискурсу розвивалася політична кар'єра відомого в усьому світі прем'єр міністра Великої Британії Уінстона Черчілля, промови якого дали потужну базу для аналізу мовних характеристик англосмовної політичної промови взагалі. Промови Уінстона Черчілля потребують детальнішого аналізу, оскільки його доробки стали взірцем для наступних світових і британських політиків.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивченню лінгвостилістичних особливостей англомовних політичних промов присвячено значну кількість робіт сучасних мовознавців. Зокрема, питання характеристик політичних промов були висвітлені у роботах О. М. Алексієвець, Л. В. Постнікової, О. А. Філатової, В. І. Юшкевича. Лексичний склад політичних промов розглядали у своїх працях О. Т. Юданова, Т. Г. Попова.

Метою статті є встановлення лінгвістичних особливостей політичних промов прем'єр міністра Великої Британії У. Черчілля на фонетичному, лексичному і синтаксичному рівнях мови та визначення їхньої ролі у формуванні суспільної думки.

Виклад основного матеріалу. Поняття «дискурс» вживалося ще понад дві тисячі років тому та використовувався у значенні діалогу або міркування. Вже у XX столітті, а саме у 50-их роках, «дискурс» отримав свій лінгвістичний термін після публікації американського лінгвіста З. Харріса «Аналіз дискурсу», який назвав так метод аналізу зв'язного мовлення, призначений для виведення дескриптивної лінгвістики за межі одного речення в даний момент часу і для співвіднесення мови та культури [3, с. 83-90]. Лінгвістичний енциклопедичний словник визначає дискурс – зв'язним текстом у сукупності з екстралінгвістичними – прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами; текст, розглянутий в контексті подій; мовлення, розглянутий як цілеспрямований, соціальний акт, як компонент, що приймає участь у взаємодії людей і механізмах їх свідомості (когнітивних процесів)» [2, с. 136].

Існують різні підходи до визначення публічного дискурсу. В цілому його розуміють як дискурс, орієнтований на масового адресата. Параметрами публічного дискурсу вважаються: масова адресація; адресант – індивідуальний промовець з певним соціальним статусом, що дає «право на промову»; соціально-значима тематична спрямованість; інтелектуалізована, але зрозуміла широкій аудиторії промова [7, с. 117].

Публічний дискурс можна розглядати як такий, що перетинається з політичним дискурсом. Останній розуміють, в широкому значенні, як використання мови в соціально-політичній сфері, тобто це слово про політику, система суджень, наповнених політичним змістом, у вузькому значенні – це лише дискурс політиків, його складають урядові обговорення, парламентські дебати, партійні програми, передвиборчі дебати, публічні виступи та заяви політиків [4, с. 118]

При вивченні політичної промови, як особливого типу тексту, необхідно звернути увагу на британського політичного діяча У. Черчілля, чий промови є об'єктом дослідження у статті.

Уінстон Черчілль був відомим та впливовим прем'єр-міністром Великобританії впродовж другої світової війни. У той же час, він мав репутацію одного з найкращих ораторів ХХ століття. Блискуче володіння англійською мовою (Черчілль отримав Нобелівську премію у галузі літератури) та вміле використання мовленнєвих зворотів швидко привертало увагу слухачів та слугувало досягненню головної мети усіх воєнних та політичних промов Черчілля: підтримання надії та сподівань нації на те, що Британія одержить перемогу [6, с. 64].

Прем'єр-міністр Великої Британії Уінстон Черчілль є одним з найвпливовіших політичних діячів часів Другої світової війни, своїми політичними промовами він вплинув на настрої та дії не лише громадян Великої Британії, союзників, але й ворогів. Під політичною промовою ми розуміємо усний текст, який проголошується прем'єр-міністром перед окремою аудиторією, за певних обставин, ставить назрілі завдання у тій чи іншій сфері громадського життя, дає рекомендації щодо здійснення поставлених завдань. Цей тип виступу, створюється з метою переконання, призначається для конкретного типу аудиторії. У політичній промові не тільки висвітлюються дії партій та уряду, але і справляється свідомий вплив на адресата.

Відомо, що мовознавці характеризують політичну промову порізному, залежно від обраного підходу до визначення самого поняття. Розглядаючи політичну промову як жанр інституціонального політичного дискурсу та враховуючи думку Л. В. Постнікової про те, що політична комунікація є особливим комунікативним процесом, який має національний, вольовий та духовний характер, необхідно здійснити розгляд вербальних (лексичний і синтаксичний рівні мови) та невербальних (просодика) засобів актуалізації політичної комунікації [4, с. 25].

Оскільки метою політичної промови є спрямованість на маніпулювання суспільством та його скеровування у відповідному напрямку, в ній необхідно застосовувати спеціальну лексику та відповідні синтаксичні особливості, аби розширити свій вплив на більшу аудиторію.

Виступи У. Черчілля привертають увагу тому, що готуючи свої промови, він дотримувався всіх етапів риторичного конструюван-

ня тексту, а саме: знаходження, розташування, виразу, запам'ятовування, а також вимови [5, с. 547]. У своїх політичних промовах У. Черчілль характеризується застосуванням лексичних одиниць та метафоричних образів. Таким чином, у промовах Черчілля «*House of Many Mansions*», «*Blood, Toil, Tears and Sweat*», «*Their finest hour*» засвідчується наявність значної кількості політичної та військової лексики [9, 10, 11].

Лексика

Перебування У. Черчілля на посаді прем'єр-міністра Великої Британії припало на період Другої світової війни, що спонукало до використання лексики військової тематики, наприклад: *British and French convoys, minesweeping, U-boats, Air Force, troops, rifle, artillery, Navy, Admiralty, air reconnaissance, seaborne soldier, etc.* Політичну лексику промов складають, переважно, ті одиниці, які позначають посади та органи влади: *His Majesty's Commission, the Opposition Liberals, Ministers, Mr Speaker, high executive office, Parliament, three party Leaders, the House*. У його виступах зустрічається також економічна лексика, вживана в контексті воєнних часів: *commerce, financial resources, business of munitions production, masses of supplies* [9, 10, 11].

Окрім цього, через свою чітку позицію в політичному світі, Черчілль часто вживав ідеологеми, тобто слова, які у своєму значенні мають ідеологічний компонент. Такі лексеми відразу окреслювали ставлення політика до тієї чи іншої ідеологічної течії чи політики, наприклад:

Everyone can see how Communism rots the soul of a nation – цією цитатою Черчілль показує, що комуністична ідеологія є ніби антилюдською, такою, що отрує життя нації [11].

All Scandinavia dwells brooding under Nazi and Bolshevik threats – цим висловом У. Черчілль вказує на певний ступінь спорідненості більшовизму та нацизму. Так, мета обох ідеологій – розбудова ідеального суспільства шляхом викорінення джерела зла. Для більшовиків злом були приватна власність і власники. Однак, оскільки зло не зникає після ліквідації власників як класу, носіями зла стають усі люди, «розбещені духом капіталізму». У другому випадку носіями зла є так звані «нижчі раси» [1, с. 136; 11].

Досліджуючи вплив на свідомість людини в політичному дискурсі, О. Т. Юданова виокремила низку вербальних засобів з визначенням їх функцій [5, с. 548]. Так, для підкреслення значимості спільних зусиль та єдності у важкі часи британський прем'єр-міністр говорить про себе, про парламент та народ як про єдине ціле, що проявляється

у використанні ним займенників першої особи множини *we*: «...*that we are in action...*» [10].

Для позиціонування своєї особи як політичного лідера він уживає займенник першої особи однини *I*:

«*But I take up my task with buoyancy and hope*» [10].

Таким чином, він відділяє «своїх» від «чужих» і зазвичай під займенником третьої особи множини *they* він має на увазі ворогів:

«...*whereas now they have only two heavy ships worth speaking of...*» [10].

Уїнстон Черчілль використовував градацію в інтенсивності модальних дієслів, використовуючи спочатку слабкий *ought to*, а потім *must*, що дозволяло підвищувати емоційність промови та підкреслювати критичність ситуації.

«*There ought to be no difficulty in this, owing to our great superiority at sea / ...that untiring vigilance and untiring searching of the mind is being, and must be, devoted to the subject*» [11].

Хоч оратор не приховував жаху війни та жорстокості ворожих дій, він все ж таки пропагував надію, віру та подекуди впевненість у перемозі. Цю ідею У. Черчілль втілював у таких лексичних одиницях, як *to hope, to trust, to feel sure, to have no doubt, to feel oneself more confident, to have no reason to doubt, to expect, undoubtedly, to look forward confidently to, to believe* [11].

Черчілль використовує різні прийоми у своїй промові, щоб звернутися до логіки та емоцій своєї аудиторії. У цьому останньому розділі він дає останній заклик до дії, який випромінює мужність і силу.

Кінець промови, мабуть, найважливіший, особливо коли мета полягає в тому, щоб запросити аудиторію до дії. Черчілль закінчив свою промову надихаючою цитатою, яка дає голос у майбутнє. Це чудовий спосіб зарядити енергією та надихнути аудиторію.

Незважаючи на те, що проаналізовані лексичні особливості політичних промов Уїнстона Черчілля окреслюють його індивідуальний стиль, його промовама також притаманні політичні штампи, кліше та необразні стійкі фрази: *to take the necessary steps, on account of, unity of nation, judged by, the question is, etc.* [9, 10, 11]

Синтаксичний рівень

На синтаксичному рівні промови Черчілля характеризуються складними розгорнутими реченнями, серед яких слід відзначити використання складнопідрядних означальних та додаткових речень, що підкреслюють його схильність до розгорнутого опису ситуації або об'єкта:

«I hope that any of my friends and colleagues, or former colleagues, who are affected by the political reconstruction, will make all allowance for any lack of ceremony with which it has been necessary to act» [10]. Черчілль посилається на невідкладність війни, щоб виправдати зміни в парламентській процедурі. Він знає, що люди будуть стурбовані різкими змінами. Він запевняє, що віддасть усе, щоб виграти цю справу.

Фонетичні аспекти

У своїх промовах У. Черчілль спочатку попереджає аудиторію, акцентуючи увагу на слові *nothing*, а лише тоді вдається до тлумачення ситуації, виокремлюючи кожен окремий елемент переліку паузою та висхідним тоном. Ще однією особливістю мелодичного оформлення мовлення політика є те, що він звертає увагу слухачів до конкретного слова або словосполучення, вживаючи спадно-висхідний тон. Зазвичай цей тон актуалізується на словах, що несуть в собі певну негативну або позитивну конотацію або у межах вставних конструкцій: *«...we see \remarkable signs ...»*; *«...and when \victorious nations...»*; *«...and, \above all, the Norwegians...»* [11].

Висновки. Уїнстон Черчілль – політик, що має неперевершений ораторський дар. Він говорив необачно, красномовно, там, де треба, був грубий, вмів зважувати та підбирав слова. Багато чого із сказаного ним досі цитується, а окремі його фрази стали афоризмами.

Лінгвістичні особливості промов Уїнстона Черчілля з точки зору синтаксису полягає в тому, що його висловлювання мають конкретний змістовний характер. Основною функцією переважної більшості синтаксичних стилістичних засобів є встановлення конкретної одиниці висловлювання першому плані з її специфічного розташування у висловлюванні.

Черчіллю завжди було що сказати, і намагався говорити він максимально відкрито і прямо, а стилістичні засоби використовувалися ним як додаткові прийоми посилення думки. Однак його мова не рясніє стилістичними прийомами, вони використовуються лише у певних місцях, де потрібно було особливо посилити виразність висловлювання. Саме тому, розглянуті у статті, виступи Уїнстона Черчілля мали особливий успіх. Вони, розкриваючи весь талант оратора, якнайкраще передають нам особливості застосовуваних Черчіллем синтаксичних структур.

Література:

1. Ален Безансон Лихо століття. Про комунізм, нацизм та унікальність голокосту / Ален Безансон // Київ, Пульсари, 2007. С. 136.
2. В. Н. Ярцева Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. Москва: Сов. Энциклопедия, 1990.
3. Макаров М.Л. Основы теории дискурса // М.: Гнозис. 2003.
4. Постникова Л.В. Лингвокультурные просодические модели институциональной и медийной коммуникации на английском языке / Л.В. Постникова // Вестник Московского государственного лингвистического университета // ФГБОУ ВПО МГЛУ. 2011. № 607.
5. Юданова Е.Т. Лингвистические особенности суггестивного политического дискурса // Перспективные направления современной лингвистики // СПб. 2003.
6. Черчилль. Біографія / М. Гілберт ; [пер. з англ. Я. Войтко, Р. Ладохіна]. Київ: КМ-БУКС, 2019. С. 888-889.
7. Юшкевич В.І. Публічний і політичний дискурс: точки дотику та відмінності // «Перспективи розвитку філологічних наук». 2018. С. 91-93.
8. Osborn M. Archetypal metaphor in rhetoric: The light/Dark family / Michael Osborn Quarterly Journal of Speech // London: Routledge. 1967. № 53. P. 115-126.
9. Winston Churchill «Blood, Toil, Tears and Sweat» [Електронний ресурс]. URL: <http://www.winstonchurchill.org/resources/speeches/1940-the-finest-hour/blood-toil-tears-and-sweat>
10. Winston Churchill «Their Finest Hour» [Електронний ресурс]. URL: <https://www.winstonchurchill.org/resources/speeches/1940-the-finest-hour/122-their-finest-hour>
11. Sir Winston Churchill «House of Many Mansions' speech» 20 January 1940 [Електронний ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=o1vdssG9QVo>

УДК 811.111'25

*Левкова Іванна Русланівна,
Національний університет Острозька академія*

ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ (ЗА РОМАНОМ В. РОТ «DIVERGENT», 2011)

У статті розглядаються особливості перекладу фразеологізмів у романі Вероніки Рот «Дивергент», з'ясовуються способи передачі фразеологізмів українською мовою, визначається найбільш поширений метод перекладу фразеологічних одиниць та на прикладі перекладу роману «Дивергент» Н. Вишневської аналізується, який із способів є найбільш точним та адекватним.

***Ключові слова:** фразеологічна одиниця, описовий переклад, калькування, фразеологічні зміни, фразеологічні зрощення.*

The article considers the peculiarities of phraseology translation in Veronica Roth's novel «Divergent», clarifies the methods of transmission of phraseology in Ukrainian, determines the most common method of translation of phraseological units and uses the example of N. Vyshnevskaya's translation of the novel «Divergent» to analyze which method is the most accurate and adequate.

***Key words:** phraseological unit, descriptive translation, tracing, phraseological changes, phraseological merging.*

Актуальність дослідження та постановка проблеми. Читання іноземних книг завжди було невід'ємною частиною життя кожної людини. Це захоплення прогресувало з появою книг у вільному доступі на онлайн-платформах. Тисячі екземплярів відомих бестселерів, як паперових так і електронних, щодня продаються в цілому світі, саме тому питання адекватного перекладу постає гостріше. У зв'язку з цим неточна передача лише одного чи двох слів може змінити уявлення читача про героя. Ця проблема стосується усіх літературних творів, включно із романом «Дивергент». Авторка, Ве-

роніка Рот, використала багато фразеологічних виразів для точного опису характеру персонажів, їх відносин між собою та їх внутрішніх страхів та переживань. Невдалий переклад може не дати жодної інформації про ситуацію, оскільки не кожен перекладач звертає увагу на вікові, соціальні та інтелектуальні відмінності серед реципієнтів. Часто трапляється, що перекладений фразеологізм може бути зрозумілим лише для певної частини аудиторії, а для іншої лишитися тільки набором слів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблема перекладу фразеологічних одиниць не нова, над нею працювали вітчизняні мовознавці В.І Чубай (семантично-стилістичні особливості перекладу фразеологічних одиниць економічного дискурсу ділової англійської мови), І. Гаврилова (особливості перекладу фразеологізмів та ідіом), Ю. Шепель (специфіка перекладу фразеологізмів з ознакою кольору в художніх текстах). Цією проблемою також займалися зарубіжні науковці П. Грайс (фразеологія та лінгвістична теорія), Дж. Хаус (мультидисциплінарний підхід до перекладу). Окрім того, варто відзначити перекладачку роману Вероніки Рот «Дивергент» українською мовою, Н. Вишневську. Проте проблема перекладу фразеологізмів не є дослідженою до кінця, адже переклад залежить не лише від особливостей культури мови оригіналу, але й від менталітету мови перекладу та від аудиторії яка сприймає цей переклад. Оскільки з плином часу, технічним розвитком та зі зміною політичної ситуації в світі реципієнти тексту змінюють свої погляди та інтереси, переклад фразеологічних одиниць також має модернізуватися, аби бути зрозумілим та доступним читачам.

Метою статті є дослідження перекладу українською мовою фразеологічних одиниць з роману Вероніки Рот «Дивергент».

Постановка завдання. В ході дослідження необхідно опрацювати роман «Дивергент» та визначити типи фразеологізмів, використаних авторкою; проаналізувати лексичні особливості перекладу фразеологічних одиниць у романі, провести аналіз доцільності та адекватності фразеологічних одиниць в українському перекладі.

Виклад основного матеріалу. Фразеологічний склад кожної мови – це фрагмент концептуальної картини світу, у якій представлені риси національного менталітету, характер соціального, політичного, історичного розвитку народу [2]. Оскільки менталітет та погляд на світ кожного народу є унікальним та неповторним, то і прислів'я та приказки також відрізняються між собою. Фразеологія кожної мови робить значний внесок у формування національної картини

світу кожного етносу. Знання фразеологічних виразів конкретного народу допомагає краще збагнути його історію, а також характер та звички людей. Згідно з мовознавцем Юджином Найдою: «Культурні фактори глибоко переплітаються з мовою, і таким чином вони морфологічно та структурно відображені у формах мови» [7, с. 15-17].

Для книг у жанрі фентезі використання ідіом та авторських неологізмів є звичним явищем, оскільки без них картина світу персонажів, їх історія не була б передана настільки реалістично. Щоб перекласти фразеологічні структури із мови оригіналу два методи: фразеологічний та нефразеологічний [3, с. 47]. Перший передбачає пошук еквівалента (точного відповідника) чи аналогу (схожого по змісту) конкретного стійкого словосполучення в мові перекладу. Найкращим прийомом перекладу фразеології є використання відповідного фразеологізму в мові перекладу, оскільки це гарантує не лише передачу змісту, а й відтворення образності та експресивності виразу англійської мови. Кількість повних еквівалентів порівняно невелика, оскільки носії англійської та української мов мають різний світогляд та культуру (*make black white* – робити чорне білим; *an old dog will learn no new tricks* – старого пса новим фокусам не навчиш; *there is no smoke without fire* – немає диму без вогню) [3, с. 48].

У романі «Дивергент» авторка, Вероніка Рот, використала фразеологічні конструкції для передачі характеру героїв та особливостей їх спілкування, ситуацій, в яких опинялися персонажі книги та які внутрішні почуття вони переживали. У перекладі книги українською мовою було використано такі перекладацькі прийоми:

- відтворення фразеологічним способом: *the third wheel* – третє колесо; *twiddle (one's) thumbs* – сидіти й мухи бити; *make one's hair stand on end* – волосся на потилиці стає сторч; *pull the strings* - смикати за ниточки; *dead on one's feet* – валитися з ніг [10];

- метод фразеологічного калькування: *the bed of nails* –ліжко із цвяхами ; *lose her nerve* – не втратити залишки мужності; *burst into tears* – розридатися; *a pit of one's stomach* – глибина живота; *on one's guard* – бути напоготові; *tough as nails* – як цівочок; *burst into tears* – розридатися [10];

- описове відтворення фразеології оригіналу: *sick to (one's) stomach* – почало нудити; *hit the ground running* – вимагати на повну; *throw a wrench in the works* – новий поворот; *give (someone or something) a wide berth* – відскакувати [10].

В ході дослідження нами було встановлено, що певні фразеологічні одиниці, які перекладачка відтворила методами фразеологіч-

ного калькування та описового відтворення фразеології оригіналу також мають відповідні фразеологічні синоніми в українській мові. Серед них: *tough as nails* – міцний горішок/ нікому не по зубам; *on one's guard* – вухом землі приймати; *burst into tears* – виплакувати очі/реви насіли/ плаксивиця напала; *lose her nerve* – пускати руки/ занепадати духом/ опустити крила [4]. В певних епізодах вживання фразеологізмів може призвести до надмірного емоційного забарвлення тексту, проте воно зробить мовлення героїв більш живим та звичним для сприйняття українськими читачами.

Висновки. Під час дослідження роману «Дивергент» американської авторки Вероніки Рот було проаналізовану лексичні особливості перекладу фразеологізмів, досліджено доцільність та адекватність вживання фразеологічного калькування та описового перекладу в українському варіанті роману та запропоновано можливі варіанти перекладу англійських фразеологізмів.

Перекладачка роману «Дивергент», Н. Вишенська, для перекладу 28 англійських ідіоматичних конструкцій найчастіше використовувала прийом описового відтворення фразеології оригіналу (12 випадків). Другим найчастотнішим прийомом є відтворення фразеологічними способами (9 прикладів) та третім є метод фразеологічного калькування (7 ідіом). З цієї статистики стає зрозуміло, що більша частина англійських ідіом не може бути перекладена прийомом відтворення фразеологічними способами, оскільки в українській мові не існує точних фразеологічних відповідників. Окрім того, нами було досліджено, що в деяких випадках, коли перекладачка використала метод фразеологічного калькування та описового перекладу, було можливо використати й метод відтворення фразеологічним способом. Проте в більшості цих випадків українські відповідники не є загально вживаними на всій території України, а тому їх використання могло б створити проблеми зі сприйняттям для аудиторії. Цей факт підтверджує велику різницю в менталітеті та історії українського та американського народів, проте й доводить, що також існують і схожі риси (адже третина фразеологічних конструкцій збігається).

Перспектива подальшого наукового дослідження цієї теми пов'язуємо із дослідженням граматичних особливостей перекладу фразеологізмів у романі «Дивергент» українською мовою; дослідження перекладу авторських неологізмів, які вживаються для позначення особливостей життя головних героїв.

Література:

1. Гаврилова І. Особливості перекладу фразеологізмів та ідіом. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Т. 1, № 41. С. 124–130.
2. Здіховська Т.В. Фразеологія української прози першої половини ХХ століття (на матеріалі творів У. Самчука та Б. Лепкого): автореф. дис. на здобуття наук, ступеня філ. пед. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова». Луцьк, 2010. 23 с.
3. Нагорна М. Основні шляхи перекладу фразеологізмів українською мовою. *Наука. Освіта. Молодь*. 2016. С. 47–48.
4. Ужченко В. Д., Ужченко Д. В. Фразеологічний словник української мови. Київ: Освіта, 1998. 224 с.
5. Чубай В. І. Семантично-стилістичні особливості перекладу фразеологічних одиниць економічного дискурсу ділової англійської мови. *Науковий вісник ХДУ*. 2020. № 2. С. 149–156.
6. Шепель Ю. Специфіка перекладу фразеологізмів з ознакою кольору в художніх текстах. *Вісник Донбаського державного педагогічного університету. Філологічні науки*. 2013. Вип. 1. С. 56–64.
7. Gries S. T. 1. Phraseology and linguistic theory: A brief survey. *Phraseology*. Amsterdam, 2008. P. 3–25. URL: <https://doi.org/10.1075/z.139.06gri> (дата звернення: 18.02.2022).
8. House J. *Translation: A Multidisciplinary Approach*. Palgrave Macmillan, 2014. 276 p.
9. Pastor G. C., Colson J.-P. *Computational Phraseology*. Benjamins Publishing Company, John, 2020. 346 p.
10. Roth V. *Divergent (Divergent Trilogy)*. HarperCollinsChildren'sBooks, 2013. 490 p.

УДК 82-343.5

*Лихошерстова Юлія Олександрівна,
Національний університет «Острозька академія»*

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ НА ПРИКЛАДІ СЕРІАЛУ «ЛОКІ», (2021 р.)

Ця стаття включає в собі дослідження теми особливостей перекладу англомовних фразеологізмів, ідіом, приказок, прислів'їв та інших усталених виразів. Одним із найбільш ключових аспектів даної роботи є підбір та аналіз відповідної лексики на прикладі серіалу «Локі», (2021р.). Слід зазначити, що важливою частиною є характеристика та способи перекладу даних структур.

Ключові слова: *Локі, серіал, фразеологія, ідіома, приказка, прислів'я, усталені вирази, переклад.*

This article includes a study of the peculiarities of the translation of English phrases, idioms, proverbs, sayings and other well-established expressions. One of the most prominent aspects of this work is the selection and analysis of relevant vocabulary on the example of the series «Loki» (2021). It should be noted that an important part is the characteristics and methods of translation of these structures.

Keywords: *Loki, TV series, phraseology, idiom, proverbs, established expressions, translation.*

Актуальність дослідження та постановка проблеми характеризуються тим, що сьогодні світ дуже зацікавлений кінематографом, зокрема кінострічкам пов'язаних із коміксами. Серіал «Локі», (2021 р.) [2] здійняв величезну хвилю уваги до цього персонажа ще за появлення цього героя в Кіновсесвіті Марвел (КВМ) і, слід зазначити, що його особлива подача характеру, слів, історії та гри головних героїв так чи інакше висвітлює неабиякий словниковий запас, що включає в собі достатню кількість усталених виразів. Окрім

того, що глядачі зацікавлені персонажем, написання даної статті може підсилити увагу стосовно перекладу усталених виразів, що використані в серіалі, а також розвивати тему труднощів перекладу в художніх творах.

Аналіз та характеристика останніх досліджень і публікацій дало зрозуміти, що проблема широко досліджувалась і так чи інакше вимагає детальнішого опрацювання та в деякій мірі підбиття підсумків та вибору найкращих тверджень. Труднощі перекладу, в тому числі й без еквівалентної, або/та усталеної лексики, а також способи їх передачі іншими мовами досліджувались такими науковцями-філологами як: П. Сімпон; Ф. Палмер; Л. Булаховський; М. Тагієв; І. Корунець; С. Влахов; Р. Зорівчак; В. Лапочка; Л. Латішев; Л. Бархударов; Т. Левицька; В. Комісаров; О. Швейцер; В. Виноградов; Д. Зошій.

Метою даного дослідження є виокремлення способів перекладу англійських фразеологізмів на прикладі серіалу «Локи», (2021р.).

Для досягнення мети у роботі передбачається виконання таких **завдань**:

- 1) характеристика способів перекладу англійських фразеологізмів;
- 2) приклади перекладу англійських фразеологізмів серіалу «Локи», (2021 р.).

Аналітичний виклад основного матеріалу

Фразеологія вивчає значення фразеологічних одиниць (далі – ФО) і особливості функціонування, співвідношення фразеологічних одиниць і слів, фразеологічних одиниць і вільних словосполучень; типи ФО, парадигматичні, синтагматичні і дериваційні особливості ФО. Термін «фразеологія» вживається ще й для найменування сукупності фразеологічних засобів мови. Фразеологія відбиває особливості життя, побуту, традицій, культури нації. Фразеологічний фонд – неповторне явище мови. Навіть у близькоспоріднених мовах фразеологізми часто відрізняються [3].

Ідіоми – це усталені вирази, слова в яких не можна перекласти окремо, оскільки тоді початкове значення виразу не зрозуміти [1].

Серед способів перекладу ідіом можна виокремити такі: описове пояснення значення; транслітерація з поясненням, тобто додатковим знанням, необхідним для розуміння ідіоми; еквівалентний переклад; фразеологічні аналоги; дослівний переклад (калькування) ідіом; переклад шляхом контекстуальних замінів [5].

1. Описове пояснення значення. Якщо англійська ідіома не має в українській мові еквіваленту або аналогу, а дослівний переклад

є малозрозумілим, перекладачу необхідно відмовитись від передачі образності та використовувати описовий переклад – з поясненням змісту ідіоматичної одиниці за допомогою вільного сполучення слів [5].

2. Транслітерація з поясненням, тобто додатковим знанням, необхідним для розуміння ідіоми. Такий спосіб досить зручний для перекладу більшості фразеологічних одиниць із власними назвами, оскільки сприяє формуванню в свідомості читача певного уявлення, яке буде з'являтися щоразу, коли читач чи слухач натраплятиме на відповідний антропонім [5].

3. Еквівалентний переклад – такі образні фразеологічні одиниці в рідній мові, які повністю відповідають по змісту якому-небудь англійському фразеологізму та які базуються на одному з ним образі, перекладаються за допомогою еквівалентів [5].

4. Фразеологічні аналоги. Кількість образних ідіом, які збігаються за змістом та образністю в обох мовах, порівняно невелика. Значно частіше виникає потреба використовувати українську ідіому, аналогічну за змістом англійській, але побудовану на іншому образі [5].

5. Дослівний переклад (калькування) ідіом. Іноді перекладач, намагаючись зберегти образність оригіналу при перекладі ідіоми, для якої немає ні еквіваленту, ні аналогу в рідній мові, вдається до дослівної передачі образу. Такий спосіб може застосовуватись у разі, коли в результаті калькування отримаємо вираз, образність якого легко сприймається реципієнтом та не порушує норми української мови. Дослівний переклад не є фразеологічним перекладом, бо не використовує готові ідіоми в мові перекладу, а кожного разу створює новий образний зворот, не властивий рідній мові, хоч і зрозумілий [5].

б) Контекстуальні заміни під час перекладу полягають в спробі знайти таку українську ідіому, яка, не відповідаючи точно значенню англійської, з достатньою точністю передає її зміст у даному контексті [5].

Після перегляду серіалу та виокремлення з нього усталених виразів відомо, що загальна кількість фразеологізмів – 21. Слід зазначити, що переклад взятий з роботи, що зробили студія перекладу «Цікава Ідея» [4] та «HDRezka Studio Ukr» [4].

Серед всіх фразеологізмів описовий переклад застосовано до 6-ть ідіом:

Наприклад: *Well, there's been a lot water under the bridge since then.* – Ну, відтоді минуло багато часу. – Ну, відтоді минуло багато часу [4].

Am I getting warm? A double cross by history's most reliable liar. – Я близький до істини? Подвійний обман від найнадійнішого брехуна в історії. – Подвійна гра від найвідомішого брехуна в історії, вгадав? [4].

You ran rings around them. You're amazing! – Ти колами бігала навколо них. Ти чудова! – Ти їх обіграла. Ти дивовижна [4].

Space is big, that'd be a nice feather in your cap. – Космос неосяжний/великий, тобі сподобається – «Локі – король космосу. – Цінна коштовність в твоїй скринці [4].

I looked out for you, hung my neck for you... – Я оберігала тебе, ризикувала життям для тебе... – Я дбала про тебе, підставлялася за тебе... [4].

There's a fork in every road. – Так, але спробуйте. – Просто спробуй [4].

Метод транслітерації використано для 2 ідіом:

Наприклад: *I ought to box your ears.* – Я мав би дати тобі ляпаса. – Заїхати б тобі у пику [4].

Yeah, just give a shot. – Так, але спробуйте. – Просто спробуй [4].

Деякі фразеологізми, а саме 9-ть прикладів, були перекладені за допомогою еквіваленту:

Наприклад: *Oh, well, you know, one man's Void is another man's piece of cake.* – Ну знаєш, для когось Порожнеча, а для когось раз плюнути. – Ну знаєш, для когось Пустка, а для когось раз плюнути [4].

I'm champing at the bit. – Просто я весь горю, я чую кров. – Я б'ю копитом [4].

Okay, come on, Loki, make a long story short. – Гаразд, Локі, поясни двома словами. – Гаразд, Локі, давай якось одним реченням [4].

Happily, ever after. – Довго і щасливо. – Довго і щасливо [4].

Of course it was me, pulling the strings all along. – Звісно це був я, смикав за ниточки від початку. – Звісно це був я, смикав за мотузки від початку [4].

Cards on the table. – Карти на стіл. – Скажу правду [4].

You ran rings around them. You're amazing! – Ти колами бігала навколо них. Ти чудова! – Ти їх обіграла. Ти дивовижна [4].

I'm ten steps ahead of you. – Я на 10 кроків попереду. – Я на 10 кроків випереджаю тебе [4].

There's a fork in every road. – На кожній дорозі є розвилка. – На кожному перехресті є дороговказ, але завжди обирають не правильний шлях [4].

Фразеологізми в кількості 5-ти збігаються в англійській та українській мові:

Наприклад: *See, I can play the heavy keys, too.* – Як бачиш, я теж можу бути неблаганним. – Я можу бути й поганим копом [4].

Space is big, that'd be a nice feather in your cap. – Космос неосяжний/великий, тобі сподобається – «Локі – король космосу – Цінна коштовність в твоїй скринці [4].

I mean, honestly, how do you keep your food down? – Тобто, справді, як вас від цього не верне. – Ну, справді, вас не нудить? [4].

I looked out for you, hung my neck for you... – Я оберігала тебе, ризкувала життям для тебе... – Я дбала про тебе, підставлялася за тебе... [4].

There's a fork in every road. – На кожній дорозі є розвилка. – На кожному перехресті є дороговказ, але завжди обирають не правильний шлях [4].

Оскільки, деякі ідіоми, дещо складні і не мають відповідника в українській мові, було застосоване калькування, їх кількість – 4-и приклади:

Наприклад: *The Universe wants to break free, so it manifests chaos.* – Всесвіт хоче звільнитися, тож створює хаос. – Всесвіт хоче звільнитися, тому сіє хаос [4].

Right on cue! – А я попереджав. – За графіком [4].

I'm as in the dark as you are. – Я знаю не більше за тебе. – Я знаю не більше за тебе [4].

Anything goes sideways, it's on you! – Раптом щось піде не так – відповідальність ваша. – Раптом що піде не так – ти винен [4].

І, на останок, залишилась ідіома, при перекладі якої використали контекстуальну заміну:

Наприклад: *Space is big, that'd be a nice feather in your cap.* – Космос неосяжний/великий, тобі сподобається – «Локі – король космосу – Цінна коштовність в твоїй скринці [4].

Провівши даний аналіз, ми можемо побачити, що в залежності від студії перекладу, значення та метод може варіюватись, тим самим один і той самий фразеологізм, може бути передано різними способами.

Висновки. Опрацювання даної теми є неабияк важливою частиною англійської філології, теорії та практики перекладу та розвитку знань стосовно фразеологізмів.

Підбиваючи підсумок, слід зазначити, що нас оточує величезна кількість усталених виразів починаючи з поодиноких закордонних фільмів і закінчуючи спілкуванням у повсякденному житті. Це аспект, який повинен вдосконалюватись з роком в рік, а також аналізуватись на прикладах англійських фільмів.

Не зважаючи на складнощі перекладу, донести сенс кожного усталеного виразу та окремого фразеологізму є реальною практикою, а завдяки статтям, які досліджують дану тему та відкривають нові горизонти – це зробити легше та цікавіше.

Перспективою подальшого дослідження цієї теми є те, що в 2022 році планується продовження серіалу «Локи» [2], відповідно цій інформації, науковцям стане доступна більша база для опрацювання перекладу англійських фразеологізмів.

Джерела та література:

1. Клименко А. Ю. Ідіоми в англійській мові. URL: <http://englishprofi.com.ua/%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%B0%D0%BB%D0%B8/idioms/> – (Дата звернення – 06.02.2022р.).

2. Локи (Телесеріал). URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%BE%D0%BA%D1%96_\(%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%B0%D0%BB\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%BE%D0%BA%D1%96_(%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%B0%D0%BB)). (Дата звернення 17.02.2022р.).

3. Переклад усталених сполук. 2013. URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=600034> (Дата звернення – 05.02.2022р.).

4. Серіал «Локи» (Loki, 2021), сезон 1. URL: <https://rezka.ag/series/fiction/38198-loki-2021.html> (Дата звернення – 07.05.2022р.).

5. Яблочнікова В. Ідіоматичні вирази англійської мови та особливості їх перекладу. 2018. URL: https://otherreferats.allbest.ru/languages/00922560_0.html – (Дата звернення – 05.02.2022р.).

УДК 81`25

*Пархомей Наталія Олександрівна,
Національний університет «Острозька академія»*

ХАРАКТЕРИСТИКА АНГЛОМОВНИХ ЮРИДИЧНИХ ТЕРМІНІВ ТА ТРУДНОЩІ ЇХНЬОГО ТЛУМАЧЕННЯ НА ОСНОВІ ВИСТУПІВ TED-TALK

У статті досліджуються англomовні юридичні терміни та низка лексичних одиниць англійської мови, описуються особливості юридичного тексту, а також виокремлюються найпоширеніші синтаксичні види в юридичній термінології та наводяться їх приклади.

***Ключові слова:** юридичний термін, юридичний текст, тлумачення, поняття, лексична одиниця.*

The article examines English-language legal terms and a number of lexical units of the English language, describes the features of the legal text, as well as identifies the most common syntactic types in legal terminology and gives their examples.

***Key words:** legal term, legal text, interpretation, concept, lexical unit.*

Актуальність дослідження та постановка проблеми. Природну мову люди використовують для комунікації та зберігання й передавання знань. Термінологія займає одне з основних місць у передаванні та збереженні знань, адже саме на неї припадає найбільше інформаційне навантаження. Важливим є дослідження саме юридичних термінів, так як їх класифікації є досить складною, а трактування не завжди може бути однозначним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням юридичної термінології займалися такі науковці як Т. Добко, яка виділяла її як спеціальну лексику, Ю. Карпенко, яка висвітлила певні вимоги до термінів, зокрема вони повинні бути однозначними, логічними, чітко окреслювати значення. Крім того дослідженнями

юридичних термінів займалися лінгвісти Д. Ганич, М. Володіна, О. Герд, С. Гриньов.

Метою статті є дослідження особливостей юридичних термінів, їх класифікація та аналіз труднощів, які можуть виникнути при перекладі юридичних термінів.

Досягнення поставленої мети передбачає реалізацію таких **завдань**:

- 1) простежити особливості поняття юридичного терміна;
- 2) дослідити структурно-семантичні особливості юридичної термінології у TED-Talks;

Виклад основного матеріалу. Юридичний термін може характеризуватись як загально-юридичний (поширений в усіх сферах права), галузевий (наявний тільки в конкретній сфері права), між-галузевий (відомий у декількох чи двох областях права), суміжний з іншими сферами діяльності. За наявності дефініції в нормативно-правових актах термін вважається кодифікованим. Його вважають нормою, зразком для застосування в усіх подальших підзаконних та законодавчих актах, діловій документації і галузі усного правового мовлення [1].

Сьогодні термінознавство визначає унікальні ознаки терміна, що в комплексі відрізняють його від загальноповживаних лексичних одиниць: точність, системність, однозначність, умовна незалежність від контексту, існування визначення, функційна стійкість, офіційність, конвенціональність, стандартизованість, лаконічність, чітка нормативність, стилістична нейтральність, коректність та відсутність експресивності. Їх важливо брати до уваги для становлення уявлення про ненормативні та нормативні умови використання термінів у юридичному мовленні [3].

Існують певні особливості юридичного тексту, які можуть призвести до труднощів, які виникають під час його семантичного тлумачення.

Енциклопедичний юридичний словник у словниковій статті «Юридична техніка» акцентує свою увагу на висвітленні особливостей поняття юридичного терміна як компонента юридичної техніки та визначає юридичні терміни таким чином: «словесні позначення державно-правових понять, за допомогою яких виражається і закріплюється зміст нормативно-правових розпоряджень держави» [4].

Згідно з положеннями Енциклопедичного юридичного словника юридичні терміни можна поділити на три типи відповідно до ознак «зрозумілості» певної частини населення:

1) терміни загального значення, які характеризуються тим, що вони використовуються в повсякденному житті та є зрозумілими всім, наприклад, *accomplice, accreditation*;

2) спеціальні юридичні терміни характеризуються унікальним правовим контекстом та, як правило, зрозумілі зовсім не всім, а тільки спеціалістам у сфері права, для прикладу, *coerced acquiescence, toretaliate accusation*;

3) спеціально-технічні терміни характеризують сферу спеціальних знань – економіки, техніки, медицини тощо, для прикладу, *non-patentable, nuclear-free* [4].

Через появу нових сфер права, у процесі відкриття нових понять виникають значні труднощі визначення загально технічної, загальнонаукової галузевої та вузькоспеціальної термінології: загально-технічні та загальнонаукові терміни, тобто такі, що використовуються в декількох сферах техніки та науки. Галузеві терміни – це терміни, що використовуються тільки в одній області знань (для прикладу, *nugatory*).

Вузькоспеціальні терміни – це терміни, що використовуються у спеціальній галузі (наприклад, *chaplain, charge-sheet*) [2].

У тих умовах, коли необхідно давати найменування новим поняттям та явищам, значна кількість загальнонавчаних лексичних одиниць характеризуються специфічністю використання. Відбувається спеціалізація їхнього значення у процесі передачі термінів на іншу мову та уніфікація перекладних відповідників.

Іноді в текстах зустрічаються лексичні одиниці та словосполучення, що належать до різних функціональних механізмів, тобто різних сфер.

Термін може бути сформованим на базі рідної мови чи запозиченим як із нейтрального термінологічного складу (міжнародні греко-латинські терміно-компоненти), так й з іншої мови. Термін має відображати ознаки даного поняття; значення терміну для спеціаліста порівнюється зі значенням поняття.

Для прикладу розглянемо структурно-семантичні особливості термінів на прикладі виступів Ted-talk.

Як правило, за структурою всі терміни поділяються на такі типи:

1) прості (складаються із однієї лексичної одиниці):

*And the **detention** dragged on like this* [5].

*And we're actually doing some **litigation*** [6].

*I had the great **privilege**, when I was a young **lawyer**, of meeting Rosa Parks* [6].

2) складні (містять в собі два слова, пишуться через дефіс або пишуться разом):

*I spend most of my time in very **low-income** communities, in the projects and places where there's a great deal of hopelessness [6].*

*And I finally got out of the car and started walking up to **the courthouse** [6].*

3) терміни-словосполучення (містять в собі декілька компонентів):

*Well, I've been trying to say something about our **criminal justice system** [6].*

*And we got carried away with **the rhetoric of punishment** [6].*

За кількістю елементів юридичні терміни поділимо на такі типи:

1. однокомпонентні:

*I've come to TED because I believe that many of you understand that the moral arc of the universe is long, but it bends toward **justice** [6].*

1. двокомпонентні:

– «прикметник + іменник»:

*My state of Alabama, like a number of states, actually permanently disenfranchises you if you have **a criminal conviction** [6].*

– «іменник + іменник»:

*It's interesting, this question of **the death penalty** [6].*

*And I put in my motion that there was **prosecutorial misconduct** and police misconduct and **judicial misconduct** [6].*

3) трикомпонентні:

– «іменник + іменник + іменник»:

*At this time, I was interning at **the Public Defender Service** in Washington DC, and I was visiting a police station for work [5].*

– «прикметник + іменник + іменник»:

*Right now, I'm working at **a civil rights organization** in DC, called Equal Justice Under Law [5].*

– «прикметник + прикметник + іменник»:

*One summer afternoon in 2013, DC police **detained, questioned and searched** a man who appeared **suspicious and potentially dangerous** [5].*

4) полікомпонентні:

– «прикметник + іменник + іменник + іменник»:

*And so many of our **lawsuits at Equal Justice Under Law** target these **modern-day debtors' prisons** [5].*

Висновки. Отже, сьогодні існують різні класифікації термінів, зокрема й юридичних. За кількістю компонентів виділяють дво-

компонентні, трикомпонентні та полікомпонентні. За будовою всі терміни поділяються на прості, складні та терміни-словосполучення.

Перспектива подальшого наукового дослідження. Щодо перспективи дослідження, вважаємо, що варто більше приділити вивченню вузько-спеціальних термінів англomовних юридичних текстів.

Література:

1. Артикуца Н. В. Мова права у її функціональних різновидах. Сьогодення українського мовного середовища. Київ : 2008. С. 23–32.
2. Д'яков А. С., Кияк Т. Р., Куделько З. Б. Основи термінотворення: Семантичні та соціолінгвістичні аспекти. К. : 2000. 218 с.
3. Іленков А. Термінологія та її роль у представленні знань. URL : http://vlp.com.ua/files/special/04_1.pdf (дата звернення: 06.04.2022).
4. Коваленко А. Я. Науково технічний переклад. К. : вид. «Карп'юка» 2001. 462 с.
5. Dudani S. How jails extort the poor. URL : https://www.ted.com/talks/salil_dudani_how_jails_extort_the_poor?referrer=playlist-criminal_justice_reform_now&autoplay=true (Last accessed: 11.04.2022).
6. Stevenson B. We need to talk about an injustice. URL : https://www.ted.com/talks/bryan_stevenson_we_need_to_talk_about_an_injustice?referrer=playlist-criminal_justice_reform_now&autoplay=true (Last accessed: 11.04.2022).

УДК 81'4:811.111

Пилипчук Софія Анатоліївна,
Національний університет «Острозька академія»

ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ ХАРАКТЕРУ ЛЮДИНИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

У статті розглядаються теоретичні засади і практичне застосування фразеологічних одиниць їхні особливості відображення характеру людини в англійській мові. У статті досліджено та проаналізовано актуальні проблеми сучасної фразеології та розглянуто типологію фразеологічних одиниць.

Ключові слова: фразеологічна одиниця, фразеологічна картина світу, мовна картина світу.

The article considers the theoretical foundations and practical application of phraseological units, their features of reflection of human character in English. The article investigates and analyzes current problems of modern phraseology, considers the typology of phraseological units and basic approaches.

Key words: phraseological unit, phraseological picture of the world, linguistic picture of the world.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Під час проведення теоретичних досліджень з фразеології виникає чимало проблем у сучасній лінгвістиці. А саме вивчення фразеологізму та його природи як одиниці фразеології, функціонування фразеологізмів у мовленні, визначення методів лінгвістичних теоретичних та практичних досліджень тощо. Люди часто використовують фразеологічні одиниці в усному та писемному мовленні. Також, постійно з'являються нові сталі вирази на позначення характеру людини, тому знання фразеології потрібно постійно поновлювати та розширювати.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вчені, дослідники фразеології різних національних мов зробили свій внесок у розвиток теорії фразеології. Серед них є видатні вчені XIX і першої полови-

ни ХХ ст.: Ш. Баллі, Є. Поліванов, Н. Амосова, В. Архангельський, В. Виноградов, В. Жуков, О. Кунін, В. Телія та ін.; багато сучасних українських авторів, які досліджували особливості фразеології на позначення саме характеру та емоційного стану людини: Л. Булаховський, І. Білодід, Г. Удовиченко, М. Жовтобрюх, В. Русанівський, Д. Баранник, Н. Москаленко, Ф. Медведєв.

Незважаючи на досягнення у вивченні проблем фразеології, деякі питання все ще залишаються недостатньо вивченими. Зокрема, сьогодні досить актуальним є дослідження фразеологічних одиниць англійської мови у культурологічному напрямку, адже такі сталі вирази є яскравим відображенням національного характеру народу та вмістищем культурних цінностей цього народу. Через фразеологічні одиниці отримують своє словесне уособлення різні культурні поняття, як загальнолюдські, так і національно-етнічні.

Метою даної статті є дослідити особливості фразеологічних одиниць на позначення характеру людини в англійській мові.

Виклад основного змісту статті. Фразеологізми сучасної англійської мови пов'язані з національною та культурною історією народу й сформувалися завдяки національним міфам, віруванням, обрядам, ритуалам, що залишили по собі звичаї і традиції національного характеру. Мова народу – це віддзеркалений засобами мови образ свідомості-реальності, модель інтегрального знання по концептуальній системі уявлень. Мовну картину світу прийнято відмежовувати від концептуальної, або когнітивної, моделі світу, яка є основою мовного втілення, словесної концептуалізації сукупності знань людини про світ [5, с. 35].

Англійська мова активно змінюється, піддається впливу іншомовних запозичень та глобалізації, тому постійно з'являються нові вирази та сполуки, адже розвивається суспільство, змінюються його цінності та переконання. Технічний прогрес додає до вжитку нові терміни та вирази. Саме через те, що мова набуває змін, виникають нові сталі сполуки з унікальними смисловими значеннями [4, с. 103]. Проте, коли з'являються нові фразеологічні одиниці, суспільству потрібен час для того, щоб звикнути та додати їх до щоденного використання. Тому виникає іноді проблема в розумінні співрозмовника. Незрозуміле поєднання окремих слів, що має цілісне смислове наповнення, може сприйматися як образа чи нетактовність, при цьому мати позитивне значення.

Більшість мовознавців дотримується широкого визначення терміну «фразеологія» (гр. *phrasis* – «вираз, зворот», *logos* – «слово,

вчення»): це 1) сукупність фразеологізмів певної мови; 2) розділ мовознавства, який вивчає фразеологічний склад мови [4]. Термін «фразеологізм» ввів мовознавець Ш.Баллі, а В.Виноградов запровадив термін «фразеологічна одиниця» (термін мав використовуватись на позначення тих сполук, які не утворюються в процесі мовлення, а відтворюються за традицією).

Фразеологічні одиниці на позначення характеру та емоційного стану людини мають різні семантичні властивості, які зображені в особливостях їх утворення та лексичному значенні. У результаті семантичного аналізу було виділено чотири групи фразеологічних одиниць на позначення якостей характеру людини:

1. Використання кольорів у структурі фразеологічних одиниць на позначення якостей характеру людини: *feel blue; as green as grass; green hand; green tea; golden boy; dark horse; green with envy; black sheep; have a green thumb* [1; 2; 6; 7].

2. Фразеологічні одиниці можуть містити у своєму складі назви частин тіла: *have a head on one's shoulders; have one's head screwed on (the) right way; be neat-handed; dab hand; numb hand; fresh hand; chicken heart; to have one's heart sink into one's boot; lazy eye* [1; 2; 6; 7].

3. Фразеологізми можуть містити назви тварин для відображення якостей характеру людини: *dark horse; horse of a different colour; salty dog; lion heart; the bee's knees; eager beaver; take the bull by the horns; like a cat on a hot tin roof; cat's whiskers; have a memory like an elephant; a leopard can't change his spots; early bird* [1; 2; 6; 7].

4. Назви продуктів харчування як складові частини фразеологічних одиниць: *be like apples and oranges; as cool as a cucumber; be like chalk and cheese; like two pears in a pod; (full of the) milk of human kindness; big fish; hard nut to crash* [1; 7].

Сталі фразеологічні вирази на позначення характеру та емоційного стану людини можуть мати схоже значення та лексичне наповнення в контексті англійської та української мов. Здебільшого виділяють три основних типи відповідників фразеологічних одиниць за ступенем збігу, що відображають стан та характер людини: фразеологічні еквіваленти (повні та часткові), фразеологічні аналоги і безеквівалентні фразеологічні одиниці.

Повними фразеологічними еквівалентами є англійські еквіваленти, які збігаються з українськими відповідниками за значенням, лексичним складом, образністю, стилістичним забарвленням й граматичною структурою: *боятися власної тіні – be afraid of one's shadow;*

Валамова ослиця – Balaam's ass; Ганнібалова клятва- Hannibal's oath; мати олімпійський спокій – have an Olympian calmness [1].

Неповними (або частковими) еквівалентами є ті фразеологічні вислови, які мають відмінності в структурно-граматичному плані або лексичному. Наприклад, *терпіння – English patient; шкіра і кістки – bag of bones; язиката хвеська – chatty cathy* [1].

Фразеологічні аналоги – фразеологічні одиниці, що при перекладі з першоджерела фразеологізмом іншої мови мають адекватне та культурно зрозуміле значення, але є різними за структурно-компонентним складом: *корова на льоду – bull in a china shop – man with two left feet/clumsy person; Съома вода на кисели – kissing cousin – remote relative* [7].

Найбільші труднощі при перекладі пояснюються тим, що існують фразеологізми на позначення стану людини, котрі не мають відповідності у двох мовах. Безеквівалентні фразеологічні одиниці становлять найбільші труднощі при перекладі з однієї мови на іншу, оскільки важко знайти такі засоби, які зберегли б образність фразеологізмів.

Висновки. Розглянуто природу фразеології як науки, досліджено та проаналізовано актуальні проблеми сучасної фразеології та виявлено, що англійська мова постійно змінюється. Через нерозуміння стилістичного забарвлення фразеологічних одиниць виникає нерозуміння співрозмовника, його думки. Також, було розглянуто та проаналізовано типологію фразеологічних одиниць, досліджено існуючі класифікації фразеологізмів. У результаті було виявлено, що родоначальником теорії фразеології вважають швейцарського лінгвіста Ш.Баллі. Питання про фразеологію як про лінгвістичну дисципліну було вперше поставлено видатним радянським лінгвістом Є.Полівановим. Також, було здійснено характеристику та аналіз фразеологічних одиниць відображення характеру людини за ступенем збігу. У порівнянні фразеологічних одиниць англійської та української мов існують фразеологічні еквіваленти (повні та часткові), фразеологічні аналоги і безеквівалентні фразеологічні одиниці, що утворилися від різних культурних та людських чинників.

Перспективу подальшого дослідження означеної теми пов'язуємо з подальшим дослідженням фразеологічних одиниць окремих фразеосемантичних груп фразеосемантичного поля «характер людини» (темперамент, вольові якості, емоції та почуття, інтелект) та укладанням синонімічно-антонімічного словника фразеологічних одиниць на позначення характеру людини на основі англійської мови.

Література:

1. Береза Т. Практичний англо-український словник фразеологічних синонімів/Авт.-уклад.: Береза Т.А., Коцюк Л.М., Кулинський О.С. Львів: БаК, 2011. 400 с.
2. Береза Т. Сучасний англо-український словник живої мови/Т. А. Береза. Львів: Априорі, 2012. 400 с.
3. Демський М.Г. Системні зв'язки у сфері фраземіки//Мовознавство. 1991. № 2. С. 36-43.
4. Кочерган М.П. Загальне мовознавство: підручник. 2-ге вид, виправлене і доповнене. Київ: Видавничий центр «Академія», 2006. 464 с.
5. Мостовий М.І. Лексикологія англійської мови. Харків: Основа, 1993. 256 с.
6. 38 Idioms Describing Character and Personality. 2021. URL: <https://www.englishlessonviaskype.com/idioms-describing-character-and-personality/> (дата звернення 18.10.2021).
7. Harry Collis. 101 American English Idioms and Proverbs. Lincolnwood (Chicago), 1987. 111 с.
8. Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. London, 1974. 639 с.

УДК 811.161:81'31

Просіна Аліна Віталіївна,
Національний університет «Острозька академія»

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЕЗІЇ СИЛЬВІЇ ПЛАТ У ВІРШІ «THE RABBIT CATCHER»

У статті розглядаються особливості стилістичних засобів у вірші Сильвії Плат «The Rabbit Catcher». Визначається вплив, який певні стилістичні засоби вчиняють на текст поезії. Проводиться класифікація цих стилістичних засобів, їхній порівняльний аналіз.

Ключові слова: метафора, порівняння, епітет, персоніфікація, образ, деконструкція.

The article considers the features of stylistic means in Sylvia Plath's poem "The Rabbit Catcher". The influence that certain stylistic means make on the poetic text is analyzed. The classification and comparative analysis of these means are held.

Key words: metaphor, comparison, epithet, simile, personification, image, deconstruction.

Актуальність дослідження та постановка проблеми. Поетична мова завжди була стилістично багатшою та різноманітнішою за будь-яку іншу. Основна мета поезії – викликати емоцію, саме тому вона, здебільшого, покладається на яскравість образів та точно зображених почуттів, а не історії. Яскравим прикладом поезії та її емотивної функції є американська поетка ХХ ст. Сильвія Плат. Її унікальна поезія, яку часто називають сповідальною, або ж конфесійною, сповнена особливостей, які будують унікальний поетичний світ, який дуже тісно переплітається з її власним внутрішнім світом. У поезії Плат створює свій індивідуальний міф, символічний сюжет, ілюзію безпосередності [1, с. 274]

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивчення стилістики поетичного тексту є розповсюдженою темою робіт вітчизняних та іноземних фахівців. Стилістику поетичного тексту загалом вивча-

ли Я. Мужаровський [4], В. П. Григор'єв [3], В. В. Виноградов [2].
 Поезію С. Плат вивчали Т. Венедиктова [1], Ч. Ньюман [7].

Метою статті є вивчити особливості використання стилістичних засобів у поезії Сильвії Плат та вірші «*The Rabbit Catcher*», а також провести їхню класифікацію та порівняльний аналіз.

Завдання:

1. Визначити основні стилістичні засоби у поезії Сильвії Плат «*The Rabbit Catcher*», охарактеризувати їхні функції;

2. Класифікувати стилістичні засоби у поезії Сильвії Плат «*The Rabbit Catcher*» за їхньою роллю у вірші.

Виклад основного матеріалу. Вивчаючи особливості поетичного тексту, важливо визначити його ознаки. За Єфімовим, основними жанровими особливостями поетичного тексту є:

- Вірш має бути в рядках;
- Вірш повинен мати риму;
- Вірш має бути у певному ритмі;
- Вірш має бути у певному розмірі;
- Ритм поезії відрізняється від звичайного мовлення;
- Кожен рядок вірша має починатися з великої літери;
- Вірш повинен мати яскраві, описові слова;
- Вірш повинен бути образним – містити порівняння, метафори, та інші стилістичні засоби;
- Мова у поезії є особливою;
- Деякі слова не підходять поезії;
- Деякі теми не підходять поезії;
- Деякі теми більш поетичні за інші [4].

Можна дійти до висновку, що поетична мова є унікальною, завдяки своїй образності та ритміки вона сильно відрізняється від інших типів мови та мовлення. Що важливо зазначити стосовно Сильвії Плат – її поезія дотримується не всіх вищенаведених правил. Наприклад, її вірші важко віднести до якогось віршового розміру, у них нема рими та явно вираженого ритму. Поезія поетеси відноситься до білого вірша, завдяки чому увага читача зосереджується на його значенні та образах, а не суто поетичних значеннях. До того ж, як зазначав Я. Мукаржовський, єдиною постійною ознакою поетичної мови є естетична функція, яка сповна представлена у творчості авторки [5].

Поезії Плат притаманна глибока образність, яка здобувається завдяки частому використанню метафор та порівнянь та використанню яскравих слів, що описують внутрішній стан ліричних героїв.

Унікальність стилістики у поезії Плат полягає також у так званій «автоінтертекстуальності», яку яскраво описала Н.Фатєєва, яка вказувала, що нерозуміння тексту у поезії усувається завдяки встановленню зв'язків, що виникають внаслідок певної циркуляції інтертекстуальних елементів всередині одного й того самого тексту [6]. До інших засобів варто також віднести метафори, складні епітети, певні елементи пародії, гіперболи та персоніфікації. Тематика віршів поетеси є доволі сталою – вона базується на соціально-політичній ситуації, в якій жила авторка та передає роль жінки у патріархальному суспільстві 1-ої пол. ХХ ст., а також теми статевої дискримінації, стереотипів та сексуального насилля.

Яскраво ці теми виражена у вірші зі збірки «Аріель» (1965) «*The Rabbit Catcher*». З перших же ж строф вірш створює таку картину:

*It was a place of force–
The wind gagging my mouth with my own blown hair,
Tearing off my voice, and the sea
Blinding me with its lights, the lives of the dead
Unreeling in it, spreading like oil* [8].

Героїня знаходиться у так званому «місці сили», яке обрамлюється яскравими метафорами (вітер, що рве голос; море, що засліплює). Відразу будується антитеза на рівні строфи – «місце сили», що повинне асоціюватися з внутрішньою енергією та спокоєм, викликає дискомфорт. Строфа починає будувати образ «небезпечної останньої твердині». Це підкріплює загальну атмосферу творчості Сильвії Плат – похмуру та сповнену безвиході.

Наступним яскравим образом є “*gorse*” – квітка з яскраво-жовтими пелюстками. З цим образом пов'язані складні епітети, що доповнюють його – “*black spikes*”, “*malignity of the gorse*”. Образи продовжують тему попередньої строфи – похмурість та негатив у образі, що має символізувати красу. Це ж можна відслідкувати і у наступних рядках, де квіткам надається одночасно і краса “*The extreme unction of its yellow candle-flowers, They had an efficiency, a great beauty*”, і асоціація з болем “*And were extravagant, like torture*” [8]. Порівняння квітки з тортурами може бути посиленням на важливий мотив творчості поетеси – двоякість природи жіночності у патріархальному суспільстві. У відомому вірші зі збірки «Аріель» «Мюнхенські манекени» можна прослідкувати цю ж думку, весь вірш присвячений критиці оспівування жіночої краси та ігнорування її внутрішнього світу.

Говорячи про порівняння у вірші, варто звернути увагу на початок останньої строфи вірша:

And we, too, had a relationship–

Tight wires between us [8]. Тут можна побачити порівняння стосунків із мотузками, що зв'язують двох людей. Цей образ є доволі розповсюдженим у літературі та, особливо, у інтимній ліриці. Цікавими є його забарвлення та конотація у тексті вірша. Окрім того, що він сповнений надання позитивним образам негативного забарвлення, самі мотузки спричиняють біль:

Pegs too deep to uproot, and a mind like a ring***Sliding shut on some quick thing,***

The constriction killing me also [8]. У цих же ж рядках можна яскраво прослідкувати роль епітетів у вірші. Саме по собі поняття «*wires*» є нейтральним, та завдяки наданню йому додаткових характеристик «*tight; deep pegs*». Метафорично також передається і динаміка стосунків у фразі «*The constriction killing me also*». Що ближче стосунки, то більш болючими та небезпечними вони стають для героїні.

Загалом, весь посліл вірша укладається у останньому рядку. Центральний образ закладено у назві твору – пастка для зайців, тобто метафора стосунків, у які потрапляє головна героїня. Поняттю стосунків метафорично надаються характеристики пастки, з якої неможливо вибратися і яка спричиняє біль. Усі позитивні образи (сонячне світло, квіти, море) мають негативну конотацію, увага читача акцентується на їхніх негативних характеристиках, за рахунок чого на інтертекстуальному рівні будується атмосфера, схожа на вищезгаданий вірш «Мюнхенські манекени», де гарна оболонка приховує болісний внутрішній світ.

Класифікуючи всі вищезгадані стилістичні образи, варто обрати ознаку, за якою вона буде відбуватися. Найдоречніше буде розділити засоби на ті, що руйнують та деконструюють початкові асоціації, що існують на підсвідомому рівні та ті, які закріплюють створену атмосферу. До першої групи варто віднести метафори та порівняння, які вживаються для зосередження уваги читача на негативних аспектах того чи іншого образу. Друга група включає в себе епітети (*tight wires; great beauty, extreme unction*) та персоніфікації, що з'являються ближче до кінця твору (*hands...how they awaited him*). Як на мене, друга група є доволі показовою для усієї творчості поетки. Її образи є глибокими та унікальними, вони на інтертекстуальному та підсвідомому рівні впливають на читача та його сприйняття вірша загалом і окремих понять зокрема. Перша ж група, основною функцією якої є деконструкція та переосмислення вже усталених понять, є показовою саме для вірша «*The Rabbit Catcher*».

Висновки. Творчість С. Плат є з одного боку багатогранною, а з іншого – глибоко спрямованою на окремо визначену тему, яку поетка розвиває у всій своїй творчості. У вірші «*The Rabbit Catcher*» вона намагається завдяки майстерно використаним метафорам, влучним порівнянням, а також яскравим епітетам та персоніфікаціям перебувати усталені образи у свідомості читачів. Відмовившись від ритму та рими, авторка спрямовує увагу на ідеї, що вона намагається донести, використовує доречні стилістичні засоби, які формують її індивідуальну марену письма.

Перспектива подальшого наукового дослідження полягає у тому, що її матеріали можуть бути використанні студентами та учнями-старшокласниками, що люблять поезію, при проведенні теоретичних та практичних занять з вивчення стилістики та лексикології, а також при подальшому вивченні теми.

Література:

1. Венедиктова Т. Сильвия Плат: дщерь капитана Ахава // Американські літературні студії в Україні. 2006. № 3. „Література США: роздуми, есеї, розвідки”. С. 400.
2. Виноградов В. В. К построению теории поэтического языка. Москва: Госиздат, 1959. 561-651 с. URL: <https://ksana-k.ru/?p=561>
3. Григорьев В. П. Поэтика слова. Москва: Наука, 1979. 344 с. Режим доступа URL: <https://www.twirpx.com/file/2789756/>
4. Єфімов Л. П., Ясінецька О. А. Стилістика англійської мови і дискурсивний аналіз: учбово-методичний посібник. Вінниця: Нова Книга, 2004. 240 с. Режим доступу URL: <https://drive.google.com/file/d/1sW-o2lqsRiajm6dxHRZOARASrvSxhPyW/view>
5. Мукаржовский Я. Образ мира // Избранные психологические произведения. Москва, 1994. С. 55-56. Режим доступа URL: <https://www.twirpx.com/file/383878>
6. Фатеева Н. А. Типология интертекстуальных элементов и связей в художественной речи // Известия АН. Сер. лит. и языка. Москва, 1998. Т. 57. С. 25-38.
7. Newman C. The Art of Sylvia Plath: A Symposium. London: Faber & Faber, 1970. 319 p.
8. The Rabbit Catcher // All Poetry. URL: <https://allpoetry.com/the-rabbit-catcher>

УДК 81'4+81'33

Рожок Анастасія Романівна,
Національний університет «Острозька академія»

КЛАСИФІКАЦІЯ ТА СПОСОБИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ ЛЕКСИКИ ЕМОЦІЙ

У статті проаналізовано питання класифікації англійської лексики емоцій, а також досліджено основні способи репрезентації та функції лексичних маркерів на позначення психоемоційного стану людини, які представлені на різних мовних рівнях англійської мови.

Ключові слова: *категорія емоцій, англійська лексика емоцій, функції емотивної лексики, класифікація емоцій.*

The article analyzes the classification of English vocabulary of emotions, as well as investigates the main methods of representation and functions of lexical markers to indicate the psychoemotional state of the person, which are presented at different language levels of English.

Keywords: *category of emotions, vocabulary of emotions, functions of emotional vocabulary, classification of emotions.*

Актуальність дослідження та постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку лінгвістики домінантним є поняття *антропоцентризму*, що передбачає вивчення мови у тісному взаємозв'язку з мовцем. [3, с. 69]. Це сформувало нові тенденції дослідження мовних явищ із залученням немовних категорій, зокрема психологічних, що свідчить про тісний зв'язок двох наук: лінгвістики та психології, що сприяло становленню окремої галузі науки про мову – лінгвістики емоцій або ж емотіології. Оскільки людині властиво виражати емоції за допомогою вербальних і невербальних засобів спілкування, то проблема репрезентації психоемоційного стану особистості крізь призму психологічного та лінгвістичного аспектів залишається актуальним напрямом досліджень.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивченням англійської лексики емоцій, зокрема емоційно забарвлених одиниць англійської мови та їхньої репрезентації на різних мовних рівнях, займалося багато вітчизняних та зарубіжних науковців. Завдяки працям: В. Мальцева, С. Берлізона, М. Городнікової, Е. Азнаурова, І. Арнольд, Є. Галкіної-Федорук, Н. Павлової, В. Шаховського у мовознавстві сформувалися основні підходи до розробки проблеми емоційної концептосфери, культури, емоційної поведінки, емоційної/емотивної лакунарності в національній і міжкультурній комунікації, а у світовій науці з'являється все більше робіт, присвячених природі емоцій та їх класифікації.

Мета нашої статті – є дослідити питання класифікації, способи репрезентації та функції англійської лексики емоцій.

Завдання:

- проаналізувати варіанти класифікацій англійської лексики емоцій;
- дослідити способи репрезентації англійської лексики емоцій на різних мовних рівнях;
- визначити основні функції англійської емотивної лексики у мовознавчих студіях.

Виклад основного матеріалу На сучасному етапі розвитку лінгвістики більшість дослідників визнають наявність емоційного та раціонального компонентів у слові та підтверджують думку, що стилістика мовлення залежить саме від емоційного вибору мовця. В. Шаховский був одним із перших науковців, який навів чималу кількість аргументів щодо питання зв'язку емоцій з мовою. Він зазначив, що людина відтворює довколишній світ вибірково, тобто виокремлює в ньому лише необхідне та цінне у певний момент існування, у цьому й полягає суть лінгвістичної концепції емоцій. Дослідник зауважує, що емоції – це одна з форм відображення світу, що позначає душевні переживання, почуття та хвилювання. Вони є унікальними для кожної культури та не збігаються ні за кількістю, ні за своїм складом. Тому часто поняття «емоція» у лінгвістиці використовують як збірне [цитуємо за 8, с. 82].

Актуальним є дослідження Є. Галкіної-Федорук, у якому порушено проблеми класифікації мовних засобів для репрезентації емоційного стану особистості. Дослідниця визначає емоційну лексику як таку, що виражає почуття та настрої людини і поділяється на ту, яка називає почуття і виражає відношення до явищ дійсності (позитивне чи негативне). Науковиця зазначає, що емоційна лексика містить такі компоненти: 1) лексика, яка виражає почуття; 2) лексика

оцінки, що кваліфікує річ чи явище з позитивного або ж негативного боку; 3) слова, у яких емоційне відношення до названого виражено не лексично, а граматично, тобто емоційно-забарвленими суфіксами й префіксами» [цитуємо за 9, с. 173–174].

Однак загальноприйнятим вважають поділ емоцій на позитивні, негативні та амбівалентні. Якщо категорія позитивних/негативних емоцій не викликає жодних сумнівів, то амбівалентність виражає певну неоднозначність у відчуттях, тобто два протилежні почуття одночасно. Свій внесок у класифікацію емоцій прагнули зробити представники різних царин. Наприклад, англійський письменник Т. Браун запропонував варіант, в основу якого поклав ознаку часу, розділивши емоції на безпосередні («тут і зараз»), ретроспективні (пов'язані з минулим) та проспективні (відносяться до майбутнього). Філософ Г. Спенсер своєю чергою пропонує класифікувати емоції на чотири групи за ознакою виникнення та відтворення: презентативні почуття, прості, репрезентативні та абстрактні [цитуємо за 8, с. 83].

Науковець Б. Додонов виділив такі групи емоцій: альтруїстичні (потреба в допомозі), комунікативні (потреба у спілкуванні), глоричні (потреба в самоповазі, славі), праксичні (викликані змінами), пугнічні (потреба в подоланні небезпеки), романтичні (очікування чогось хорошого), гностичні (потреба в пізнанні), естетичні (пов'язані з ліричними переживаннями), гедоністичні (потреба в тілесному та душевному комфорті) та акизитивні (прагнення до накопичення) [2]. Проте прибічники фундаментальних емоцій сприйняли цю класифікацію досить неоднозначно, адже, на їхній погляд, у ній названо похідні емоції (поєднання базових і модифікованих).

Варто зазначити, що мовознавці використовують різні терміни для позначення емоційних характеристик слова. Лексеми, що виражають емоції або ж певний емоційний стан мовця, називають емоційно-оцінними, емотивними, експресивними, емоційно забарвленими. Однак в останніх дослідженнях у галузі емотіології найчастіше застосовують поняття *емоційна лексика*, тобто сукупність лексичних одиниць, якими можна передати емоційний стан мовця [1, с. 286]. Емотивність властива всім мовним рівням англійської мови: фонетичному, лексичному, морфологічному й синтаксичному та кожному з них притаманна своя сукупність засобів для вираження психоемоційного стану людини.

Можемо стверджувати, що фонема містять інформацію сенсорно-емотивного характеру. В англійській мові за допомогою комбі-

нації певних звуків можна викликати конкретні відчуття. Наприклад, звукосполучення [sl] асоціюється з чимось неприємним: *slime* (слизь), *slug* (слимак), *sloppy* (неоханий) тощо. Негативні відчуття також кодує звукосполучення [kr]: *cruel* (жорстокий), *crash* (аварія) та ін [7, с. 181].

На морфологічному рівні емоційний компонент зазвичай виражено за допомогою різних морфем, зокрема суфіксів. До емотивних суфіксів англійської мови можна віднести: – *y*, – *ling*, – *let*, – *ster*, – *kin*, – *ette*, – *ard*. Однак такі суфікси прийнято вважати потенційно абівалентними [7, с. 181]. Наприклад, емоційно-забарвлені лексичні одиниці: *mommy*, *darling*, *lovely* є зразками поєднання емотивно-нейтральних кореневих морфем з емотивними суфіксами.

Для синтаксичного рівня англійської мови характерним є використання питальних, окличних, еліптичних, інвертованих речень та вставних конструкцій. Хоча неможливо виділити якийсь конкретний набір синтаксичних структур, що використовують для вираження певного емоційного стану, проте все ж можна простежити певну постійність. Наприклад, для передавання емоції здивування характерними є питальні, окличні, незакінчені речення та повтори. Загалом, чим вищий ступінь емоційного напруження, тим більшою є дезорганізація самого речення. Повтори, незакінченість думки, перерваність є ознаками великої концентрації емоцій: *It's not my fault she left! You know...I've just tried to be a good person. It's not my fault that everything happened in that way* [7, с. 181].

Широкий емотивний потенціал мовних одиниць досліджено на лексичному рівні, адже існують різні підходи для опису англійської емоційно – забарвленої лексики. В. Шаховський виділяє три групи англійської лексики для репрезентації емоції: 1) англійська лексика, що називає емоції або ж номінативна, найчастіше виражена іменниками (*fear*), дієсловами (*to fear*), прислівниками (*frightfully*) та прикметниками (*fearsome*). 2) англійська лексика, що описує емоції (дескриптивна). Опису зазвичай підлягає зовнішня експресія, викликана певною подією, а не емоція в цілому. Така лексика характеризується тим, що вона є свідомим вираженням емоцій за допомогою лексичних одиниць. 3) англійська лексика, що виражає емоції або експлікація вживається безпосередньо для пояснення певної емоції [цитуємо за 6].

За ознакою частиномовної належності лексико-семантичних засобів англійської мови, що використовують для позначення емоцій належать субстантивні, адвербіальні, ад'єктивні та дієслівні засоби.

До складу субстантивних вербалізаторів емоцій належать іменники (anger, fear, happiness), адвербіальний тип виражено прислівниками (angrily, fearfully happily), ад'єктивну номінацію емоцій здійснюють за допомогою прикметників (angry, fearful, happy), дієслівну ж – за допомогою дієслів (cry, shout, laugh) [3, с. 88].

Окрім вище зазначених класифікацій існує ще одна, у якій виділено чотири підтипи засобів вираження емоцій: 1) **клішований**, найчастіше представлений вигуками та асоціюється з певним виразом обличчя (wow!); 2) **спеціальні слова**, закріплені за певною емоцією, які можуть бути подібними до вигуків (amazing); 3) **стійкі конструкції**, у яких емоції виражають прямо, а у своєму складі вони містять емоційні слова різного типу (I'm happy, I'm frustrated); 4) **вільний**, до якого належать контекстуально мотивовані конструкції для позначення емоційного стану мовця, наприклад, комбінація прямої мови з дієсловом, що у своєму складі має емоційний компонент («Go away!, – he shouted») [8, с. 83].

Не залишається й поза увагою лінгвістів та літературознавців питання функції англійської лексики емоцій. Багато вчених вважають, що емоційне самовираження особистості є первинним призначенням емотивів. Однак їм також притаманна й функція впливу, яку реалізують в тому випадку, коли емоції виражають із певною метою. В. Шаховський виділяє такі основні функції англійської лексики емоцій: комунікативну, емотивну, експресивну та прагматичну. Мовознавець зазначає, що оцінка будь-чого є необхідним складником емотивів, адже вона завжди емоційна [11, с. 52-53]. Аналогічним є погляд мовознавця В. Чабаненка, який розглядав вираження емоцій як суспільну оцінку [10, с. 180]. У тексті емотивна англійська лексика виконує дві основні функції: створення емотивного змісту та емотивної тональності. Також своєрідними функціями такої лексики науковці вважають описову – побудова психологічного портрета героя; інтерпретаційну – емоційне розкриття та оцінка світу, зображеного в тексті [5, с. 224].

Висновки У статті ми проаналізували декілька варіантів класифікацій емоцій, що були запропоновані різними науковцями, однак загальноприйнятим варіантом вважають поділ емоцій на позитивні, негативні та амбівалентні. Наявність емоційного компонента притаманна всім без винятку мовним рівням англійської мови, проте кожен із них має свою сукупність засобів для вираження психоемоційного стану особистості.

Перспектива подальшого наукового дослідження означеної теми пов'язана з актуальністю дослідження емотивної англійської лексики у сучасних лінгвістичних студіях, зокрема подальшого дослідження потребує проблема репрезентації емоцій на різних мовних рівнях англійської мови.

Література:

1. Бондарчук Т. І Лексичні засоби вираження емотивного значення в сучасній німецькій мові. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Л. Українки*. 2016. № 5. С. 285–289.
2. Додонов Б. И. Эмоция как ценность. М: Политиздат, 1978. 217 с.
3. Іванова О. В. Антропоцентрична парадигма мови у сучасній лінгвістиці. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія: Філологічні науки*. 2013. № 186(2). С. 69.
4. Іщенко М. П. Вербальні засоби вираження емоцій у романі Джейн Остін «Гордість і упередження». *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2019. № 38. С. 87–88.
5. Копчикова І. В. Роль емоцій у процесі текстотворення. *Актуальні проблеми сучасної транслатології, лінгвокраїнознавства та теорії міжкультурної комунікації*: зб. матеріалів IV Всеукраїнської наук – практ. Інтернет-конф., м. Вінниця, 3 жовт. 2019 р. Вінниця, 2019. С. 220–225.
6. Лукашенко О. О. Особливості вербалізації емоції страху в сучасній англійській мові. *Сучасні філологічні дослідження та навчання іноземної мови в контексті міжкультурної комунікації*. 2016. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/21308/1/%D0%9B%D1%83%D0%BA%D0%B0%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE.pdf> (дата звернення: 14. 02. 2022).
7. Мац І. І. Різновиди емоцій та способи їх вербалізації (на матеріалі англійської мови). *Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка*. 2003. № 11. С. 181–182.
8. Петренко Є. М. До проблеми вербалізації емоцій. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2018. № 37. С. 81–83.
9. Романова Н. В. Проблема емоційної і емотивної лексики. *Науковий вісник Волинського національного університету ім. Л. Українки*. 2011. С. 174–178.
- 10 Чабаненко В. А. Стилїстика експресивних засобів українська мови: монографія. Запоріжжя: ЗДУ, 2002. 351 с.
11. Шаховский В. И. Категоризация эмоций в лексико-семантической системе языка. Воронеж: Изд-во Воронежск. гос. ун-та, 1987. 192 с.

УДК 811.111:316.77

Сарафин Анастасія Вікторівна,
Національний університет «Острозька академія»

ХАРАКТЕРИСТИКА МОВЛЕННЯ ДОРІАНА ГРЕЯ У РОМАНІ О. УАЙЛЬДА «ПОРТРЕТ ДОРІАНА ГРЕЯ»

У статті досліджується мовлення головного героя, його характерні мовленнєві особливості та складові елементи, простежуються та аналізуються лексико-граматичні засоби побудови мовного образу Доріана Грея у романі О. Уайльда «Портрет Доріана Грея».

Ключові слова: вікторіанська епоха, літературний жанр, драматичний роман, лексико-граматичні особливості.

The article examines the protagonist's speech, its characteristic speech features and constituent elements, traces and analyzes the lexical and grammatical means of constructing the linguistic image of Dorian Gray in O. Wilde's novel «Portrait of Dorian Gray».

Key words: Victorian era, literary genre, dramatic novel, lexical and grammatical features.

Актуальність дослідження та постановка проблеми. Метою створення образу Доріана Грея став своєрідний виклик суспільству пізнього Вікторіанського періоду, що полягав у прагненні зруйнувати побут і звичне сприйняття англійського джентельмена кінця ХІХ століття. Образ Доріана складний і суперечливий, він проходить певні етапи розвитку. Зокрема еволюція відбувається в мовленні головного героя. Лексичні конструкції, риторичні питання та вигуки роблять мовлення Доріана Грея образним, емоційним, експресивним та динамічним. Актуальність даної теми полягає в тому, що більшість вчених-лінгвістів, мовознавців та викладачів намагаються краще збагнути специфіку творів Оскара Уайльда, а особливо мовленнєві фактори, які обирає автор для більш точного відображення світогляду і переданої інформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Характер оповіді в англійському романі завжди був предметом інтересу багатьох лінгвістів, в тому числі мовлення персонажів. Цій проблемі присвячені праці Куприянної Є.С., яка написала книгу «The Mythologeme of Eternal Youth», сприяючи на проблему «вічної» молодості Доріана Грея. Особлива увага праці Куприянної відводилась на специфічне мовлення героя, яким наділив його Уайльд, таким чином намагаючись відобразити його емоційний стан. Також досить відомими є праці Ж.Лаегланда, Е.Gomel, J.Hodson, та багатьох інших. Роман становить основу англійської літератури другої половини XIX століття, який формувався та набував жанрової завершеності саме у вікторіанську епоху. Більшість з цих мовознавців намагались викласти особливості мовлення персонажів, які динамічно змінюються протягом всього роману.

Метою статті є дослідження особливостей мовлення головного героя роману, лексико-граматичні особливості побудови мови у англійському художньому тексті.

Досягнення поставленої мети передбачає реалізація таких завдань:

- з'ясувати лексико-граматичні особливості мовлення головного героя;
- проаналізувати динамічні зміни у мовленні Доріана Грея.

Виклад основного матеріалу. Образ Доріана Грея є центральним в романі. «Моя первісна ідея була написати про молодого чоловіка, який продає душу за вічну молодість; ця ідея має давню літературну історію, але я надав їй нову форму», – коментував Уайльд свій задум [2, с. 356; 2, с. 70].

Однією з характерних ознак мовлення Доріана Грея протягом усього твору є висока частотність вживання індивідуального займенника *I*. Граматичне значення займенника в даному випадку прямо співвідноситься з егоцентризмом головного героя, який схильний фіксувати власну рефлексію на будь-які предмети, явища, події, чи це невимушена розмова про музику або реакція на звістку про смерть Сібл Вейн. Граматика англійської мови допускає повторне вживання *I* в межах одного речення. Найбільш презентативними є випадки множинного використання названих займенників у межах одного речення, яких в ряді випадків можна було б уникнути:

I know you are surprised at my talking to you like this. You have not realized how I have developed. I was a schoolboy when you knew me.

I am a man now. I have new passions, new thoughts, new ideas. I am different, but you must not like me less [3, с. 112].

Часте вживання головним героєм роману слів *life* і *love* також є не випадковим і пояснюється тематикою самого роману: тема життя і смерті, краси та любові. З розвитком сюжету контекст вживання слова *life* змінюється. У перших розділах роману герой сповнений ентузіазму, життєлюбності, *life* у його мовленні набуває значення таємниці, перспектива пізнати яку манить і надихає героя:

I remembered what you had said to me on that wonderful evening when we first dined together, about the search for beauty being the real secret of life [3, с. 51].

Розчарування, трагічне усвідомлення неминучості розпаду приходить пізніше, разом із ними змінюється контекст вживання слова *life*:

How extraordinarily dramatic life is! [3, с. 101];

I wonder if life has still in store for me anything as marvellous [3, с. 106].

Динамічно змінюється і контекст вживання слова *love* (як іменника та дієслова). Найчастіше слово зустрічається в четвертому розділі, коли Доріан Грей зізнається лорду Генрі в почуттях до Сібіл Вейн:

I am too much in love [3, с. 15];

Harry, I do love her [3, с. 5].

В останніх главах роману Доріан використовує слово *love* у складі конструкції умовного способу з відтінком значення жалю про втрачену здатність: *I wish I could love* [3, с. 164].

Лексичний рівень мовного портрета Доріана Грея відзначений частотним вживанням імперативів, які герой віддає перевагу м'яким і ввічливим проханням. Також головний герой використовує наказовий спосіб, посилений вигуком:

Ask him to stay [3, с. 18];

Don't leave me, Basil, and don't quarrel with me [3, с. 29];

Come upstairs, Basil [3, с. 156];

Draw that curtain back [3, с. 113].

Посилює імперативність уживанням героєм модальних дієслів *must* і *should*: *should* має відтінок рекомендації, яку можна слідувати або не слідувати, натомість *must* не залишає вибору, чому Доріан Грей і надає перевагу:

My dear Harry, my dear Basil, you must both congratulate me! [3, с. 77];

Basil, you must go [3, с. 110];

You must not tell me about things [3, с. 13].

Зокрема для мовлення героя характерне часте використання таких слів, як *never, always, all i nothing*. Перші два прислівники є квантифікаторами часу. Вони дають кількісну оцінку тимчасового аспекту ситуації із значенням категоричності. Так, *never* може використовуватися для категоричного заперечення того, що будь-яка подія чи властивість мала місце, для вказівки на принципову неможливість чогось або категоричну відмову від чогось. Інші займенники застосовуються або з граматичним значенням посилення негативно-го сенсу всього пропозиції, або з найвищим ступенем прояви, вичерпну повноту ознаки: *If it were I who was to be always young, and the picture that was to grow old! I would give everything!* [3, с. 28].

Динамічність мовлення Доріана Грея – це наслідок його максималізму та експресивності. Експресія відтворюється за допомогою епітетів, метафор, порівнянь. Одним із яскравих описів, створених героєм, є опис театру, в якому Доріан знайомиться з Сібіл Вейн. У ньому виділяється цілий ряд тропів:

About half-past eight I passed by an absurd little theatre, with great flaring gas-jets and gaudy play-bills [3, с. 51].

Епітети в промові героя посилюють інтенсивність переживаних Доріаном емоцій: нестримне бажання *wild desire* [3, с. 51] знати все про життя взагалі, шалена цікавість *mad curiosity* [3, с. 51], усвідомлення незвичайного впливу, який на нього надає лорд Генрі *curious influence* [3, с. 54]. Метафора *a labyrinth of streets and squares* [3, с. 51] уподібнює вулиці та сквери брудних районів Лондона лабіринту, в якому легко заплутатися і відчувати себе беззахисним, що й сталося з Доріаном Греєм.

Мовлення Доріана Грея характеризується численними вигуками та риторичними питаннями. З'являються вони в моменти, коли герой розчарований або спантеличений будь-яким фактом або усвідомленням того, що людина старіє: *I am jealous of the portrait you have painted of me. Why should it keep what I must lose? Every moment that passes takes something from me and gives something to it. Oh, if it were only the other way! If the picture could change, and I could be always what I am now! Why did you paint it? It will mock me some day – mock me horribly!* [3, с. 29].

Висновки. Отже, Оскар Уайльд урізноманітнив мовлення героя лексичними конструкціями, епітетами, метафорами, риторичними питаннями, вигуками, які роблять Доріана Грея емоційним,

експресивним, та динамічним. У романі також можна визначити певні граматичні особливості, які допомагають візуалізувати настрій та переживання героя протягом твору.

Перспектива подальшого наукового дослідження полягає в можливості використання її результатів та положень у навчальному процесі вчителями та викладачами середніх і вищих навчальних закладів під час вивчення англійської літератури ХІХ століття, а також особливостей творів Оскара Уайльда.

Література:

1. Куприянова Е.С. Мифологема «вечной юности» и роман О. Уайльда «Портрет Дориана Грея» // Вестник НГУ. 2009. №51. С. 70-73.
2. Эллман Р. Оскар Уайльд. М.: Колибри, 2012. С. 17.
3. Wilde O. *The Picture of Dorian Gray*. Penguin Books, 2010. С. 256.

УДК 81'23:659»2015/2021»

Сендер Соломія Вікторівна,
Національний університет «Острозька академія»

ПСИХОЛОГІЧНІ ТА ЛІНГВІСТИЧНІ ФАКТОРИ УСПІШНОСТІ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ У ЧАСОПИСІ «VOGUE» ЗА 2015-2021 РОКИ

В статті розглянуті психологічні та лінгвістичні фактори успішності рекламного тексту у часописі «Vogue» за 2015-2021 роки, визначені принципи, які дотримується часопис при створенні рекламних текстів та помилки, які вони допускають.

Ключові слова: часопис, психолінгвістика, текст, реклама, читач.

The article examines the psychological and linguistic factors of success of advertising text in the magazine «Vogue» for 2015-2021, identifies the principles that the magazine adheres to when creating advertising texts and the mistakes they make.

Key words: journal, psycholinguistics, text, advertising, reader.

Нині існують загальні тенденції мовознавства до вивчення психолінгвістичних особливостей англомовного рекламного тексту. Зокрема цікавим є використання психологічних та лінгвістичних особливостей у часописі «Vogue». Актуальність даного дослідження полягає у необхідності проаналізувати те, як психолінгвістичні чинники впливають на успішність рекламного тексту періодичного видання «Vogue».

Мета статті – психологічні та лінгвістичні фактори успішності, використані у рекламних текстах у часописі «Vogue» за 2015-2021 роки.

Психолінгвістику та лінгвістичні фактори успішності тексту, а також питання впливу комунікаційних засобів у цілому та реклами зокрема на знання та вподобання глядачів, слухачів і читачів щодо товарів, послуг, а також інших об'єктів відповідних повідомлень вивчають такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Л. Бове, Ф. Аренс [2],

Д. Болінджер [3], В. Ворошилов [4], Е. Доценко [5], М. Желтухіна [6], Н. Кохтев [6] та інші.

Рекламні тексти все більше і більше охоплюють читацькі, глядацькі і слухацькі аудиторії. На сьогоднішній день фірми, компанії чи організації у зв'язку з безперервним бажанням будь-якою ціною покращити свою успішність часто забувають про той факт, що їхні рекламні повідомлення мають вагомий побічний вплив як на певну людину, так і на конкретну аудиторію, включаючи й хворих, дітей, осіб іншої національності або раси тощо, що може зумовити появу ряду соціальних питань: неправильне уявлення про дійсність, непорозуміння з оточуючими, труднощі під час адаптації в суспільстві тощо. Це допомагає покращити вимоги до рекламних повідомлень і потребує зниження ймовірності негативного маніпулювання свідомістю одержувачів інформації [2, с. 5].

У нашому дослідженні проаналізовано психолінгвістичні особливості рекламного тексту. Для ретельного вивчення цього питання було обрано англomовний часопис «Vogue» за 2015-2021 роки.

У ході дослідження було укладено вибірку речень та фрагментів з рекламних текстів онлайн-журналу «Vogue» [1], у яких яскраво виражено елементи рекламних повідомлень та визначено їх особливості сприймання і розуміння реципієнтами. Слід зауважити, що більшість текстів часопису містять рекламу, проте часто вона є прихованою, тобто не характеризується прямою пропозицією купівлі продукту.

У процесі написання рекламного тексту існує багато важливих критеріїв, які можуть зумовити його успішність. Розглянемо психолінгвістичні аспекти ефективного впливу рекламних повідомлень на читача в онлайн-журналі «Vogue».

У часописі «Vogue» рекламні тексти:

1) мають непрямий характер, тобто у більшості випадків використовується прихована реклама. Наприклад, у публікації «All the Best Front Row Style from Paris Fashion Week» наявний такий рекламний фрагмент: «The Paris collections are fashion's main event, and there has been plenty of style on display at the spring/summer 2022 shows currently underway. As celebrities from across the globe fly in to experience the latest from Dior, Saint Laurent, Chanel, and Givenchy, they're bringing their A-game and suitcases filled with designer goodies» [1]. Тут немає прямої пропозиції купити елемент одягу, але наявний натяк на те, які саме бренди популярні, що може сформувати у реципієнта певне враження про те, на який бренд потрібно рівнятися.

2) містять активний стан дієслів, а не пасивний: The fun kicked off before the shows even began («All the Best Front Row Style from Paris Fashion Week») [1].

The dress was a standout piece within Hashim's Sunset Dream prêt-à-porter collection, a dreamy lineup of gowns that seems tailor-made for awards season («All the Best Front Row Style from Paris Fashion Week») [1].

And let's not forget about the food («18 of the Best Brunch Spots in London» [1].

Discover Vogue's definitive guide to the best brunches in London, below («18 of the Best Brunch Spots in London») [1].

3) побудовані на тому принципі, що необхідно пам'ятати про психологічне сприйняття тексту як і усного повідомлення, адже запам'ятовуються початок і кінець тексту, перша і остання фраза. Наприклад:

Seeking out the best brunch in London means diving into a pool that can seem, a little like the drinks offerings, bottomless... Discover Vogue's definitive guide to the best brunches in London («18 of the Best Brunch Spots in London») [1].

4) містять візуальні та вербальні образи, які є взаємодоповнюючими і не суперечать один одному. Наприклад, у публікації «October Is Here – 15 Delightful Dresses to Shop this Month» заголовок повідомлення відповідає зображенню, яке розташоване під ним.

5) фокусуються тільки на позитивній характеристиці продукту. Наприклад, у рекламному тексті «October Is Here – 15 Delightful Dresses to Shop this Month» знаходимо такий уривок:

No matter the occasion or season, there's always plenty of opportunities to wear a dress and, of course, an overwhelming amount of options from which to choose. And since there really is no bad time of year to invest in one, we've put together a monthly edit of our favorite dresses you can shop right now [1].

Цей фрагмент з рекламного повідомлення акцентує увагу на тому, що плаття можна одівати у будь-яку пору року та у будь-яку погоду, що є його великою перевагою.

6) містить такий сенс рекламного повідомлення, який є ширшим, ніж опис товару або послуги: в цьому рекламна стратегія. Наприклад, у повідомленні «October Is Here – 15 Delightful Dresses to Shop this Month» наявний такий фрагмент:

October has arrived and with it, 15 fabulous fall dresses to wear all season long. Whatever the month has in store for you – be a weekend of

leaf-peeping, a fall wedding, or perhaps you're hosting a Halloween bash, you'll need something to wear [1]. В цьому уривку спостерігаємо використання такої стратегії: наголосити на тому, що при купівлі цього плаття у покупця з'явиться можливість не тільки отримати красиву річ, а й відсвяткувати Хеловін та здійснити надзвичайне враження на оточуючих.

7) підтримують ритм і баланс тексту. Оповідання йде плавно, а окремі речення об'єднують ідею:

It is pretty easy to fall in love with Château Voltaire, the newish and gorgeously appointed hotel on Paris's Rue St. Roch, and within glass-shattering distance of a soprano's aria at the Opera Garnier («In Paris, Château Voltaire Offers Up Timeless Charm—And Delectable Chocolate Mousse») [1]. У цьому фрагменті вказана інформація про переваги готелю у Парижі. Текст сприймається як гармонійне поєднання фактів про відпочинковий комплекс. Статтю об'єднують ідеї комфортного відпочинку у готелі, виражена словосполученнями «the newish and gorgeously appointed hotel» та «Timeless Charm—And Delectable Chocolate Mousse».

8) є ретельно вичитаними, адже автори не припускаються орфографічних чи пунктуаційних помилок.

У рекламних текстах часопису «Vogue» також використано такі прийоми:

1) уникнення прямих порівнянь з конкурентами і згадувань їх імен;

2) наявне нагромадження підрядних речень, що, на наш погляд, інколи може стати перешкодою до легкого сприйняття інформації, наприклад:

We've pulled options for you; dresses so comfortable you'll want to wear them whether you have plans or not. But that said, there are also dresses you'll want to be seen in, say, Richard Quinn's far-out florals and Thebe Magugu's swishy fringed wool number. For the more minimal-minded, an ivory contrast piped sweater vest dress or black jersey t-shirt dress are versatile autumn day dresses of which you're sure never to tire («October Is Here – 15 Delightful Dresses to Shop this Month») [1].

3) уникнення перерахувань, що виходять за рамки трьох коротких пунктів;

4) уникнення речень з однаковою синтаксичною будовою, наприклад:

It's time to break out an ultra-luxe sweater dress before you have to layer up with a jacket. Or maybe you'd prefer to swaddle yourself in a

cozy bouclé midi or a body-clinging ribbed cardigan dress? («October Is Here – 15 Delightful Dresses to Shop this Month») [1].

Oh, yes. Dust off Edith Wharton's *Age of Innocence* and *The House of Mirth*. The 2022 Met Gala will ask its attendees to embody the grandeur—and perhaps the dichotomy—of Gilded Age New York («The Met Gala 2022 Dress Code? Gilded Glamour») [1].

У цьому фрагменті використано два типи речень: розповідне та питальне.

5) уникнення вживання знаків оклику та трьох крапок;

6) надмірних похвал рекламованого продукту. Як уже було зазначено, у журналі «Vogue» більшість реклам є прихованими. Таким чином, використовується тільки натяк на рекламний продукт.

Отже, було з'ясовано, що у процесі опрацювання рекламних текстів реципієнтами суттєвим є дотримання правил його сприймання. Було визначено такі принципи написання рекламних текстів в у часописі «Vogue» за 2015-2021 роки: використання непрямой реклами продукту; використання активного стану дієслів, а не пасивного; турбота про психологічне сприйняття тексту як і усного повідомлення; містять візуальні та вербальні образи, які є взаємодоповнюючими і не суперечать один одному; фокус тільки на позитивній характеристиці продукту; включення тільки такого сенсу рекламного повідомлення, який є ширшим, ніж опис товару або послуги; підтримка ритму і балансу тексту; відсутність орфографічних чи пунктуаційних помилок.

Література:

1. Vogue : official web-site. URL : <https://www.vogue.com/> (Last accessed: 20.04.2021).

2. Бове Л., Аренс Ф. Современная реклама. Творчество в составлении рекламных текстов. Тольятти : Довгань, 1995. 704 с.

3. Болинджер Д. Истина – проблема лингвистическая. Язык и моделирование социального воздействия. М. : Прогресс, 1987. С. 23-43.

4. Ворошилов В.В. Журналистика и бизнес: реклама и «паблик рилейшнз» в структуре массовой информации. СПб. : Типолаборатория ф-та журналистики СПбГУ. 1993. 456 с.

5. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. СПб. : Речь, 2003. 304 с.

6. Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ : монография. М. : Институт языкознания РАН; Волгоград : ВФ МУПК, 2003. 656 с.

7. Пентилук М. І. Актуальні проблеми сучасної лінгводидактики : збірник статей. К. : Ленвіт, 2011. 256 с.

УДК 81'373.612.2

Тюкавіна Дарія Сергіївна,
Національний університет «Острозька академія»

АНАЛІЗ ЛЕКСИКИ ПЕРСОНАЖІВ РОМАНУ СТІВЕНА КІНГА «КРАЇНА РОЗВАГ»

У статті розглядається лексика персонажів роману Стівена Кінга «Країна розваг», з'ясовується та досліджуються заголовки, розглядаються окремі слова. Словосполучення та вирази, і їхній вплив на психічний стан, емоції, та безпосередньо думки читача. Аналізується поняття «сапсан» у романі, використані мовленнєві засоби якими оперує автор для створення тривожно-напруженої атмосфери, досліджено емоційно-забарвлені слова які створюють відчуття страху у процесі читання роману.

Ключові слова: атмосфера сапсан, термін «хорор», сленг, жаргонізм, література жанру жахів.

My article examines the specific vocabulary of the characters in Stephen King's novel «Funland», clarifies and investigates the titles, examines individual words, word combinations and expressions, and their impact on the mental state, emotions and direct opinions of the reader. The author analyses the notion of «peregrine» in the novel, uses the speech means used to create anxious and tense atmosphere, investigates emotionally coloured words which create the feeling of fright in the process of reading the novel.

Key words: Peregrine atmosphere, the term «horror», slang, jargonism, horror literature.

Постановка проблеми. Романи Стівена Кінга, відомого усім як сучасного та в той же час неперевершеного короля страху – стають все більше популярними з кожним днем. І тому література жанру хорор почала лідувати серед інших, захоплюючи увагу читачів все більше. Цікавляться цим питанням уже не тільки закордонні дослідники, а й велика кількість українських знавців літератури, студентів

іноземних факультетів, перекладачів, викладачів-лінгвістів. Оскільки популярність творів зростає, відповідно і збільшується потреба у якісному перекладі, який неможливий без детального аналізу лексики персонажів романів, що і сприяє розвитку мого дослідження.

Аналіз основних досліджень і публікації. Активним дослідженнями цієї проблеми займалися такі зарубіжні дослідники як: Г. Ф. Лавкрафт, Є. К. Берг, Н. Керол, М. Класен, а також вітчизняні науковці, такі як О. У. Артемева, Б. Ф. Жамельков, Е. В. Жаринов та інші.

На приклад, розглядаючи термін «страх», К. Ізардов стверджував, що це поняття переноситься на буденну емоцію, іншими словами це вроджений, нормальний рефлекс реагування людського організму на зовнішні подразники чи небезпеки, який безпосередньо пов'язаний із власним захистом [1, с. 10].

Метою статті є проаналізувати основні аспекти породження страху за допомогою лексичних засобів на різних мовних рівнях у романі Стівена Кінга «Країна розваг»

Виклад основного матеріалу: Основним елементом створення атмосфери жаху є специфічна лексика, використана автором у процесі написання роману. Ця лексика і викликає емоційне збудження в людському мозку у процесі читання, що характеризується не тільки уявою письменника, а уже й безпосередньо уявою читача, який «вникає» у той чи інший твір. Якщо говорити про емоції, то вони являють собою певну сукупність психічних реакцій, що і оцінюють характер впливу на читача певних сукупних, зовнішніх факторів. Ці фактори запускають основний механізм психічної регуляції, який спрямовує нас «перенестися» з читацького середовища у реальність, вигадану автором, тим самим розвиваючи нашу фантазію. Спираючись на слова Г. Ф. Лавкрафта, найсильніша та водночас найпотужніша емоція, яку можна викликати штучно – страх, а найбільше він проявляється коли людина постає перед небуттям або чимось невідомим. І саме ось це «невідоме» створює атмосферу сапсан у романах Стівена Кінга.

Метою саспенсу є введення читача у особливий занепокоєно – тривожний стан. Принцип роботи цього поняття заключається у так званому відтягуванні основної події, що тримає читача у постійній напрузі, не даючи занудьгувати. Фундаментом атмосфери саспенс є тісне поєднання трьох основних факторів, які складають його, а саме: подальша невідомість – тривога (страх) – таємниче очікування. Саме химерність, бентежність та власна зацікавленість у подаль-

шому розвитку подій і є основними елементами структури жанру «хорор».

Але основою будь-якого художнього твору, що створює сюжет, в той же момент наділяючи його особливими елементами це його лексика. Важливою складовою також являється і граматика, але беручи до уваги романи жанру «хорор», важливо відмітити одну деталь, а саме те, що таким творам притаманні граматичні помилки. До прикладу, Стівен Кінг, допустився помилки у назві одного з своїх шедеврів. Назвавши роман «Кладовище домашніх тварин» «Pet Semetary» замість «Pet Sematary». Граматична помилка була навмисною, адже Кінг хотів звернути увагу на те, що надпис був виконаний дітьми [4].

Усі персонажі Стівена Кінга використовують або ж нейтральну лексику (literary vocabulary), яка включає в себе жаргонізми, літературні слова, словосполучення та вирази, неологізми та деякі терміни, або ж розмовну лексику (colloquial vocabulary), що включає в себе сленг, вульгаризми («It's just what I was considering you didn't ride in that truck of yours,») , діалектні слова та вирази.

Мовний портрет персонажа це ще одна вдало використана Стівеном Кінгом особливість, що являє собою певну сукупність його реплік, за допомогою яких автор закріплює певну чітку позицію ролі персонажа. Особливості лексики персонажів діляться у свою чергу на дві групи. До першої групи належать усі ті особливості діалогічного мовлення, типові для героя. До другої належать ті фактори, що включають в себе використання персонажем діалекту, жаргону, власне розмовної мови та власне все те, що впливає на це [4]. Також існує ще так звана третя група, у яку входять індивідуальні лексичні особливості, що включають в себе вживання лише окремих слів персонажем. Наприклад, це можуть бути певні слова, вирази чи навіть цілі речення, які використовує автор щоб показати, що герой є балакучим чи навпаки. Також, до цієї групи входить манера мовлення персонажа, яка у свою чергу може бути лаконічною або ж книжковою.

Звертаючи увагу на дослідження, проведені Є. Петровою, можна сміливо сказати, що лексика жанру хорор базується на основі емоційно-прагматичного відношення автора до мови викладу. Або ж, наприклад до асоціативно-семантичного кола поняття «хорор» входять так звані мікро кола: поняття «fear» (страх), «supernatural phenomena» (надприродні явища), «terrible things» (жахливі речі). Власне, що стосується конкретної лексики та її перекладу, то вона

базується на міжлітературній взаємодії усіх сукупних понять та явищ, які безпосередньо включають в себе смислові та змістові елементи тексту. Також, романи Кінга мають за мету не тільки попередити, налякати читача, а й розкрити певні концепти глибокої психології та її сукупних понять у взаємодії з важливими структурними чинниками, що впливають на це. Твори цього автора мають не тільки криваві сценки жаху, а й давно забуті життєві історії відомих людей, на помилках яких [5]. Можна винести для себе чимало уроків на майбутнє. Тому, література жанру «хорор» виконує безліч функцій, зокрема комунікативну, мислительську, естетичну та пізнавальну функції, і в той же час дає нам поштовх до роздумів, застерігаючи від необдуманих вчинків.

Висновки: У ході дослідження романів американського письменника Стівена Кінга на основі роману «Країна Розваг» було проаналізовано лексику роману та стилістичні особливості твору. Було проаналізовано виражальні засоби якими оперував автор у ході своєї роботи, а також, вплив атмосфери сапсан на психіку та загальний емоційний стан читача.

Перспектива подальшого наукового дослідження моєї теми полягає у глибшому вивченні лексичних та стилістичних засобів, лексики, виражальних засобів, якими оперує автор у ході своєї роботи, провести статистику використання.

Література:

1. Analysis of Stephen King's Novels. Literary Theory and Criticism. URL: <https://literariness.org/2018/12/31/analysis-of-stephen-kings-novels/>

2. Encyclopedia Britannica, Stephen King. (2021, September 17). URL: <https://www.britannica.com/biography/Stephen-King>

3. Roger Ebert on the future of the feature film. Encyclopedia Britannica. URL: <https://www.britannica.com/topic/Roger-Ebert-on-the-future-of-the-feature-film-1988414>

4. Stephen King: Crime Writer. CrimeReads. URL: <https://crimereads.com/stephen-king-crime-writer/>

5. Stephen King's It is one of the greatest American horror novels of all time. URL: <https://www.fandom.com/articles/stephen-kings-shoots-fall>

6. Кінг С. Е. Історія Лізі. Видавничий центр Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля», 2007. 620 с.

7. Творчество Стівена Кінга и массовая литература. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197429612.pdf>

8. Художественное своеобразие произведений С. Кинга | Стаття в сборнике международной научной конференции. URL: <https://moluch.ru/conf/phil/archive/27/2295/>

УДК 81'4:659:379

Фабрикiна Вікторiя Олегiвна,
Національний університет «Острозька академія»

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКОЇ ЛЕКСИКИ ТУРИСТИЧНИХ РЕКЛАМ 2021 РОКУ ТУРЕЧЧИНИ

У статті досліджується специфіка стилістичного функціонування англійської лексики у мові рекламних текстів туристичних агенцій Туреччини щодо їх експресивно-лінгвістичного навантаження та охарактеризувати її семантичні особливості.

Ключові слова: стилістичне функціонування, рекламні тексти, туристичні агенції, Туреччина, лінгвістика.

The article examines the specifics of the stylistic functioning of English vocabulary in the language of advertising texts of Turkish travel agencies on their expressive and linguistic load and characterize its semantic features.

Key words: stylistic functioning, advertising texts, travel agencies, Turkey, linguistics.

Актуальність дослідження та постанови проблеми. Туристична реклама є ефективний засіб реалізації маркетингової політики турагенства щодо просування екскурсійних послуг, налагодження та посилення зв'язків між виробником і споживачем туристичного продукту. Проаналізувавши загальні науково-теоретичні аспекти дослідження туристичної реклами загалом, її функціонального та експресивного наповнення, а також специфіки функціонування мови у рекламних текстів туристичної сфери, можемо стверджувати, що ці питання сьогодні є актуальним об'єктом для вивчення лінгвістів та дослідників сучасності (психологів, філософів, соціологів).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення специфіки мови рекламних оголошень, зокрема визначення лексико-семантичного навантаження лексичного складу реклами, її функціонального та експресивного наповнення належить до актуальних мовознавчих

досліджень. Значний внесок у розробку теоретичних питань щодо особливостей та специфіки мови рекламних текстів зробили такі відомі вітчизняні й зарубіжні науковці, як: Н. Власова, В. Зірка та інші

Мета статті – дослідити специфіку стилістичного функціонування англійської лексики у мові рекламних текстів туристичних агентцій Туреччини щодо її експресивного навантаження та охарактеризувати її семантичні особливості.

Виклад основного матеріалу. Компанія просуває певні послуги на туристичному ринку, публічно висвітлюючи дані про свою здатність підвищувати попит і збільшувати продажі за допомогою художніх, технічних і психологічних прийомів. Реклама в туристичній індустрії має специфічні особливості, які розкривають саму специфіку діяльності товару – туристичних послуг. Ця різниця відображається у таких аспектах: туристичний текст несе велику значимість за істину і точність повідомлень, які поширюються за її допомогою; послуги, які не мають стабільної якості, смаку, корисності, зобов'язують пріоритетного процвітання характерних ознак реклами, як інформаційність і пропаганда; своєрідна специфіка туристичних послуг передбачає потребу використання глядацьких, наочних елементів, які більш повно відображають фактори туристичного інтересу (фотоматеріали, картини, ілюстровані матеріали тощо); реклама є незмінний супутник туристичної індустрії і обслуговує людей не тільки до, але й під час, і після подорожі, що несе унікальну відповідальність [3]. Зважаючи на сказане вище, зазначимо, що загальна комунікативно-прагматична мета туристичних рекламних текстів зумовлює їх своєрідну як синтаксичну, так і лексичну організацію. Вони (рекламні тексти оголошень) являють комплекс одиниць різних знакових систем: вербально-лінгвістичної (текст, який може складатися з назви (заголовка) та особливих одиниць (надфразних єдностей), має певну цілеспрямованість і прагматичну настанову) та невербально-лінгвістичної (зображення, відеоряд, аудіо частина тощо).

Враховуючи той факт, що з рекламним текстом адресат не може познайомитися до тих пір, поки не зануриться у рекламну пропозицію тієї чи іншої туристичної фірми, копірайтери використовують насамперед аргументи, які надають мові виразно-емоційні ознаки, тобто засоби мовної експресії [2]. Зважаючи на вище вказані види відпочинку, зазначимо, що Туреччина надає широкий спектр археологічних, історичних, рекреаційних і живописних пам'яток, що, у свою чергу, потребує якісної реклами серед населення усього світу.

Проаналізувавши рекламні оголошення туристичних агенцій Туреччини 2021 року, можемо сказати, що в рекламних оголошеннях туристичної індустрії обраної нами для дослідження країни широко використовуються лексеми-запозичення з англійської мови. Це зумовлено екстралінгвістичними факторами. Так, період 90-х років минулого століття характеризується швидким зростанням значної кількості закордонних туристичних фірм. У той час термінологічний апарат для рекламування туристського продукту будь-якої країни був відсутній, тому і виникла тенденція запозичення англійського термінологічного шару лексики, тому що йому був властивий інтернаціональний характер з огляду на розповсюдженість англійської мови у цій індустрії. Це знайшло свою особливість у запозиченнях шляхом калькування, транскрипції і транслітерації (наприклад, гарантовані номери, тур), а також варваризмів (наприклад, *Executive Suite – представницький люкс*) [4, с. 185].

Поширеними англійськими запозиченнями майже в усіх туристичних агенціях Туреччини є такі лексеми, як *travel package, package discounts* / туристичний пакет, пакетні знижки (використання туристом деяких послуг фірми: отримання квитків, замовлення готелю, екскурсій тощо); VIP-туризм (походить з англійського вираження *very important person* – важлива особа), джип-сафарі (анг. *jeep safari*) – екскурсійна або мисливська подорож на джипі з метою спостереження за тваринним світом або полювання.

Важливо зазначити, що дослідження лексики туризму у мовознавстві викликає значний інтерес і для лінгвістів, і для працівників туристичного бізнесу, оскільки все більша диференційованість професійної діяльності висуває високі вимоги до загальної якості підготовки спеціалістів цієї сфери. Відтоді як туристична індустрія стала відокремленою галуззю економіки, з'явилася необхідність виділити пласт лексичних одиниць у самостійну термінологічну систему. Ця термінологія є засобом масової комунікації, а її дослідження – важливою умовою успішної професійної туристичної діяльності [4, с. 142].

Зазначимо, що запозичення з англійської мови термінів в рекламних текстах туристичних агенцій Туреччини 2021 р. є цілком виправданим, оскільки англійська мова є мовою міжнародного спілкування. Наприклад, термін *таймшер* (англ. *time-share*), що позначає іноземну реалію, активно використовується в бізнесі та туризмі: придбати таймшер – означає укласти угоду, за якою ви купуєте право на володіння нерухомістю на певний період часу протягом

року. У туризмі – це пакет документів, що дає власнику право на користування пільгами під час сімейного відпочинку [5]. Тому такі терміни є досить поширеними в рекламних оголошеннях турагенцій будь-якої країни.

Досить часто в у рекламних текстах туристичних агенцій Туреччини уживається запозичення з англійської «драйв». Англійська лексема *drive* означає «їхати, гнати, швидко рухатись, нестися; енергійні зусилля, енергійна робота, напруження в роботі; збудження, гонитва; для тих, хто займається гольфом або тенісом, – один з основних сильних ударів» (в англійській мові, залежно від контексту, має близько 14 значень). Так чи інакше, наведена англійська лексема вносить у мовне оформлення туристичної реклами експресивне навантаження.

Висновки. Отже, швидкий розвиток туризму у світі, у тому числі в Туреччині, зумовив запозичення значної кількості англійських термінів і для позначення нових для нашої дійсності термінів, і для дублювання уже наявних назв і понять задля надання їм престижності та закордонного забарвлення, передусім із рекламною метою. Більша частина лексики туризму є загальноживаною, виходить за межі вузько галузевого використання, роблячи доступним і саму тривалість спілкування з туристами. Окрім того, значення таких слів може практично повністю збігатися зі значенням відповідних термінів туристичної сфери.

Література:

1. Біян Н. Лексико-семантична та структурна класифікація термінів у галузі туризму в англійській мові. *Збірник наукових праць «Іноземна філологія».* Український науковий збірник. 2009. Вип. 121. С. 142-149.
2. Іванова Л.О. Специфіка реклами на ринку туристичних послуг. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/17138/1/99-Ivanova-164-165.pdf> (дата звернення: 15.07.2020).
3. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. URL: https://tourlib.net/books_ukr/kyfjak_10.htm (дата звернення: 20.08.2021).
4. Матвіяс О., Романчук О., Базиляк Н. Комплексні фразеологічні одиниці у термінологічній системі галузі туризму. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія».* Серія «Філологічна». Острого, 2016. Вип.60. С. 184-187.
5. Шукало І. М. Англомовні метафоричні рекламні слогани та їх переклад українською мовою. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/25328/1/Shukalo.pdf> . (дата звернення: 25.07.2020).

УДК 811.111'27

Хилимон Марія Василівна,
Національний університет «Острозька академія»

ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ АНГЛІЙСЬКОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ

Статтю присвячено огляду теоретичних праць, в яких описано основні особливості класифікації та утворення англійського молодіжного сленгу та його використанню у сучасній англійській мові. У роботі аналізуються основні джерела появи англійських сленгів і описуються шляхи появи, способи словотвору та функціонування одиниць сленгу англійської молоді.

Ключові слова: сленг, сленгові вирази, лексична одиниця, фонетика, граматика, словотвір.

The paper is devoted to a review of theoretical works, which describe the main features of the classification and formation of English youth slang and its use in modern English. The paper analyzes the main sources of English slang and describes the ways of appearance, ways of word formation and functioning of slang units of English youth.

Key words: slang, slang expressions, lexical unit, phonetics, grammar, word-building.

Актуальність теми і постановка проблеми. Сьогодні можна помітити, що сленг зачіпає практично всі сфери людського життя. Його активно використовують на радіо і телебаченні, в пресі, літературі, в Інтернеті, не кажучи вже про усне спілкування людей практично всіх вікових, соціальних груп. Можна зазначити, що сленг – це «особлива» мова, що здатна передавати думку глибше, гостріше, емоційніше і більш стисло, що дуже важливо для молодого покоління. Так, вміння грамотно використовувати мову сленгу в тій чи іншій ситуації дозволяє не тільки включити людину до певної соціальної групи, а й безпосередньо впливати на свідомість. Молодіжний сленг є однією з найцікавіших і найвідкритіших систем англійської мови

в ХХІ столітті. Він є специфічним показником рівня освіти, менталітету та інтересів сучасної молоді, а також є важливою складовою процесу поповнення та розвитку мови. Особлива увага приділяється розкриттю можливих причин проникнення цієї лексики у мову.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичний аспект сленгу в англійській мові часто викликає масу суперечок. Тому ця тема викликала інтерес багатьох закордонних і вітчизняних лінгвістів і вчених (Є. Галічкіна, Є. Горошко, О. Дедова, Л. Іванов, Л. Компанцева, М. Кронгауз, О. Лутовинова, Н. Мечковська, І. Розіна, М. Рижков, М. Сидорова, Ф. Смирнов, Г. Трофимова, Л. Щіпіціна, S. Barnes, R. Campbell, S. Carton, M. Castells, D. Crystal, M. Heim, SC Herring, K. Hillis, L. Lengel, A. Markham, C. Marshall, J. Nielsen, J. Sanderson, Sh. Turkle, U. Schmitz і ін.)

Мета статті полягає у здійсненні опису класифікації сленгу англомовної молоді, аналізі основних способів його формування.

Постановка завдання: здійснити опис класифікації сучасних сленгових одиниць та виокремити найпоширеніші.

Виклад основного матеріалу дослідження. У структурі сучасної мови молодіжний сленг є окремим феноменом. Під поняттям «молодіжний сленг» заведено розуміти особливо історично сформовану нестандартну (вторинну) підсистему мови, що реалізується головним чином на лексичному рівні і присутній переважно у сфері усного мовлення міського населення. Дана підсистема відрізняється генетично та функціонально від жаргонних та професійних елементів мови [9].

Молодіжний сленг характеризується інтенсивним взаємопроникненням між молодіжною мовою та арго. Велика кількість арготизмів міцно входять і осідають у структури цього виду сленгу. З цього випливає, що молодіжний сленг вбирає у себе лексичні одиниці з інших груп стилістично зниженої лексики.

Лінгвісти пояснюють подібну тенденцію збагачення молодіжного сленгу арготизмами та жаргонізмами, прагненням та тяжінням молодих людей активно використовувати експресивні мовні засоби у своїй промові. Тому варто звернути увагу на те, що часто таке використання ніяк і нічим не мотивоване, а реалізується виключно через стилістичне та емоційне забарвлення даних лексичних одиниць [7, с. 63].

Серед психологічних аспектів проникнення арготизмів у молодіжний сленг можна виділити бажання у самоствердженні та прагнення виділятися на тлі однолітків [7, с. 64]. Також варто зазначити,

що залучення до використання молодіжного сленгу відбувається у молодіжному середовищі в освітніх установах. Основними джерелами поширення молодіжного сленгу є Інтернет та сфера блогінгу, певні ЗМІ (радіостанції, телепередачі тощо) для молоді [2, с. 73].

В рамках цього дослідження було розглянуто соціальний сайт новин «Reddit» [9]. Представлений інтернет-ресурс було створено у 2005 році. Відмінна риса обраного джерела полягає в тому, що являє собою сукупність безлічі окремих сторінок-форумів за сферами інтересів. Цільовою аудиторією даного інтернет-ресурсу є молодь: цей висновок був зроблено на підставі того факту, що переважна більшість форумів присвячена контенту, заснованому на інтересах молодих людей (комп'ютерні ігри, техніка, сучасна масова культура тощо). Аналізували тематичні форуми «funny», «politics» та «gaming» за період з 01.01.2022 по 18.02.2022 рр. на предмет наявності лексичних одиниць, що належать до сучасного англомовного сленгу.

У процесі аналізу виявлено 75 сленгових одиниць. Усі виявлені сленгізми поділяються на чотири категорії – іменники, прикметники, дієслова та службові слова.

Серед іменників слід зазначити й докладніше описати такі приклади сленгових лексичних одиниць:

Dustman – цей сленгізм описує людину-прибиральника. У ньому відбито семантику особливостей його праці (dust) та вказівку на те, що дана сленгова одиниця описує людину.

Srew – цей сленгізм відбиває семантику згуртованої «команди», фактично банди людей чи об'єднання однодумців.

Bird – дана сленгова одиниця використовується для фамільярного звернення до дівчини або її характеристики. Суть цього сленгізму у метафоричному переосмисленні слова «bird» та уподібнення дівчини пташці.

Далі слід розглянути приклади прикметників – сленгових лексичних одиниць:

Barney – дана сленгова одиниця використовується для вказівки характеристики людини, що вказує на її низькі інтелектуальні здібності, а також використовується для опису дурних чи божевільних речей, вчинків.

Bloody – це прикметник-сленгізм використовується для вказівки на зайве емоційне сприйняття ситуації з боку того, хто говорить. Цей сленгізм характеризується високим ступенем експресивності (наприклад Well it depends what you mean by 'resurrected,' its bloody complicated) [9].

Крім того, слід розглянути дієслова – сленгізми:

То *dis* – наведений сленгізм є скороченням, утвореним від дієслова «to dislike». Крім того, семантика приставки «dis-» – заперечення, негативна оцінка, що й було взято за основу конкретної сленгової одиниці (New me, who dis?).

То *WFH* – цей сленгізм належить до галузі роботи, він служить скороченням від фрази «to work from home», що набуло широкого поширення у світі пандемії. Наприклад: Welcome to ‘WFH – Working From Home,’ subreddit dedicated to those of us who work від home, be it for yourself or a company [9].

Серед службових слів слід виділити такі приклади:

Yep/yez – ці сленгізми є службовими словами, які виражають згоду, а за своєю формою є спотвореннями слова «yes». Наприклад: Yep that’s an actual article [9];

Nope/nah – ці сленгізми є службовими словами, які виражають заперечення, а за своєю формою є спотвореннями слова «no».

Наочно розподіл виявлених сленгізмів за частковою належністю зображено у вигляді кругової діаграми (рис. 1).

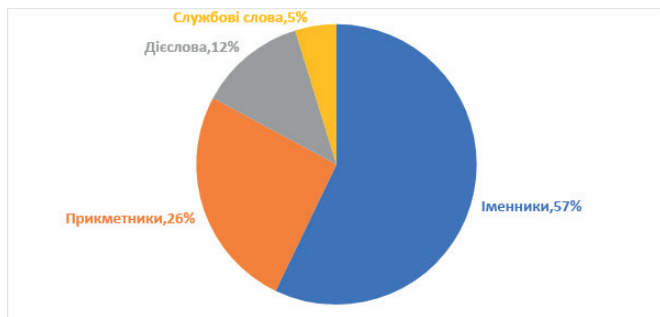


Рис. 1 Розподіл сленгових одиниць за частковою приналежністю

Друга класифікація сленгізмів заснована на способі їх формування. Так, були виявлені приклади афіксації, словоскладання, конверсії, скорочення (зрощення), абрєвіатури, спотворення графічної форми слова, а також метафоризації значення слова.

До прикладів використання афіксації відноситься така сленгова одиниця, як:

Homey – цей сленгізм утворений шляхом додавання суфікса «-у», який також вказує на людину, пов’язану з певними обставинами (We are trying over here homey!).

До прикладів словоскладання належить:

Melomaniac – ця сленгова одиниця утворена додаванням двох основ – «melo» (від «melomane») і «maniac». Таким чином, значення нового сленгізму – «людина, маніакально прив'язаний до музики».

До прикладів використання скорочення належить:

Brekky – цей сленгізм утворений від слова «breakfast». Ця сленгова одиниця утворена і за допомогою скорочення слова, і з використанням афіксації, що надає слову більш розмовного відтінку. Наприклад: Easter Sunday brekky [9].

Крім того, досить широко представлені і аббревіатури:

LOL – цей сленгізм-аббревіатура використовується для опису емоцій та розшифровується як «Laugh out loud».

Говорячи про випадки метафоризації значення нейтральних лексичних одиниць, необхідно виділити наступний приклад:

Wallet – цей сленгізм застосовується для опису людини, мета якої – гроші. Отже, людина уподібнюється до гаманця (наприклад: Old paper wallet man [9]).

Також були виявлені приклади спотворення графічної форми слів:

Luv – ця сленгова одиниця утворена від слова «love», формування цієї спотвореної форми слова засноване на фонетичному звучанні слова «love» (please don't hate me i actually luv this arc).

Висновок. Аналіз корпусу сленгових одиниць показав, що найбільшою групою сленгізму є сленгові одиниці – іменники (58%). Така поширеність іменників у сленгу обумовлена тим фактом, що часто сленг використовується для номінації, і цю функцію в мові виконують іменники. А 25% всіх виявлених сленгових одиниць становлять прикметники, і вони використовуються для того, щоб виразити характеристику описуваних об'єктів або людей.

За проведеною класифікацією було визначено, що нові англійські сленгізми виникають в результаті запозичень з інших мов, повторень, римувань, морфемним способом або шляхом простого скорочення. Було визначено, що аббревіатури та скорочення теж є складниками англійських сленгових лексем. Однак нами було встановлено, що найпоширенішим способом появи нового сленгу є зміна уже існуючих слів і розширення його значення.

Перспектива подальшого наукового дослідження зазначеної теми можна пов'язати з подальшим глибоким вивченням феномену молодіжного сленгу та способів його утворення у англійській мові.

Література:

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык. М.: Наука, 2006. 384 с.
2. Бойко М. Ю. ЛО Ставицька про історію дослідження арго, жаргону та сленгу, 2014.
3. Єнікеева С. М. Системність і розвиток словотвору сучасної англійської мови: [монографія]. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2006.
4. Заводна Л. Сучасний погляд на молодіжний сленг. Нова педагогічна думка, 2014. № 1. С. 52–55.
5. Зацний Ю. А. Сучасний англomовний світ і збагачення словникового складу. Львів: Паіс, 2007.
6. Кияшко Олена Олександрівна. Аспекти соціолінгвістичного варіювання
7. Кобяков О.М., Єрмоленко С.В., Єрмоленко А.І. Інтерлігвальні вектори молодіжного сленгу на матеріалі англomовного та україномовного дискурсів. Філологічні трактати. Том 3, № 3, 2011. С. 79–84.
8. Козьмик Г. О. Світ сучасної людини в контексті мовних змін. Інноваційні процеси у лексичній системі англійської мови на межі XX і XXI століть. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2007.
9. “Reddit: The Front Page of the Internet.” Reddit, URL: <https://www.reddit.com/> (дата звернення: 03.02.2022)
10. Partridge E. Slang: To-day and yesterday. Routledge, 2015.

УДК 811.111 '25

Янковець Ірина Русланівна,
Національний університет «Острозька академія»

**ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ
УСНОГО СИНХРОННОГО ПЕРЕКЛАДУ
З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ
НА МАТЕРІАЛІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ
ІНАВГУРАЦІЙНОЇ ПРОМОВИ ДЖО БАЙДЕНА
У 2021 РОЦІ**

Статтю присвячено дослідженню методології синхронного перекладу; аналізу перекладацьких трансформацій та прийомів при здійсненні синхронного перекладу; визначенню основних проблем під час перекладу та способам їх вирішення; аналізу відеофрагменту синхронного перекладу міжнародної події з англійської мови на українську.

Ключові слова: Синхронний переклад; аудіовізуальний переклад; перекладач-синхроніст; перекладацькі трансформації та стратегії; компресія тексту; розвиток тексту; перефразування; миттєва натуралізація.

The article examines the methodology of simultaneous translation; analysis of translation transformations and techniques in the implementation of simultaneous translation; identifying the main problems during interpretation and ways to solve them; analysis of video fragment of simultaneous translation of an international event from English into Ukrainian.

Key words: Simultaneous translation; audiovisual translation; simultaneous translator; translation transformations and strategies; text compression; text development; reformulation; instant naturalization

Актуальність дослідження та постановка проблеми. У зв'язку зі швидким розвитком ділових та культурних зв'язків у сучасних умовах глобалізації, а разом з тим важливих подій як на регіональ-

ній, так і світовій арені, діяльність синхронного перекладу, як проміжної ланки між культурами, є актуальною. Синхронний переклад є необхідністю у момент вирішення комунікативних проблем, які виникають під час участі у міжнародних подіях, а саме конференціях, засіданнях та конгресах. Достовірна передача інформації є основним завданням перекладача-синхроніста, що вимагає як практичних, так і теоретичних навичок. Перекладач-синхроніст виконує роль інтерпретатора смислового коду, який закладений у вихідному тексті, тому дослідження методів, тактик та перекладацьких трансформацій при передачі цього смислового коду важливі для різного виду дискурсів: політичного, культурного та медійного. Ця наукова стаття присвячена розбору теоретичних та практичних аспектів синхронного перекладу та виокремленню основних труднощів під час здійснення цього виду перекладу. Проблемою цього дослідження є неповне вивчення особливостей синхронного перекладу з англійської мови на українську, а також невелика кількість наукових аналізів синхронних перекладів, здійснених українськими перекладачами, на інтернаціональних подіях у 2021 році.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Синхронний переклад, його практичні та теоретичні особливості досліджуються у працях таких світових та українських перекладачів та лінгвістів: А. Лихолап, Т. В. Чрділелі, І. Солодовиченко, Н. В. Бідасюк, Т. Ільчук, С. В. Скрильник, І. К. Трісनावаті, А. Нетта, Д. Гервер, Д. Джайл.

Мета статті. Проаналізувати та вдосконалити методологію синхронного перекладу на матеріалі репрезентації міжнародних подій у ЗМІ у 2021 році.

Постановка завдання. Здійснити аналіз наукової літератури пов'язаної з особливостями синхронного перекладу, його теоретичними та практичними аспектами; проаналізувати стратегії і тактики синхронного перекладу; виконати аналіз відеофрагменту з синхронним перекладом, виокремити неточності при перекладі, визначити їх причини, а також знайти можливі шляхи їх вирішення.

Виклад основного матеріалу. Синхронний переклад є відносно новим різновидом усного перекладу, що вимагає використання спеціального технічного обладнання та високого рівня освіти в конкретних прийомах і тактиках [5]. Синхронний переклад здійснюється перекладачем одночасно з прослуховуванням тексту, який перекладається. Існує три підвиди синхронного перекладу: 1) *нашіптування (шушутаж)* (перекладач нашіптує переклад одночасно з промовцем, під час цього перекладу можуть бути використані мі-

кро телефонні апарати); 2) *переклад з аркушу* (перекладач сприймає інформацію вихідного тексту, читаючи, аналізуючи й відтворюючи її цільовою мовою); 3) *професійний переклад* [2, с. 2]. Т. В. Чрділелі зауважує, що є певні перекладацькі трансформації та прийоми, способи і методи перекладу, в яких прийом і метод є похідними від способу, які отримані в результаті людської діяльності. Загальновідомі два способи перекладу: знаковий та смисловий. Що ж стосується прийомів перекладу, існує два основних прийоми: *розвиток тексту* (вміння виділити в промовленому реченні загальний сенс, і за допомогою цього сенсу відновити в пам'яті вихідне речення і розгорнути його згідно з правилами мови перекладу); *компресія тексту* (трансформація вихідного тексту, що застосовується з метою спрощення синтаксичної структури тексту і вилучення лишніх елементів висловлення). Другий прийом досить часто застосовується саме у синхронному перекладі [1, с. 26].

Оскільки синхронний переклад є комплексною діяльністю, яка потребує знань певних тактик та стратегій, Деніел Джайл запропонував перелік стратегій під назвою «*copying tactics*» у 1995 році, який є необхідним для практичної роботи перекладача-синхроніста [6, с. 191]. Ці стратегії поділяються на три категорії: тактика розуміння (*comprehension tactics*), тактика запобігання (*preventive tactics*), тактика перефразування (*reformulation tactics*). Остання зазначена тактика досить часто застосовується перекладачами-синхроністами, адже вона допомагає усунути потенційні наслідки технічних проблем або проблем з короткочасною пам'яттю. Ця тактика містить у собі декілька завдань: 1) Заміна певного мовного сегменту більш загальним терміном; 2) Пояснення певного сегменту (якщо перекладач не може знайти еквівалентний відповідник у цільовій мові); 3) Миттєва натуралізація (максимальне наближення терміну до морфологічних або фонологічних правил цільової мови); 4) Пропускання інформації (якщо ця інформація не є смислово-важливою). У свою чергу синхронний переклад найчастіше використовується в ЗМІ, адже вважається найбільш ефективним та швидким шляхом передачі інформації. У 2003 році Габ'єр запропонував новий термін, який є так званим різновидом усного перекладу – аудіовізуальний переклад (*audiovisual translation*) [7, с. 20]. Цей різновид перекладу також інтерпретують, як технічний метод, який зробив лінгвістичну передачу аудіовізуального тексту можливою. Отже, аудіовізуальний переклад (*audiovisual translation*) – це різновид перекладу, який характеризується перекладом вербального супроводу до відеоряду,

що використовується на телебаченні, кінематографії та у перекладі аудіо-відео продукції [3, с. 3]. При перекладі аудіовізуального тексту перекладач працює не лише з текстом, а й з іншими аспектами медіа простору: коментарями, діалогами, звуковими ефектами, зображенням відео-сюжету. Існує декілька типів аудіовізуального перекладу: 1) закадровий аудіовізуальний переклад, 2) переклад «наживо», 3) переклад субтитрів, 4) дубляж. Переклад «наживо», який здійснюється для прямих трансляцій прес-конференцій, звернень, інтерв'ю або ж промов політичних діячів, здебільшого синхронний перш за все тому, що характеризується економією часу, зручністю та можливістю одночасного перекладу на різні мови.

У ході наукової статті було проаналізовано відеофрагмент інавгураційної промови Джо Байдена у 2021 році [4]. Перш за все, варто зазначити саме одиницю комунікації (джерело, мовленнєвий твір і одержувача), переклад якої здійснюється. Різновидом інформації в нашому випадку є промова, публічний монологічний виступ промовця перед певною аудиторією. Щодо визначення джерела інформації та специфіки реципієнта – ця промова проголошувалась «наживо», тому перекладач-синхроніст застосовував аудіовізуальний переклад, адресатом промови була закрыта та розосереджена аудиторія. Ця аудиторія зазвичай спостерігається у засобах масової інформації, у нашому випадку телебаченні або ж трансляції в інтернеті, і перекладач-синхроніст її не бачить. Таким чином, перекладач не отримує зворотного зв'язку, що ускладнює процес перекладу. Оскільки будь-яка промова має чітку завершену форму (зачин і кінцівку), що оформлена за допомогою різних етичних формул, Д. Байден починає свою промову зі слів подяки «*Chief Justice Roberts, Vice President Harris. Speaker Pelosi, Leaders Schumer, McConnell, Vice President Pence, my distinguished guests and my fellow Americans, this is America's day*» [8]. Перекладач-синхроніст перекладає «суддя Робертс», упускаючи слово «*chief*», проте наголос на слові «*chief*» є важливим, адже передає певний статус, що є важливим у політичному дискурсі. Окрім того, перекладач передає «*Vice president Harris*» за допомогою фемінітива «*віце-президентка*» та «*Vice President Pence*», додаючи ім'я Майкл, яке не було сказано промовцем, що вказує на попередню ознайомленість перекладача з політичною темою та самою особистістю промовця. У рядках Д. Байден передає інформацію «...and now a rise of political extremism, white supremacy, domestic terrorism that we must confront and we will defeat», що є важливою у політичному дискурсі, адже Д.Байден наголошує на своїх

основних завданнях перед світом та Америкою в цілому. При перекладі перекладач згадує лише *політичний екстремізм*, не передаючи слів «*верховенство білої раси*» та «*внутрішній тероризм*» [8]. Далі Д. Байден промовляє «*In another January, on New Year's Day in 1863, Abraham Lincoln signed the Emancipation Proclamation*» [8]. Перекладач використав тактику перефразування, а саме пропускання інформації, і не відтворив дату проголошення емансипації – 1 січня 1863 року – у своєму перекладі. У цьому випадку акцент можна зробити не на дату, а на сам акт проголошення і його промовця: замість «*1 січня 1863 року*» перекладач переклав «*свого часу*», таким чином сенс речення не змінюється, зберігається семантична еквівалентність. Однак, саму прокламацію «*Emancipation Proclamation*», перекладач відтворив як «*прокламація захисту нації*», застосовуючи тактику миттєвої натуралізації, адже «*proclamation*» фонологічно наближене до українського відповідника «*прокламація*». Сама ж прокламація, підписана Авраамом Ланкольном, має назву «*прокламація про визволення рабів*», у якій йшлося про надання свободи саме рабам у 10 штатах США. Отже, саме такий переклад був би доречним. Впливати на таку інтерпретацію може інтралінгвальний фактор – недостатнє ознайомлення перекладача з історією Америки. При перекладі речення «*Uniting to fight the foes we face: anger, resentment, hatred, extremism, lawlessness, violence, disease, joblessness and hopelessness*» перекладач опускає відтворення деяких однорідних членів речення. Імовірно, перекладач відтворив лише ті слова, які зміг запам'ятати, наприклад «*екстремізм*», «*ненависть*», «*насильство*», «*хвороби*», «*беззаконня*» [8]. Пропущення однорідних членів речень можливе, якщо зберігається сенс промовленого повідомлення, у цьому випадку перекладач передав зміст, а упущення деяких слів не порушило сенсу сказаного.

Д. Байден промовляє «*Here we stand, where 108 years ago, at another inaugural, thousands of protesters tried to block brave women marching for the right to vote*» [8]. При перекладі перекладач зберіг структуру речення, проте не передав «*108 років тому*», застосувавши тактику упущення певного сегменту, що не вплинуло на сенс повідомлення. На упущення цієї інформації перекладачем вплинув екстралінгвальний чинник – втрата концентрації та швидке мовлення промовця. Слово «*to vote*» перекладач відтворив, як «*обиратися*», що означає «*обирати себе*», хоча промовець мав на увазі «*голосувати*» або ж «*мати право голосу*». Тут Д. Байден наголошує на подіях, які мали назву *Women's Suffrage*, що характеризувались масовими протеста-

ми жінок за здобуття виборчого права. Далі Д. Байден наголошує на роботозабезпеченні населення, кажучи «*I understand they worry about their jobs*», що перекладач відтворив, як «*Вони хвилюються за свою роботу*», пропустивши «*I understand*» [8]. Саме опущення вступних та вставних слів, таких як «*I mean*», «*I understand*», «*so*», «*by the way*», можливе, адже вони не несуть смислового значення, а навпаки перезавантажують речення при перекладі на українську мову. Д. Байден промовляє далі «*We must end this uncivil war that pits red against blue, rural vs. urban, conservative vs. liberal*» [8]. Перекладач відтворює термін «*uncivil war*», як «*нецивільна війна*», тут він керується тактикою миттєвої натуралізації, тобто максимального наближення терміну до морфологічних або фонологічних правил цільової мови. Причиною застосування цієї тактики може бути хвилювання або ж неспроможність миттєво знайти доречний відповідник у мові перекладу. Однак далі перекладач все ж використав термін «*негромадянська війна*», який зустрічається частіше і звучить природніше в українській мові. Тут перекладач на останньому етапі – перевірки перекладу – чує свій переклад і виправляє можливі помилки відразу. У цьому реченні також присутні однорідні члени речення «*red against blue, rural vs. urban, conservative vs. liberal*», з яких перекладач відтворив лише два останні іменники «*консерватори проти лібералів*». До того ж, ці слова були відірвані від контексту, адже перекладач порушив синтаксичну зв'язність та не переклав «*that pits*», аби утворити граматично і лексично правильне речення. Тут можна було використати метод узагальнення однорідних членів речення і перекласти натомість так: «*Ми повинні закінчити цю негромадянську війну, яка підбурює різні верстви населення один проти одного*» або ж «*... нацьковує різні верстви населення один на одного*». Далі Д. Байден звертається до американців зі словами «*...let's say a silent prayer for those who've lost their lives...*» [8]. Перекладач-синхроніст перекладає слова «*a silent prayer*», як «*хвилина мовчанки*», в українській мові явищем для вираження скорботи та поваги до загиблих є саме «*хвилина мовчання*».

Оцінюючи особисті якості перекладача-синхроніста, варто зазначити, що перекладач послуговується певними перекладацькими методами, а саме перефразуванням, натуралізацією, вилученням певної інформації та узагальненням. Зважаючи на певний психологічний тиск та швидке мовлення промовця, перекладач часто упускає частини речення, а також не знаходить доцільних відповідників у цільовій мові. Окрім цього, дикція перекладача-синхроніста нечіт-

ка та інколи нерозбірлива. Можна зробити висновок, що перекладач має нетреновані органи мовлення, тому перед здійсненням усного перекладу необхідно виконувати артикуляційну гімнастику. Інколи перекладач втрачає концентрацію та пропускає окремі фрагменти промови. Оскільки політичні промови характеризуються емоційністю та помпезністю (це залежить також і від особистості промовця), перекладачем були відтворені настрої промовця, наголоси, наказові форми та тональність. Проте, зважаючи на інтралінгвальні та екстралінгвальні чинники, було допущено використання неправильних відмінкових форм, що заважало слухачеві зрозуміти повідомлення промовця сповна.

Висновки. Отже, у ході наукової статті були проаналізовані теоретичні та практичні аспекти синхронного перекладу, а також виокремлені основні перекладацькі тактики та стратегії, якими послуговуються перекладачі-синхроністи, а саме тактика розуміння, тактика запобігання і тактика перефразування.

У результаті аналізу відеофрагменту було досліджено, що перекладачі-синхроністи частіше використовують прийом компресії аніж розвитку тексту, зокрема здійснюючи аудіовізуальний переклад, оскільки існує певна обмеженість в часі. Зокрема ідентифіковані такі різновиди компресії тексту: вилучення інформації, узагальнення та миттєва натуралізація.

Здійснюючи аналіз синхронного перекладу відеофрагменту, були також виявлені причини допущених неточностей, на які вплинули екстралінгвальні та інтралінгвальні чинники (втрата концентрації, напруженість, недостатня ознайомленість з термінологією), а також запропоновані доцільніші еквіваленти в цільовій мові. Доведено, що серед проаналізованих відеофрагментів не було виявлено неприпустимих помилок, які б призвели до хибної інтерпретації оригіналу, однак є сегменти, які потребують виправлень та тренувань для подальшого ефективного розвитку синхронного перекладу на міжнародній арені.

Перспектива подальшого наукового дослідження. Проведене дослідження надає більше можливостей для майбутнього аналізу синхронних перекладів, яке спрямоване на створення загальної картини їх функціонування як засобу міжкультурної комунікації.

Література:

1. Чрділелі Т. В. Основи усного перекладу // Курс лекцій / Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського. Кременчук, 2018. С. 33.
2. Писанко М. Л. Навчання синхронного перекладу студентів перекладацьких спеціальностей закладів вищої освіти // Наук.пр / Київський національний лінгвістичний університет. Київ, 2019. № 31. С. 8
3. Бідасюк Н. В., Кучман І. М. Синхронний аудіовізуальний переклад: виклики професії // Наук.пр / Хмельницький національний університет. Хмельницький, 2012. № 4. С. 8.
4. UA:Перший. Промова Джозефа Байдена, новообраного президента США|НАЖИВО, 2021. YouTube. URL: <https://youtu.be/GjniVOzeb2g?list=PLX75oTcbc3wPjavG61A0BgpwA32fUI6t> (дата звернення: 10.04.2022).
5. The History of Simultaneous Interpretation. Translation Excellence. 2014. URL: <https://translationexcellence.com/history-simultaneous-interpretation/> (дата звернення: 09.04.2022).
6. Pardo V. S. Translation Studies: An Introduction to the History and Development of (Audiovisual) Translation. Vilanueva de la Cañada, 2013. С. 29.
7. Gile, D. (1995). Basic concepts and models for interpreter and translator training. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins. С. 283.
8. Blake A., Scott E. Joe Biden's inauguration speech transcript, annotated. The Washington Post. URL: <https://www.washingtonpost.com/politics/interactive/2021/01/20/biden-inauguration-speech/> (дата звернення: 10.04.2022).

ЗМІСТ

<i>Андрусик Анісія Валеріївна</i> ДИНАМІЧНІ ЗМІНИ У СТРУКТУРІ І СЕМАНТИЦІ ТЕКСТІВ ПІСЕНЬ БЕЙОНСЕ	3
<i>Андрусик Таїсія Валеріївна</i> ЛЕКСИКО-ГРАМАТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАГОЛОВКІВ ТЕКСТІВ НОВИН (НА ПРИКЛАДІ СТАТЕЙ НА СПОРТИВНУ ТЕМАТИКУ НА ПЛАТФОРМІ CNN)	8
<i>Беспала Анастасія Валеріївна</i> ОСОБЛИВОСТІ МОВЛЕННЄВОЇ ПОВЕДІНКИ ВЕДУЧИХ АМЕРИКАНСЬКИХ ТОК-ШОУ НА ПРИКЛАДІ ДЖИММІ ФЕЛЛОНА	14
<i>Боришук Анна Леонідівна</i> СТИЛІСТИЧНЕ НАПОВНЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ НОВИННИХ ТЕКСТІВ ДЛЯ ПІДЛІТКІВ (НА ОСНОВІ ПРОГРАМИ CNN10)	22
<i>Вігула Михайло Тарасович</i> РОЛЬ СТИЛІСТИЧНИХ ЗАСОБІВ У ТЕКСТАХ РОК-ПІСЕНЬ (НА ПРИКЛАДІ АЛЬБОМУ «STADIUM ARCADIUM» ГУРТУ RED HOT CHILI PEPPERS)	28
<i>Гуменюк Оксана Іванівна</i> ПАРАДИГМА РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ЕМОЦІЙ ГОЛОВНОЇ ГЕРОЇНИ У СЕРІАЛІ «ЕНН»	34
<i>Захарчук Юлія Анатоліївна</i> ЛЕКСИЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ЯК ІНСТРУМЕНТИ ХУДОЖНЬОГО СТИЛЮ НА ПРИКЛАДІ РОМАНУ ДЖОНА ГРІНА “LOOKING FOR ALASKA”	41
<i>Іванченко Альона Анатоліївна</i> ЛЕКСИЧНІ, ГРАМАТИЧНІ ТА СТИЛІСТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ ЮРИДИЧНИХ ТЕКСТІВ	50
<i>Котяй Соломія Ігорівна</i> ЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ЗВУКОНАСЛІДУВАНЬ НА ПРИКЛАДІ КОМІКСУ “GRAVITY FALLS”	55
<i>Колісник Світлана Октаївна</i> КАТЕГОРІЯ ЕМОТИВНОСТІ У ЛІНГВІСТИЦІ	60
<i>Кондрачук Єлизавета Геннадіївна</i> ЛІНГВІСТИЧНІ АСПЕКТИ ПОЛІТИЧНИХ ПРОМОВ УІНСТОНА ЧЕРЧІЛЛЯ	65

<i>Левкова Іванна Русланівна</i> ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ (ЗА РОМАНОМ В. РОТ «DIVERGENT», 2011)	72
<i>Лихошерстова Юлія Олександрівна</i> ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ НА ПРИКЛАДІ СЕРІАЛУ «ЛОКІ», (2021 р.)	77
<i>Пархомей Наталія Олександрівна</i> ХАРАКТЕРИСТИКА АНГЛОМОВНИХ ЮРИДИЧНИХ ТЕРМІНІВ ТА ТРУДНОЩІ ЇХНЬОГО ТЛУМАЧЕННЯ НА ОСНОВІ ВИСТУПІВ TED-TALK	83
<i>Пилипчук Софія Анатоліївна</i> ФРАЗЕОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВІДОБРАЖЕННЯ ХАРАКТЕРУ ЛЮДИНИ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ	88
<i>Просіна Аліна Віталіївна</i> СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЕЗІЇ СИЛЬВІЇ ПЛАТ У ВІРШІ «THE RABBIT CATCHER»	93
<i>Рожок Анастасія Романівна</i> КЛАСИФІКАЦІЯ ТА СПОСОБИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ ЛЕКСИКИ ЕМОЦІЙ	98
<i>Сарафин Анастасія Вікторівна</i> ХАРАКТЕРИСТИКА МОВЛЕННЯ ДОРІАНА ГРЕЯ У РОМАНІ О. УАЙЛЬДА «ПОРТРЕТ ДОРІАНА ГРЕЯ»	104
<i>Сендер Соломія Вікторівна</i> ПСИХОЛОГІЧНІ ТА ЛІНГВІСТИЧНІ ФАКТОРИ УСПІШНОСТІ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТУ У ЧАСОПИСІ «VOGUE» ЗА 2015-2021 РОКИ	109
<i>Тюкавіна Дарія Сергіївна</i> АНАЛІЗ ЛЕКСИКИ ПЕРСОНАЖІВ РОМАНУ СТІВЕНА КІНГА «КРАЇНА РОЗВАГ»	114
<i>Фабрикiна Вікторiя Олегiвна</i> ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛІЙСЬКОЇ ЛЕКСИКИ ТУРИСТИЧНИХ РЕКЛАМ 2021 РОКУ ТУРЕЧЧИНИ	118
<i>Хилимон Марія Василівна</i> ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ АНГЛІЙСЬКОГО МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ	122
<i>Янковець Ірина Русланівна</i> ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ УСНОГО СИНХРОННОГО ПЕРЕКЛАДУ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ НА МАТЕРІАЛІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ІНАВГУРАЦІЙНОЇ ПРОМОВИ ДЖО БАЙДЕНА У 2021 РОЦІ	128

Наукове видання

**СТУДЕНТСЬКІ НАУКОВІ ЗАПИСКИ
Національного університету
«Острозька академія»**

Серія «Філологічна»

Збірник наукових праць

ВИПУСК 15

Редакційна колегія: *Анатолій Худолій, Інна Ковальчук*
Комп'ютерна верстка *Наталії Крушинської*
Художнє оформлення обкладинки *Катерини Олексійчук*

Формат 42x30/4. Ум. друк. арк. 8,02. Зам. № 18–22.
Папір офсетний. Друк цифровий. Гарнітура «Times New Roman».

Оригінал-макет виготовлено у видавництві
Національного університету «Острозька академія»,
Україна, 35800, Рівненська обл., м. Острог, вул. Семінарська, 2.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи РВ № 1 від 8 серпня 2000 року.

Виготовлено ФОП Свинарчук М. В.,
Тел. (+38068) 68 35 800, e-mail: 35800@ukr.net.