

**ISSN 2413-5593 (Print),
ISSN 2663-6530 (Online)**

2022. № 42

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2022.41>

ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ



PROBLEMY SEMANTYKY, PRAHMATYKY TA COHNITYVNOI LINHVISTYKY

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemanitics>

Головний редактор: Корбозерова Н. М., д-р філол. наук, проф., Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка (УКРАЇНА), ninakor@ukr.net.

**Заступник
головного редактора:** Скрильник С. В., канд. філол. наук, доц., Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка (УКРАЇНА), s.skrylnyk@ukr.net.

**Відповідальний
секретар:** Ситдикова І. В., канд. філол. наук, доц., Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка (УКРАЇНА), roman.philology@gmail.com.

Індексується у міжнародних реферативних та наукометричних базах даних:



ICV 2019: 62.92,  Google Scholar ,



Research Bib ,



Crossref.

Друкується за рішенням Вченої ради Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка (протокол № 3 від 25 жовтня 2022 року).

Рецензенти: Бурбело В. Б., д-р філол. наук, проф., Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка (УКРАЇНА);

Філоненко Н. Г., д-р філол. наук, проф., Київ. нац. лінгвіст. ун-т (УКРАЇНА).

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу мовної інформації Серія КВ №21582-11482ПР від 18.08.2015 р.

Наказом МОН України від 26.11.2020 № 1471 збірнику наукових праць «Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики» підтверджено статус фахового і належність до категорії «Б».

Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка / головний ред. Н. М. Корбозерова. – (2002–2022). – К. : Юстон, 2022. – Вип. 42. – 112 с. – Бібліограф. в кінці ст.

Збірник вміщує статті, в яких досліджуються актуальні питання загального мовознавства, питання порівняльно-історичного і типологічного мовознавства, літературознавства, лінгвістичної семантики, прагмалінгвістики, когнітивної лінгвістики, комунікативної лінгвістики, перекладознавства, лінгвокаультурології. Розраховано на широке коло філологів, викладачів, перекладачів, докторантів, аспірантів та студентів закладів вищої освіти. Збірник видається двічі на рік, передрук не припускається. Статті пройшли рецензування. Всі статті перевірено на плагіат.

Збірник розміщено на сайті: <http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemanitics>

E-mail : zbirnykninako@ukr.net

Редакційна колегія:

Акінсі М.-А., д-р філол. наук, проф., Ун-т Руан (ФРАНЦІЯ);

Буає Генрі, д-р філол. наук, проф., Ун-т Поль Валері Монпельє III (ФРАНЦІЯ);

Волкова С. В., д-р філол. наук, проф., Київ. нац. лінгвістич. ун-т (УКРАЇНА);

Годзіч Анна, д-р філол. наук, доц., Ун-т імені Адама Міцкевича, м. Познань (ПОЛЬЩА);

Голубовська І. О., д-р філол. наук, проф., Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка (УКРАЇНА);

Гриценко С. П., д-р філол. наук, доц., Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка (УКРАЇНА);

Гудманян А. Г., д-р філол. наук, проф., Нац. авіаційний ун-т (УКРАЇНА);

Дерієн С., д-р філол. наук, проф., почесний професор лінгвістики та освіти, Ун-т Рутгерс, (м. Нью-Джерсі), США.

Дорофєєва М. С., д-р філол. наук, доц., Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка (УКРАЇНА);

Ільченко О. М., д-р філол. наук, проф., Центр наук. дослідж. та виклад. іноз. мов НАН України (УКРАЇНА);

Керо Хервіл'я Енріке Ф., д-р філол. наук, проф., Гранадськ. університет (ІСПАНІЯ);

Перепльотчикова С. Є., д-р філол. наук, доц., Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка (УКРАЇНА);

Пономаренко В. П., д-р філол. н., ст. наук. співробіт., Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні НАН України (УКРАЇНА);

Солощук Л. В., д-р філол. наук, проф., Харківськ. нац. ун-т імені В. Н. Каразіна (УКРАЇНА);

Тріаре Домінік, д-р філол. наук, проф., Ун-т Поль Валері м. Монпельє (ФРАНЦІЯ);

Чернюх Б. В., д-р філол. наук, проф., Львівськ. нац. ун-т імені Івана Франка (Україна).

**ISSN 2413-5593 (Print),
ISSN 2663-6530 (Online)**

2022. № 42

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2022.42>

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS



PROBLEMY SEMANTYKY, PRAHMATYKY TA COHNITYVNOI LINHVISTYKY

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

ISSN 2413-5593 (Print); ISSN 2663-6530 (On-line)

Editor-in-Chief: **Nina M. Korbozerova**, DSc (Philology), Prof., Taras Shevchenko National University of Kyiv (UKRAINE), ninakor@ukr.net.

Deputy Editor-in-Chief: **Serhiy V. Skrylnyk**, PhD (Philology), Associate Prof., Taras Shevchenko National University of Kyiv (UKRAINE), s.skrylnyk@ukr.net.

Secretary: **Sytdykova Iryna V.**, PhD (Philology), Associate Prof., Taras Shevchenko National University of Kyiv (UKRAINE), roman.philology@gmail.com.

Indexed in bibliographic databases:



ICV 2019: 62.92,



Google Scholar ,



Research Bib ,



Crossref.

The edition is published on the decision of the Academic Council of the Institute of Philology at the Taras Shevchenko National University of Kyiv (proceedings № 3, 25 October 2022).

Reviewers: **Valentyna B. Burbelo** , DSc (Philology), Prof., Taras Shevchenko National University of Kyiv (UKRAINE);

Nataliya G. Filonenko , DSc (Philology), Prof., Kyiv National Linguistic University (UKRAINE).

Certificate of state registration of the print media KB № 21582-1148IIP, 18.08.2015.

The collection of scientific works "Problems of semantics, pragmatics and cognitive linguistics" has confirmed the status of professional and belonging to the category "B" (The order № 1471 of the Ministry of Education and Science of Ukraine dated 26.11.2020).

Problems of semantics, pragmatics and cognitive linguistics: collection of scholarly articles / Ministry of education and science of Ukraine, Taras Shevchenko National University of Kyiv / Editor-in-chief N. M. Korbozerova. – (2002–2022). – Kyiv : Uston, 2022. – Issue 42. – 112 p. Bibliography is at the end of the article.

The collection of scholarly articles includes articles on the current issues in general linguistics, comparative and historical linguistics, linguistic typology, literary studies, linguistic semantics, pragmalinguistics, cognitive linguistics, communicative linguistics, translation studies, linguocultural studies. This edition is intended for linguists, translators, interpreters, teachers, lecturers, post-graduate students, persons pursuing a doctor's degree, and University students. It is published twice a year. Republishing is impossible. All the articles in the edition have been peer-reviewed. All the articles have been checked up for plagiarism.

The collection of scholarly articles is published online at:
<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

E-mail : zbirnykninako@ukr.net

© Taras Shevchenko National University of Kyiv, 2022

Members of the publishing board:

Akinsi, Mehmet-Ali M., DSc (Philology), Prof., University of Rouen (FRANCE);

Boyer, Henri, DSc (Philology), Prof., Paul Valéry University of Montpellier III (FRANCE);

Volkova, Svitlana V., DSc (Philology), Prof., Kyiv National Linguistic University;

Godzich, Anna, DSc (Philology), Associate Prof., Adam Mickiewicz University Poznan (POLAND);

Golubovska, Iryna O., DSc (Philology), Prof., Taras Shevchenko National University of Kyiv (UKRAINE);

Grytsenko, Svitlana P., DSc (Philology), Associate Prof., Taras Shevchenko National University of Kyiv (UKRAINE);

Gudmanian, Artur G., DSc (Philology), Prof., National Aviation University (UKRAINE);

Darian, Steven, DSc (Philology), Prof., Rutgers University (New Jersey, USA);

Dorofeeva, Margarita S., DSc (Philology), Associate Prof., Taras Shevchenko National University of Kyiv (UKRAINE);

Ilchenko, Olga M., DSc (Philology), Prof., Center for Research and Teaching of Foreign Languages (UKRAINE);

Quero-Gervilla, Enrique F., DSc (Philology), Prof., University of Granada (SPAIN);

Pereplotchykova, Svitlana Ye., DSc (Philology), Associate Prof., Taras Shevchenko National University of Kyiv (UKRAINE);

Ponomarenko, Volodimir P., DSc (Philology), Leading Researcher, O. O. Potebnya Institute of Linguistics of the National Academy of Sciences of Ukraine (UKRAINE);

Soloshchuk, Ludmyla V., DSc (Philology), Prof., V. N. Karazin Kharkiv National University (UKRAINE);

Triare, Dominik, DSc (Philology), Prof., Paul Valéry University of Montpellier III (FRANCE);

Cherniukh, Bohdan V., DSc (Philology), Prof., Ivan Franko National University of Lviv (UKRAINE).

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПОРІВНЯЛЬНО-ІСТОРИЧНОГО І
ТИПОЛОГІЧНОГО МОВОЗНАВСТВА
[CURRENT ISSUES IN COMPARATIVE AND HISTORICAL
LINGUISTICS AND LINGUISTIC TYPOLOGY]

УДК 811.133

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 11.08.2022 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 15.08.2022 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 98.47 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2022.42.01>

БАГАТОПЛАНОВІСТЬ МЕТОДУ МІЖМОВНОГО ПОРІВНЯЛЬНОГО
АНАЛІЗУ СПОРІДНЕНИХ / НЕ СПОРІДНЕНИХ МОВ

Ніна Миколаївна Корбозерова (м. Київ, Україна)

ninakor@ukr.net

доктор філологічних наук, професор кафедри романської філології

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

У статті розглянуто сучасні методи, які застосовуються при порівнянні мов. Встановлено, що дисципліни, які займаються порівнянням двох або більше мов, відносяться до мультилінгвальних і базуються на принципах поліпарадигмального міжмовного зіставлення.

Ключові слова: міжмовне зіставлення, порівняльно-історичний метод, типологічне мовознавство, контрастивна лінгвістика.

(Актуальні питання порівняльно-історичного і типологічного мовознавства

[Aktual'ni pytannja porivnjal'no-istorychnogo i typologichnogo movoznavstva])

Багатоплановість методу міжмовного порівняльного аналізу споріднених / не споріднених мов (Українською)

[Bagatoplanovist metodu mizhmovnogo porivnyalnogo analizu sporidnenih / ne sporidnenih mov]

© Корбозерова Н. М. [Korbozerova N. M.], ninakor@ukr.net

MULTIPLANNING OF THE METHOD OF THE INTERLINGUAL COMPARATIVE ANALYSIS OF THE RELATED / UNRELATED LANGUAGES

Nina N. Korbozerova (Kyiv, Ukraine)

ninakor@ukr.net

DSc (Philology), Professor of Romance Philology Department

Taras Shevchenko National University of Kyiv

(Ministry of Education and Science of Ukraine)

14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

In the era of globalization and the expansion of language contacts, the interest of linguists in typological studies of related and unrelated languages is growing, which allows to reveal and clarify the national picture of the world in any language.

In the field of comparative research, linguistics of the 21st century is characterized by the differentiation of the directions.

When conducting a comparative analysis of languages, scientists use the following basic methods that have become traditional: comparative-historical, comparative, typological, contrastive. Recently, the latest research methods have been added to them, thanks to which the comparison of languages turns into a deeper, brighter and multifaceted one. First of all, it concerns areal typology and taxonomic typology.

Comparative-historical linguistics studies genetically related languages in a diachronic aspect. In the 19th century, this direction is associated with the names of F. Bopp, J. Grimm, R. Raskov, A. Meillet, and F. Dietz. The goal of research in comparative-historical linguistics is the reconstruction of ancient platforms common to all related languages. In this direction, the indisputable achievement of the Romanistic school of F. Dietz is the discovery of Romano-Latin archetypes. The kinship of the languages of the world is established according to the main feature of their common origin, which makes it possible to classify languages into families/subfamilies, branches, groups and directly into languages. At the same time, accidental coincidences and lexical borrowings are not taken into account.

A language family is a basic language structure, according to which closely related and distantly related languages are defined. Languages that make up one language family have common features, are the result of one language that historically preceded them, and belong to the group of related languages. This gives rise to the concept of the genealogical

(Current issues in comparative and historical linguistics and linguistic typology
[Aktual'ni pytannja porivnjal'no-istorychnogo i typologichnogo movoznavstva])

Multipanning of the Method of the Interlingual Comparative Analysis of the Related / Unrelated Languages (in
Ukrainian) [Bagatoplanovist metodu mizhmovnogo porivnyalnogo analizu sporidnenih / ne sporidnenih mov]

© Korbozerova N. M. [Korbozerova N. M.], ninakor@ukr.net

tree of languages and the concept of linguistic divergence. Related languages are considered variants of one continuous language tradition, different in time and space.

An example is the Indo-European family of languages that share a common language, or proto-language (Indo-European). Within related languages, subgroups are distinguished, which include languages that are closest in origin (for example, Spanish and Italian languages). In turn, languages that belong to different groups of the same family are distantly related (eg, Ukrainian and Spanish). The group of unrelated languages consists of languages that originate from different protolanguages and belong to different language families.

Linguistic, or comparative, typology arose within the framework of comparative-typological linguistics and is associated with the names of A. Schlegel, A. Schleicher, V. Humboldt. Thanks to the research of representatives of the school of linguistic typology, the question of the type of language was first raised and resolved.

Keywords: *cross-linguistic comparison, comparative-historical method, typological linguistics, contrastive linguistics.*

Сучасна лінгвістика початку ХХІ століття активно розвивається, що вимагає досконалої методології і методики досліджень. Еволюція мовознавства характеризується як зміна трьох наукових парадигм: 1) генетичної, історичної; 2) таксономічної, системно-структурної; 3) комунікативно-функціональної, прагматичної [7; 8].

У сучасному мовознавстві всі мови світу можуть підлягати порівнянню, незалежно від їхніх структурних ознак, історичного розвитку, походження, приналежності до класифікаційних груп. Зіставлятися мови можуть у різних площинах і згідно з поставленою метою дослідження. Зарубіжна та вітчизняна наука про мову накопичила великий досвід у цій сфері.

Актуальність зумовлено необхідністю поглиблення сучасних порівняльних досліджень близько, далеко і не споріднених мов.

Новизна полягає у розкритті поліпарадигмального характеру методу теорії міжмовного зіставлення.

Поставлені завдання підпорядковуються розробці сучасних методів при проведенні порівняльного міжмовного аналізу.

В епоху глобалізації та розширення мовних контактів зростає зацікавленість мовознавців до типологічних досліджень споріднених та не споріднених мов, що дозволяє виявляти та уточнювати національну картину світу у будь-якій мові.

(Актуальні питання порівняльно-історичного і типологічного мовознавства
[Aktual'ni pytannja porivnjal'no-istorychnogo i typologichnogo movoznavstva])

Багатоплановість методу міжмовного порівняльного аналізу споріднених / не споріднених мов (Українською)
[Bagatoplanovist metodu mizhmovnogo porivnyalnogo analizu sporidnениh / ne sporidnениh mov]

© Корбозерова Н. М. [Korbozerova N. M.], ninakor@ukr.net

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

У сфері порівняльних досліджень лінгвістика ХХІ століття характеризується диференціацією різних спрямувань. Проводячи порівняльний аналіз мов, науковці послуговуються такими основними методами, які стали традиційними: порівняльно-історичним, порівняльним, типологічним, контрастивним. До них доєднуються останнім часом і новітні методи дослідження, завдяки чому зіставлення мов перетворюється на більш глибоке, яскраве і багатогранне [5; 6]. В першу чергу, це стосується ареальної типології та таксономічної типології. Розгляньмо, в чому полягає сутність кожного з методів і чим вони відрізняються один від одного.

Порівняльно-історичне мовознавство вивчає генетично споріднені мови в діяхронному аспекті. У ХІХ столітті цей напрямок пов'язаний з іменами Ф. Боппа, Я. Грімма, Р. Раскова, А. Мейє, Ф. Діца. Метою досліджень порівняльно-історичного мовознавства є реконструкція стародавніх платформ, спільних для всіх споріднених мов. У цьому напрямку безперечним досягненням романістичної школи Ф. Діца є виявлення романо-латинських архетипів. Спорідненість мов світу встановлюється згідно основної ознаки про їхнє спільне походження, що дає змогу класифікувати мови на сім'ї / субсім'ї, гілки, групи та безпосередньо на мови. При цьому випадкові збіги та лексичні запозичення не беруться до уваги.

Сім'я мов являє собою базову мовну структуру, згідно якої визначають близько споріднені і далеко споріднені мови. Мови, які становлять одну мовну сім'ю, мають спільні ознаки, є результатом однієї мови, яка історично передувала їм, і входять до групи споріднених мов. З цього витікає концепція генеалогічного дерева мов та концепція мовної дивергенції. Споріднені мови вважаються різними за часом і простором варіанти однієї безперервної мовної традиції. Прикладом слугує індоєвропейська сім'я мов, які мають спільну прамову, або протомову (індоєвропейську). У межах споріднених мов виділяються субгрупи, до яких входять найближчі за походженням мови, (напр., іспанська та італійська мови). У свою чергу, мови, які належать різним групам однієї сім'ї, є далеко спорідненими (напр., українська та іспанська). Групу не споріднених складають мови, які походять від різних протомов та які належать відповідно до різної мовної сім'ї (напр., українська та японська) [1].

(Current issues in comparative and historical linguistics and linguistic typology
[Aktual'ni pytannja porivnjal'no-istorychnogo i typologichnogo movoznavstva])

Multipanning of the Method of the Interlingual Comparative Analysis of the Related / Unrelated Languages (in Ukrainian) [Bagatoplanovist metodu mizhmovnogo porivnyalnogo analizu sporidnenih / ne sporidnenih mov]

© Korbozerova N. M. [Korbozerova N. M.], ninakor@ukr.net

Лінгвістична, або порівняльна, типологія виникла у межах порівняльно-типологічного мовознавства і пов'язана з іменами А.Шлегеля, А.Шлейхера, В. Гумбольдта. Завдяки дослідженням представників школи лінгвістичної типології вперше було поставлено і вирішено питання про тип мови. Так, А. Шлегель, порівнявши санскрит, грецьку, латинську та тюрські мови, дійшов висновку, що існує два типи мов – флективний та афіксуєчий. Згодом була створена морфологічна класифікація мов, що спиралася на теорію структури кореня слів і до класифікації, таким чином, увійшли флективні, аглютинативні, ізолюючі та полісинтетичні мови. Загалом, типологічні дослідження мають теоретичний характер і спрямовані на встановлення загальних типів мов світу за окремими ознаками.

У лінгвістиці ХХ століття на базі вже існуючих типологічних досліджень виникла лінгвістика універсалій як напрям, пов'язаний з порівнянням мов, у якому розглядаються загальні риси мовних структур. Лінгвістика універсалій як теоретичний напрям, який вивчає всі мови світу, дала поштовх для проведення зіставного аналізу як споріднених, так і неспоріднених мов в синхронії та діахронії. Друга половина ХХ століття характеризується відкриттям у лінгвістиці польового підходу до вивчення мовних явищ, для якого характерним є встановлення загальних інваріантних семантичних функцій, структурне членування на центр та периферію, часткові перетини, загальні сегменти (Л. Вайсгербер, О. Духачек та інші), що підготувало базу для виникнення зіставного мовознавства, у межах якого можна порівнювати мови, як генетично пов'язані, так і генетично не пов'язані між собою на будь-якому етапі розвитку мов.

Метою зіставного мовознавства є виявлення схожих та диференційних явищ мов для встановлення типологічних рис (типологічна лінгвістика) та у прикладних цілях (контрастивна лінгвістика) [2; 4]. Обидва методи дослідження знайшли широке застосування у вітчизняній науці у працях Ю. Жлуктенка, І. Корунця та інших. Дослідження мов різних груп на синхронному зрізі свідчить про те, що між деякими мовами існує ціла серія фонологічних, лексичних та граматичних як збігів, так і розбіжностей. Так, при аналізі романської та слов'янської груп мов до генетично обумовлених розбіжностей належить слов'янський граматичний відмінок іменника, який

(Актуальні питання порівняльно-історичного і типологічного мовознавства
[Aktual'ni pytannja porivnjal'no-istorychnogo i typologichnogo movoznavstva])

Багатоплановість методу міжмовного порівняльного аналізу споріднених / не споріднених мов (Українською)
[Bagatoplanovist metodu mizhmovnogo porivnyalnogo analizu sporidnениh / ne sporidnениh mov]

© Корбозерова Н. М. [Korbozerova N. M.], ninakor@ukr.net

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

повністю відсутній у романських мовах, функцію якого на себе перейняв прийменник.

Між типологічною та контрастивною лінгвістикою існують суттєві відмінності. Так, у контрастивній лінгвістиці, на відміну від типологічної, 1) аналізу підлягають зазвичай лише дві мови, рідна та іноземна, 2) метою контрастивної лінгвістики є виявлення виключно семантичних та функційних розбіжностей мовних підсистем однієї мови у порівнянні з іншою для подолання помилок при опануванні іноземною мовою або з метою уникнення недоречностей при перекладі, 3) вивчаються не підсистеми мови, а окремі мовні одиниці однієї мови та всі можливі її відповідності в іншій, 4) дослідження проводиться від одиниці однієї мови до схожої одиниці іншої мови, 5) результати контрастивного дослідження безпосередньо запроваджуються у практику викладання іноземної мови.

Термінологічне поле контрастивної граматики залишається ще не досить розробленим, терміни потребують уточнення та доповнення. Досі у теорії мови не надано чіткого розмежування між основними термінами, якими оперують компаративісти, а саме, *зіставна граматика*, *порівняльна граматика*, *контрастивна граматика*. Причиною цьому є невизначеність його мовного статусу та семантичної структури. Тому лінгвісти продовжують користуватися ними як синонімічними поняттями, хоча більшість сучасних авторів схиляються до запровадження терміна *контрастивна граматика*, мотивуючи тим, що він чіткіше відбиває сутність порівняння граматичних явищ. При порівнянні мовних одиниць за базу для аналізу у сучасному мовознавстві приймається когнітивно-креативний процес, що дозволить визначити більш адекватно схожості та відмінності, існуючі між об'єктами довкілля [3]. Врахування такого компонента аналізу, як прагматика когнітивної і мовленнєвої діяльності мовця та категорії оцінки, сприятиме актуалізації наукового дослідження.

Таким чином, підсумковуючи, слід зазначити, що сучасне порівняльне мовознавство при зіставленні мов використовує різноманітні підходи, прийоми та методи у проведенні наукових та науково-методичних розвідок.

(Current issues in comparative and historical linguistics and linguistic typology
[Aktual'ni pytannja porivnjal'no-istorychnogo i typologichnogo movoznavstva])

Multipanning of the Method of the Interlingual Comparative Analysis of the Related / Unrelated Languages (in Ukrainian) [Bagatoplanovist metodu mizhmovnoho porivnyalnogo analizu sporidnenih / ne sporidnenih mov]

© Korbozerova N. M. [Korbozerova N. M.], ninakor@ukr.net

Література:

1. *Live Journal*, <https://p-tashka.livejournal.com>
2. Korunets, I. V. *Contrastive Typology of the English and Ukrainian Languages* (Vinnitsya, 2004).
3. Ковтун, О. В. *Контрастивна грамати́ка оцінки: Проблеми тлумачення ключових термінів*, <https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua> › part_2
4. Кочерган, М. П. *Загальне мовознавство* (2006), <https://irbis-nbuv.gov.ua>
5. *Методи лінгвістичних досліджень: навчальний посібник, упорядник Н. А. Цимбал (Умань: Візаві, 2019), 106*, <https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream>
6. Селіванова, О. *Засади сучасної лінгвометодології. Наукові конференції*, <http://oldconf.neasmo.org.ua>
7. Селіванова, О. О. *Сучасна лінгвістика : напрями та проблеми: підручник (Полтава: Довкілля-К, 2008), 712.*
8. Федоренко, О. І., Сухорольська, С. М., Руда, О. В. *Основи лінгвістичних досліджень: підручник (Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2009), 296.*

References:

1. *Live Journal*, <https://p-tashka.livejournal.com>
2. Korunets, I. V. *Contrastive Typology of the English and Ukrainian Languages* (Vinnitsya, 2004).
3. Kovtun, O. V. *Contrastive grammar of assessment: Problems of interpretation of key terms*, <https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua> › part_2
4. Kochergan, M. P. *General linguistics* (2006), <https://irbis-nbuv.gov.ua>
5. *Methods of linguistic research: study guide*, compiled by N. A. Tsymbal (Uman: Visavy, 2019), 106, <http://oldconf.neasmo.org.ua>
6. Selivanova, O. *Fundamentals of modern linguistic methodology. Scientific conferences*, <http://oldconf.neasmo.org.ua>
7. Selivanova, O. O. *Modern linguistics: trends and problems: a textbook* (Poltava: Dovkilliya-K, 2008), 712.
8. Fedorenko, O. I., Sukhorolska, S. M., Ruda, O. V. *Fundamentals of linguistic research: Textbook* (Lviv: Ivan Franko LNU Publishing Center, 2009), 296.

(Актуальні питання порівняльно-історичного і типологічного мовознавства
[Aktual'ni pytannja porivnjal'no-istorychnogo i typologichnogo movoznavstva])

Багатоплановість методу міжмовного порівняльного аналізу споріднених / не споріднених мов (Українською)
[Bagatoplanovist metodu mizhmovnogo porivnyalnogo analizu sporidnениh / ne sporidnениh mov]

© Корбозерова Н. М. [Korbozerova N. M.], ninakor@ukr.net

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВА
[CURRENT ISSUES IN LITERARY STUDIES]

УДК 811.134.2

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 03.07.2022 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 07.07.2022 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 100 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2022.42.02>

“ЗОЛОТИЙ ВІК” ІТАЛІЙСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРНОЇ ТА ФІЛОСОФСЬКОЇ
ДУМКИ

Катерина Михайлівна Лахтіонова (м. Київ, Україна)

glebushka23@ukr.net

кандидат філологічних наук, доцент

Стаття присвячена розвитку та розквіту італійської літератури та філософії у період так званого “Золотого віку” Відродження, XV-XVI століття. Надаються засади виникнення нових течій у філософії, так званої натурфілософії та італійського аверроїзму – перевтілення ідей Мухаммада Ібн-Рушда (Averroë) – та сучасні італійські філософські засади, виникнення мистецтва книговидавництва в Середньовічній Італії, діяльність славетних італійських літераторів та занепад Золотого Віку. Надаються цікаві дані щодо книговидання в Італії, які підтверджуються Британським музеєм книговидавництва.

Ключові слова: “Золотий вік”, філософія Платона, середньовічний *modus vivendi*, аверроїзм, нова натурфілософія.

THE “GOLDEN AGE” OF THE ITALIAN LITERATURE AND
PHILOSOPHICAL THINKING

Kateryna M. Lakhtionova (Kyiv, Ukraine)

glebushka23@ukr.net

PhD (Philology), Associate Professor

The article is devoted to the study of the development and the heyday of Italian literature and philosophy in the period of so-called “Golden Ages” of the Renaissance, 15th-16th centuries. The main principles for the appearance of the new philosophical currents, so-called new natural philosophy and Italian averroism (a transformation of ideas of Muhammad Ibn Rushd (Averroë)) and the actual philosophical principles are given. The

(Current issues in literary studies [Aktual'ni pytannja literaturoznavstva])

The “Golden Age” of the Italian Literature and Philosophical Thinking (in Ukrainian) [“Zolotij vik” italijskoyi literaturnoyi ta filosofskoyi dumki]

© Lakhtionova K. M. [Lakhtionova K. M.], glebushka23@ukr.net

basis for the origin of typography art in Middle Age Italy, the activity of glorious Italian writers and the decay of the “Golden Age” is presented. Interesting data about the functioning of typographies in Italy, proven by the British Museum of Typography, is provided.

Key words: *The “Golden Age”, Plato's philosophy, modus vivendi of the Middle Ages, averroism, new natural philosophy.*

Наприкінці XV ст. Європа тривожно очікувала змін у світовому порядку. За словами засновника Платонівської академії у Флоренції Марсіліо Фічіно, XV століття тому й отримало назву “Золотий вік” завдяки відродженню вільних мистецтв, які протягом багатьох років були майже знищені, – такі як граматики, мистецтво поезії, риторика, живопис, скульптура, архітектура, музика і старовинне мистецтво гри на арфі.

У Флоренції відродилася філософія Платона, а у тодішній Німеччині вперше були винайдені прилади для друку книг.

Вислови Марсіліо Фічіно натхненно підтримував інший гуманіст – Егідіо да Вітербо. Це була відправна точка розділу між темними часами середньовіччя і зародженням, якщо так можна сказати, нової європейської цивілізації.

Гуманіст Аоніо Палеаріо додає, що вільні мистецтва в Європі та насамперед в Італії та в Іспанії дуже суттєво потерпали впродовж багатьох століть і дійшли майже до суцільного занепаду. Навіть мистецтво красномовства та первинна латина були спотворені до краю. До цього додамо повний занепад середньовічної літератури. Те ж саме можна сказати про теологію.

Має місце переоцінка смислу життя, його змісту, так званого *modus vivendi* завдяки жорсткій критиці досягнень середньовічної культури та науки, яка надала нову можливість швидкому розвитку вільних мистецтв.

XVI століття подарувало світові Серторіо Кваттормані, послідовника Бернардіно Телезіо, який був засновником власної філософії та сповідував постулат, що XVI століття з точки розвитку вільних наук та мистецтв перевершує все раніше коли-небудь створене.

Ровесник XVI століття, натурфілософ, математик та лікар Джироламо Кардано основною та головною своєю фортуною вважав той час, коли йому пощастило з’явитися на світ Божий.

Додамо до цього космологічну теорію Джордано Бруно та астрономічні відкриття Галілея, а також прообраз міста майбутнього, звісно утопічного, “La

(Актуальні питання літературознавства [Aktual'ni pytannja literaturoznavstva])

“Золотий вік” італійської літературної та філософської думки (Українською) [“Zolotij vik” italijskoyi literaturnoyi ta filosofskoyi dumki]

© Лахтіонова К. М. [Lahtionova K. M.], glebushka23@ukr.net

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

città del sole” Томмазо Кампанелла, який стверджував що мешканці саме цього міста винайшли мистецтво літати. За свої вільнолюбні висловлювання Томмазо Кампанелла залишок свого життя провів у неаполітанській тюрмі, де саме й створив свої найбільш відомі твори, такі як “Philosophia sensibus demonstrata” (1591), “Prodromus philosophiae instaurandae”, “Apologia pro Galileo”, “De Gentilismo non retiendo”, “Atheismus triumphatus” і ще багато інших, надрукованих у найвідоміших книговидавництвах Європи.

При цьому він все одно стверджував, що у XVI столітті мають місце більше важливих та значущих подій, ніж у всьому світі за 4 тисячі років, та написано і видано більше літератури, ніж її було за останні 5 тисяч років.

Додамо сюди неймовірні винаходи, такі як компас для навігації та орієнтування, прилади для друкування книг, винахід вогнепальної зброї.

Взагалі, друкування книг зайняло почесне місце майже у всіх секторах науки, літератури та мистецтва.

Наукова книга, присвячена працям діячів минулих століть, займає почесне перше місце, де є наукові розробки з медицини, починаючи зі старовинних, аж до найсучасніших того часу авторів, потім ідуть твори, присвячені природознавству та точним наукам. При цьому характерно, що більшість наукових видань XV століття (а зараз мова йде про XVI століття) були опубліковані саме в Італії. У XVI столітті ця тенденція дещо змінилася, але зібрання італійських видань налічує біля 20 тисяч примірників (Британський музей). Це дані за перші 135 років існування італійського книговидавництва, натомість французьких видань було лише 12 тисяч.

Згідно з новітніми дослідженнями, тільки у Венеції видалося більше книжок, ніж у Римі, Мілані та Флоренції разом узятих. Венеція мала 143 типографії і за рік друкувала біля 90 видань.

Традиційні середньовічні автори, що сповідували італійський аверроїзм (Averroè, Muhammad ibn Rushd, Córdoba, 1126 – Marrakesh, 1198, стояв на позиціях Арістотеля) – П’єтро д’Альбано, Паоло Венето, Алессандро Акілліні, Маркантоніо Зімара, Джакомо Забарелла та Андреа Чезальпіно.

Гуманісти від Петрарки до Хуана Луїса та Еразма Роттердамського, політики – Макіавеллі (його славетний твір - “De Principe” прообраз ідеального правителя), мислителі – П’єтро Помпонацці та інші.

Виникає нова натурфілософія італійського Відродження. Її найяскравіші

(Current issues in literary studies [Aktual'ni pytannja literaturoznavstva])

The “Golden Age” of the Italian Literature and Philosophical Thinking (in Ukrainian) [“Zolotij vik” italijskoyi literaturnoyi ta filosofskoyi dumki]

© Lakhtionova K. M. [Lahtionova K. M.], glebushka23@ukr.net

представники – Дж. Кардано, Дж. Фракасторо, Дж. делла Порта, Б. Телезіо, Ф. Патріцці, а також видані з нагоди відкриття книжкового ярмарку 1592 року твори Джордано Бруно.

Тільки праць Томазо Кампанелли, що були видані, налічується біля 20, у тому числі славетний твір “*Del senso delle cose*”, виданий у різних містах Італії.

Джорджо Вазарі, біограф багатьох славнозвісних особистостей, зробив свій внесок, створивши свій “Життєпис найславетніших митців живопису та архітектури” (1550).

“Золотий Вік” Гуманізму, яким був за словами того ж Вазарі, вік правління Лоренцо Медічі та інших талановитих та обдарованих людей дуже швидко наближався до занепаду завдяки діяльності войовничої церкви, наслідки якої були закріплені на засіданні Тридентського собору під керівництвом папи Григорія XVI, де остракізму та забороні підлягають багато корисних видань, зафіксованих у так званій Конгрегації Індексів у 1559 році.

За влучним словом одного з дослідників італійської літератури, цей Індекс можна назвати бібліографією навпаки, де заборонені видання якраз і мали особливий інтерес та попит читачів.

Були заборонені твори П’єра Абеляра, засновника школи падуанського аверроїзму, П’єтро д’Альбано, а також праця славетного Данте Аліг’єрі “*Monarchia*”, що критикувала світську владу.

Таким чином, незважаючи на розквіт італійської літератури та мистецтва, у боротьбі за володіння людською свідомістю, італійський Золотий Вік дуже швидко прийшов до занепаду.

Література:

1. Bassé, N. *Collectio in unum corpus omnium librorum* (Frankfurt am Main, 1592), 334.
2. Birkenmajer, A. *Études d'histoire des sciences et de la philosophie du moyen âge* (Wroclaw, 1970), 698.
3. Enciclopedia Zanichelli a cura di Edigeo, *Dizionario enciclopedico di Arti, Scienza, Tecnica, Lettera, Filosofia, Storia, Geografia, Diritto, Economia* (Bologna, 1997), 2048.

References:

1. Bassé, N. *Collectio in unum corpus omnium librorum* (Frankfurt am Main, 1592), 334.
2. Birkenmajer, A. *Études d'histoire des sciences et de la philosophie du moyen âge* (Wroclaw, 1970), 698.
3. Enciclopedia Zanichelli a cura di Edigeo, *Dizionario enciclopedico di Arti, Scienza, Tecnica, Lettera, Filosofia, Storia, Geografia, Diritto, Economia* (Bologna, 1997), 2048.

(Актуальні питання літературознавства [Aktual'ni pytannja literaturoznavstva])

“Золотий вік” італійської літературної та філософської думки (Українською) [“Zolotij vik” italijskoyi literaturnoyi ta filosofskoyi dumki]

© Лахтіонова К. М. [Lahtionova K. M.], glebushka23@ukr.net

УДК 821.112

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 10.07.2022 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 14.07.2022 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 93.55 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2022.42.03>

АВТОРСЬКИЙ СТИЛЬ УМБЕРТО ЕКО В РОМАНІ “ПРАЗЬКИЙ ЦВИНТАР” ТА ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ

Гліб Леонідович Оксак (м. Київ, Україна)

glebushka23@ukr.net

аспірант

Київський національний лінгвістичний університет

(Міністерство освіти і науки України)

03150, м. Київ, вул. Велика Васильківська, 73

Стаття присвячена вивченню авторського стилю Умберто Еко у романі “Празький цвинтар”, мовно-стилістичним аспектам перекладу, проблем еквівалентності лексичних одиниць, перекладу складних слів, дотриманню перекладацької етики. Розглядається також проблема філософської позиції Умберто Еко при написанні цього твору, а також багатьох інших. Переклад творів Умберто Еко потребує використання продуманих перекладацьких трансформацій, тому що цьому авторові притаманний дуже яскравий авторський наративний стиль, що потребує ретельного підбору мовних (лексичних) еквівалентів.

Ключові слова: лексична еквівалентність при перекладі, філософські засади написання роману, неприпустимість “вільного перекладу”, дотримання авторського стилю у перекладі.

AUTHOR'S STYLE OF UMBERTO ECO IN THE NOVEL “THE PRAGUE CEMETERY” AND THE PROBLEMS OF TRANSLATION

Gleb L. Oksak (Kyiv, Ukraine)

glebushka23@ukr.net

PhD student (Philology)

Kyiv National Linguistics University

(Ministry of Education and Science of Ukraine)

03150, Kyiv, 73, Velyka Vasylkivska Str.

The article is devoted to the study of the author's style of Umberto Eco in the novel “The Prague Cemetery”, linguo-stylistic aspects of the translation, problems of equivalence

(Current issues in literary studies [Aktual'ni pytannja literaturoznavstva])

Author's Style of Umberto Eco in the Novel “The Prague Cemetery” and the Problems of Translation (in Ukrainian)

[Avtorskiy stil Umberto Eko v romani “Prazkij cvintar” ta problemi perekladu]

© Oksak G. L. [Oksak G. L.], glebushka23@ukr.net

of the lexical units, translation of composed words, respect of translational ethics. The translation of the works by Umberto Eco requires careful translational transformations, because this author possesses a remarkable author's style of narration requiring accurate selection of lingual (lexical) equivalents.

Key words: lexical equivalence in translation, philosophical principles of writing of novel, inadmissibility of "free translation", keeping author's writing style while translating.

Світ знає літературну діяльність Умберто Еко завдяки його відомим творам, таким як "Il nome della rosa", "Il pendolo di Foucault", "L'isola del giorno prima", "Baudolino" та багато інших (загалом більше ніж 40 літературних творів та наукових праць), а також його роботи в галузі перекладознавства, наприклад, "La forma del contenuto", "I limiti dell'interpretazione", "Interpretazione e sovrainterpretazione" та інші.

Але розуміння та сприйняття його творів мовою його героїв чи персонажів більш за все залежить від рівня освіченості читачів, потребує багатогранного тлумачення подій, про які йдеться, тому що, перш за все, окрім літературної та перекладацької діяльності, Умберто Еко насамперед був відомим філософом та дуже схилився до наукових досліджень з філософії епохи Середньовіччя.

Ми вивчали авторський стиль у декількох творах Умберто Еко, але зараз зосередилися на творі "Празький цвинтар" ("Il cimitero di Praga"), перекладеному у Харкові 2012 року Ю. В. Григоренко. За зразок візьмемо початок наративу "Празького цвинтаря", а також додамо, що твори Умберто Еко загалом дуже складно перекладати, тому що окрім самого наративу можемо спостерігати деякі філософські міркування самого автора. Тому читач заздалегідь має ознайомитися з філософськими течіями Середньовіччя та більш пізнього періоду, тому що перекладач загалом дає читачеві уявлення, про що йдеться, але, на нашу думку, не дуже дотримується лексичних еквівалентів авторського стилю Умберто Еко.

Перший приклад

Мова перекладу	Мова оригіналу
Перехожий, котрий того сірого березневого ранку 1897 року на власний страх і ризик пройшов би станцією метро "Пляс Мобер" чи	Il passante che in quella grigia mattina del marzo 1897 avesse attraversato a proprio rischio e pericolo Place Maubert o la Maub, como la chiamavano i malviventi

(Актуальні питання літературознавства [Aktual'ni pytannja literaturoznavstva])

Авторський стиль Умберто Еко в романі "Празький цвинтар" та проблеми перекладу (Українською)

[Avtorskij stil Umberto Eko v romanі "Prazkij cvintar" ta problemi perekladu]

© Оксак Г. Л. [Oksak G. L.], glebushka23@ukr.net

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

“Моб”, як зазвичай називали її злочинці ... спинився б в одному із небагатьох куточків Парижа ... у самісінькому плетиві смердючих вуличок.	... si sarebbe trovato in uno dei pochi luoghi di Parigi ... tra <u>il groviglio di vicoli maleodoranti</u> .
---	---

У першому перекладі в оригіналі немає лапок і, на наш погляд, не дуже добре відтворено деякі іменники: наприклад, *pericolo* – це “небезпека” (в оригіналі), у перекладі – *страх* (італійською має бути *paura*; складний іменник *malviventi* (*parola composta*) перекладається як *злочинці*, але цей вибір трішки зменшує колорит наративу, також замість *pochi luoghi* вживається переклад *небагатьох куточків*, а маєтсья на увазі “малочисельні куточки”; *maleodoranti* – перекладач пропонує *смердючі*, але це слово-комполит (*parola composta*), і тому зручніше було б ужити *зле тхнуці* (так зберігаємо обидва компоненти оригіналу). І за значенням *смердючі* не зовсім підходить. Іменник *groviglio* перекладач пропонує передати як *плетиво*, але “плетиво” – це в’язання спицями чи гачком.

У Еко має місце вживання складних слів та колоритних образних висловів, а в перекладі деякі з них втрачають свій колорит.

З точки зору граматики, в оригіналі *Congiuntivo*, *Trapassato*, *Condizionale Composto*, у перекладі граматичні часи передані вірно.

Другий приклад

Мова перекладу	Мова оригіналу
...річки Б'євр, яка в тому місці ще <u>вихлюпувалася</u> з самого лона мегаполіса, де вона давно була <u>ув'язнена</u> , аби потім, немов у <u>лихоманці</u> , з хрипом і всіма міськими паразитами, кинутися у Сену ось тутечки, зовсім поряд.	...tagliati in due settori del corso della Bievre che laggiù ancora <u>fuoriusciva</u> da quelle viscere della metropoli dove da tempo era stata <u>confinata</u> , per gettarsi <u>febbriticante</u> , rantolante e verminosa nella vicinissima Senna.

На наш погляд, переклад дуже вільний. *Fuoriusciva* – “виходила”, “витікала назовні” – перекладач чомусь пропонує *вихлюпувалася*, замість слова *нутроці* недоречно вживаємо інший еквівалент – *лоно*, але *лоно* – це зовсім інше стилістичне маркування.

(Current issues in literary studies [Aktual'ni pytannja literaturoznavstva])

Author's Style of Umberto Eco in the Novel “The Prague Cemetery” and the Problems of Translation (in Ukrainian)

[Avtorskiy stil Umberto Eko v romani “Prazkij cvintar” ta problemi perekladu]

© Oksak G. L. [Oksak G. L.], glebushka23@ukr.net

Немає тут і таких слів, як *xrup*. А ось *verminosa* – “заражена хробаками”, перекладається взагалі без дієслова, але додається *всіма міськими паразитами*, а цього в тексті нема. А ось *vicinissima Senna* передане вдало: “ось тутечки”, “зовсім поряд”.

Інший приклад

Мова перекладу	Мова оригіналу
А від уже спотвореної бульваром Сен - Жермен станції “Пляс Любер” розходилося <u>павутиння</u> вуличок ... усіяних <u>загидженим</u> отелями і котрі (власники) завдяки своїй <u>зажерливості</u> зажили просто таки легендарної слави.	Da place Maubert, ormai sfregiata dal boulevard Saint-Germain, si dipartiva ancora una <u>ragnatela</u> di straducole ... disseminate di <u>sordidi</u> hotel tenuti in genere da alvergnati, albergatori dalla leggendaria cupidigia.

Також спадає на думку, що переклад досить вільний: *cupidigia* – це “жадібність”, а у перекладі пропонується *зажерливість*. *Загиджений* (*sordido* в оригіналі) означає “огидний”, “бридкий”, тобто знову порушується стилістичне маркування мови оригіналу. А ось *ragnatela* перекладено вірно, тому що іншого значення це слово не має.

Можна зробити такі висновки: про що йдеться – зрозуміло, але не завжди при перекладі дотримуються стилістичних відтінків (*sfumatura stilistica*), які має на увазі автор оригіналу. Також потрібно дуже ретельно обирати лексичні еквіваленти при перекладі складних слів, тому що вони майже завжди не співпадають з мовою перекладу.

Література:

1. Eco, Umberto. *Il cimitero di Praga* (Milano, Romanzo Bompiani, 2010), 638.
2. Еко, Умберто. *Празький цвинтар* (Харків, Фоліо, 2012), 631.
3. Пономарів, О.Д. *Культура слова. Мовностилістичні поради* (Київ, Либідь, 2011), 272.

References:

1. Eco, Umberto. *Il cimitero di Praga* (Milano, Romanzo Bompiani, 2010), 638.
2. Eko, Umberto. *Praz'kyj cvyntar* (Harkiv, Folio, 2012), 631.
3. Ponomariv, O.D. *Kul'tura slova. Movnostylistychni porady* (Kyiv, Lybid', 2011), 272.

(Актуальні питання літературознавства [Aktual'ni pytannja literaturoznavstva])

Авторський стиль Умберто Еко в романі “Празький цвинтар” та проблеми перекладу (Українською)

[Avtorskij stil Umberto Eko v romani “Prazkij cvyntar” ta problemi perekladu]

© Оксак Г. Л. [Oksak G. L.], glebushka23@ukr.net

УДК 811.134.2'27:808.5

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 15.08.2022 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 20.08.2022 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 98.64 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2022.42.04>

СПРАВЖНЯ ІСТОРІЯ “КРИВАВОГО ВЕСІЛЛЯ” ТА ХУДОЖНЄ УЗАГАЛЬНЕННЯ Ф. ГАРСІЯ ЛОРКИ

Олена Юріївна Сайфутдінова (м. Львів, Україна)

olena.sayfutdinova@lnu.edu.ua

кандидат філологічних наук,
катедра французької філології

Львівський національний університет імені Івана Франка

(Міністерство освіти і науки України)

79005, м. Львів, вул. Університетська, 1

У статті вивчено події, що були прототипом “Кривавого весілля”, бо надихнули Федеріко Гарсія Лорку написати його однойменну трагедію. Твір Лорки порівняно з початковим сюжетом, одержаним у різних версіях із декількох джерел. Виявлено відмінності між оригінальним і авторським сюжетами і таким чином з’ясовано зміни, до яких удався Лорка, аби створити свій шедевр. Серед цих змін за допомогою психоаналітичного методу виокремлено такі, що відповідають логічному способу людського міркування, і такі, що перетворюють “Криваве весілля” на класичну трагедію, відому людству з часів Стародавньої Греції.

Ключові слова: трагедія, художнє узагальнення, символ, сюжет.

THE REAL STORY OF “BLOOD WEDDING” AND THE ARTISTIC TRANSFORMATION BY F. GARCIA LORCA

Olena Yu. Saifutdinova (Lviv, Ukraine)

olena.sayfutdinova@lnu.edu.ua

PhD (Philology), associate professor at French Philology Department

Ivan Franko National University of Lviv

(Ministry of Education and Science of Ukraine)

1 Universytetska Str., Lviv, Ukraine, 79005

In the article, the prototypical facts of real life that inspired Lorca to write “Blood wedding” are studied. The tragedy by Lorca is compared with the original story taken in

(Current issues in literary studies [Aktual'ni pytannja literaturoznavstva])

The Real Story of “Blood Wedding” and the Artistic Transformation by F. Garcia Lorca (in Ukrainian) [Spravzhnya istoriya “Krivavogo vesillya” ta hudozhnye uzagalnennya F. Garsiya Lorki]

© Saifutdinova O. Yu. [Saifutdinova O. Ju.], olena.sayfutdinova@lnu.edu.ua

different versions from several sources. For this purpose, the two nearest newspapers' notes are analyzed. Daily newspaper ABC released on the 25th and the 28th of July, 1928 gives scarce facts, but it still discovers the author and his motives for the murder it describes the root cause of the conflict as well. Another article released by Almería Daily (El diario de Almería) on the 24th of July, 1928 adds more facts, describes details, and gives opinions. The differences between the original plot and the tragedy of Federico García Lorca are discovered. Thus the features that Lorca had changed to transform an ordinary criminal plot into a masterpiece are divided. The directions of this artistic transformation are outlined. The psychoanalytic method is used to explain these mechanisms, as the logic of human reflection is based on symbols: interaction between images and concepts. Other changes in the plot occur due to the mechanism of displacement from one person (character, fact) to another. The features turning "Blood wedding" into a classic tragedy, known among the humans from the age of Ancient Greece, are highlighted.

Key words: tragedy, artistic transformation, symbol, plot.

Вступ: Трагедія Ф. Гарсія Лорки "Криваве весілля" (*Bodas de sangre*), написана 1932 року, вперше з'явилася на сцені у театрі "Інфанта Беатріз" у Мадриді 8 березня 1933 року. Відтоді цей твір експлуатують іспанська, іспаномовна, міжнародна театральна, кінематографічна, хореографічна, літературна та мистецька спільноти як іконічний. Перекладовістю (українською мовою переклав М. Н. Москаленко), загальновідомістю та популярністю "Криваве весілля" Ф. Гарсія Лорки завдячує своїй класичній сутності. Цього твору торкаються наукові та мистецькі праці, зокрема видане в Аргентині дослідження Гільєрмо Діаза-Плахи "Федеріко Гарсія Лорка. Його творчість і вплив на іспанську поезію" (1954) [6], книга французької іспаністки, подруги поета Марсель Оклер "Дитинство і смерть Федеріко Гарсії Лорки" (1968) [3], праця Карлоса де Арсе "Злочин у Ніхарі. До генези *Кривавого весілля*" (1988) [2]. Трагедія "Криваве весілля" зображує одвічний психологічний конфлікт, актуалізує універсальну загальнолюдську проблему, що може постати в будь-якому часі, у будь-якому місці та перед будь-якою особистістю.

Монолітний довершений сюжет, поєднання в трагедії поезії та прози, переплетення традиційних пісень із авторськими піснями від народного поета Лорки, класичність та ідентичність створюють враження, що "Криваве весілля" жило в літературі одвічно. Мало кому з українських глядачів і читачів відомо, що, згідно з тижневиком ABC за 9 березня 2020 року, написати "Криваве весілля" Ф. Гарсія Лорку надихнула замітка зі щоденної газети ABC за 25 липня 1928 року. Прочитавши замітку, Лорка начебто вигукнув: *¡La prensa!*

(Актуальні питання літературознавства [Aktual'ni pytannja literaturoznavstva])

Справжня історія "Кривавого весілля" та художнє узагальнення Ф. Гарсія Лорки (Українською) [Spravzhnya istoriya "Krivavogo vesillya" ta hudozhnye uzagalnennya F. Garsiya Lorki]

© Сайфутдінова О. Ю. [Sajfutdinova O. Ju.], olena.sayfutdinova@lnu.edu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

¡Qué maravilla! ¡Leed esta noticia, es un drama difícil de inventar! (“Преса! Оце диво! Прочитайте цю новину: це справжня драма, якої і не вигадасеш!”) [7] (тут і далі переклад мій. – О. Сайфутдінова). Кримінальні новини про вбивство неподалік від ферми в Ніхарі, зафіксовані в газеті, мали такий розголос, що на теренах тих подій навіть виник народний романс “Про злочин у Ніхарі” (*Romance popular sobre el crimen de Nijar*), а Кармен де Бургос 1931 року написала роман “Гвоздичний клинок” (*Carmen de Burgos, “Puñal de claveles”*). Однак ні народний романс, ні роман Кармен де Бургос не резонували так у спадщині світової культури, як це сталося з “Кривавим весіллям” Ф. Гарсія Лорки, адже саме літературна обробка, метод художнього узагальнення надали трагедії такого великого перцептивного потенціалу.

Основний зміст: Щоденна газета *ABC* за 25 липня 1928 року в замітці “Злочин, що відбувся за загадкових обставин” (*Crimen desarrollado en circunstancias misteriosas*) повідомляє, що вранці 24 липня двадцятирічна наречена не з’явилася на весільну церемонію, що викликало обурення серед багаточисленних гостей, які невдовзі почали розходитися. Як згодом виявилось, наречена утекла разом зі своїм кузеном, якого вона завжди кохала, верхи. За вісім кілометрів від ферми один із гостей натрапив на скривавлене тіло втікача. Потім на поміч йому прибули інші гості та міліціанти. Зі слів нареченої, яка була в пошматованому одязі та переховувалася поряд, у втікача чотири рази вистрілив невідомий чоловік із прихованим лицем – *un enmascarado*. Було затримано нареченого, але він категорично заперечив свою причетність до злочину. Початок і кінець замітки містять згадку про “загадкові обставини” та “загадку” – *circunstancias misteriosas, misterio*. У замітці вказане одне-єдине прізвище – прізвище кузена нареченої, з яким вона втікала, 34-річного Монтеса Каньяда [4]. Сам антропонім “Монтес Каньяда” під певним семантичним кутом виглядає як оксиморон, позаяк його ім’я та прізвище перекласти як “гори” (*montes*) і “посмугований долинами” (*cañada*); це контрастне красномовне сполучення може додати сили полярній суперечності та сприяти народженню трагедії.

Слід зауважити, що замітка про “криваве весілля” на цій сторінці газети була найдовшою, і на тій самій сторінці містилися замітка про сина, що вбив свого батька ножом, про сварку між циганами, яка супроводжувалася ножовими пораненнями і переслідуванням (ці дві замітки передували “кривавому

(Current issues in literary studies [Aktual'ni pytannja literaturoznavstva])

The Real Story of “Blood Wedding” and the Artistic Transformation by F. Garcia Lorca (in Ukrainian) [Spravzhnya istoriya “Krivavogo vesillya” ta hudozhnye uzagalnennya F. Garsiya Lorki]

© Saifutdinova O. Yu. [Saifutdinova O. Ju.], olena.sayfutdinova@lnu.edu.ua

весілля”), і кілька заміток про утоплеників. Ці деталі є побічними, проте ми їх фіксуємо як такі, що могли більшою чи меншою мірою вплинути на ментальний простір Лорки-читача і шляхом інтерференції зі змістом оригінальної замітки про “криваве весілля” сформувати йому загальне враження про сюжет і створити відповідний настрій. Терміном “ментальний простір” ми позначаємо феномен, що “об’єднує в осмислене ціле концептуальні одиниці пам’яті, вербальні знаки та реалії об’єктивного світу, які ними репрезентуються у людській свідомості” [1, с. 25]. Щойно ми порівнюємо замітку з газети “АВС” за 25 липня 1928 року з “Кривавим весіллям”, зауважимо низку сюжетних відмінностей:

1. У реальній історії немає згадки про матір нареченого або батька нареченої. Зате в “Кривавому весіллі” матері нареченого належить вагома роль; матір є архетиповим образом і носієм архетипових посилов. Так само батькові нареченої виділена поважна роль.

2. У газеті змальовані події, які не мають передісторії. Натомість у своїй трагедії Лорка розміщує її передісторію – смерть матері нареченої, вбивство чоловіків у сім’ї нареченого, погані передчуття матері нареченого.

3. У замітці вказано, що викрадач – двоюрідний брат нареченої, натомість у “Кривавому весіллі” родинного зв’язку між нареченими немає.

4. У газеті вказано, що знаряддям убивства була вогнепальна зброя. Зате в версії Лорки знаряддям убивства є ніж.

5. У реальній історії смерті зазнав один персонаж – викрадач, закоханий у наречену. Натомість у трагедії загинули двоє людей, які були супротивниками: і викрадач, і наречений.

6. У газетній замітці, як і належно цьому жанрові, не висвітлено подальших взаємин між учасниками події. Тимчасом у “Кривавому весіллі” розв’язка демонструє зміни стосунків між персонажами, і трагедія увінчується підсумковими діалогами між героями.

7. У замітці не вказано, чи був одруженим Монтес Каньяда. Натомість у трагедії Лорки викрадач має дружину та маленького сина.

Найяскравіші підтверджені зміни, яких зазнав оригінальний сюжет під пером Ф. Гарсія Лорки, – це заміна вогнепальної зброї на холодну та подвоєна кількість смертей. Щодо знаряддя вбивства, то заміна кулі на ніж є символічною. По-перше, ніж актуалізує чоловічу силу, якої потрібно докласти, аби вбити людину; адже технічний засіб нівелює класичний образ сили.

(Актуальні питання літературознавства [Aktual'ni pytannja literaturoznavstva])

Справжня історія “Кривавого весілля” та художнє узагальнення Ф. Гарсія Лорки (Українською) [Spravzhnya istoriya “Krivavogo vesillya” ta hudozhnye uzagalnennya F. Garsiya Lorki]

© Сайфутдінова О. Ю. [Sajfutdinova O. Ju.], olena.sayfutdinova@lnu.edu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

По-друге, металевий блиск ножа символічно корелює з місячним сяйвом, і холодом, з водою, зі смертю. Щодо двох смертей у трагедії, Ф. Гарсія Лорки замість однієї, як було в оригінальній історії, ми припускаємо, що таким чином автор зреалізував зведення горя до симетрії. Так, одночасна смерть суперників після їхнього двобою неначе урівноважує цю закриту систему. Якщо одне вбивство виглядає як випадковість, загадковий прояв конфлікту, сумнівна помста, то збіг двох смертей красномовно оприявнює цей конфлікт, збалансовано відображає відплату, оголює сконцентровану суперечність, демонструє апарат трагедії.

Те, що Леонардо в “Кривавому весіллі” одружений, загострює трагедійний конфлікт, адже кохання до нареченої кривдить його сім’ю і створює додаткову напругу. Так, є підстави вважати, що Лорка навмисне вдався до таких ускладнень сюжету. З іншого боку, на думку про солідний статус утікача автора міг наштовхнути вік Монтеса Каньяди – 34 роки.

Закономірно, що оригінальна життєва трагедія в Ніхарі потребувала додаткових фактів та пояснень, котрі автор міг інтуїтивно вгадати, домислити або додати до сюжету з інших дотичних джерел. Проаналізуємо, до прикладу, найближче джерело – замітку з одного з наступних номерів газети “ABC” за 28 липня. Замітка “Прояснюється загадковий злочин на фермі в Ніхарі” (*Se aclara el misterio del crimen de la cortijada de Nijar*) [8] повертається до тих трагічних подій та згадує імена нареченої та її викрадача: відповідно Франсіска Каньяда Моралес і Франсіско [Монтес Каньяда]. Також вказано імена нареченого та його брата: Касіміро Перез Піно та Хосе Перез Піно. Як з’ясувалося, наречену затримали для допиту, на якому вона звинуватила брата нареченого, бо запідозрила була у вбивстві саме його. Під час очної ставки обидвох братів Хосе Перез Піно зізнався, що на фермі він перебрав алкоголь і, натрапивши на пару втікачів, відчув затьмарення свідомості і сором за ошуканого брата. Тому він накинувся на Франсіско і вчинив йому три смертельних постріли. Після цього зізнання Касіміро, нареченого, звільнили, як і старого батька нареченої.

У дечому замітки за 25 і 28 липня суперечать одна одній, проте ми не вдаватимемося до порівняння цих текстів, позаяк нас цікавлять радше відносини періодики та літератури.

(Current issues in literary studies [Aktual'ni pytannja literaturoznavstva])

The Real Story of “Blood Wedding” and the Artistic Transformation by F. Garcia Lorca (in Ukrainian) [Spravzhnya istoriya “Krivavogo vesillya” ta hudozhnye uzagalnennya F. Garsiya Lorki]

© Saifutdinova O. Yu. [Saifutdinova O. Ju.], olena.sayfutdinova@lnu.edu.ua

Показово, що вперше у газеті згадано постать батька нареченої, яка присутня і в “Кривавому весіллі”. У “Кривавому весіллі” Лорки присутні образи матерів молодих, але в замітці про матерів, знову ж таки, нічого не написано.

Як виявилось, наречена і її коханий мали одне й те саме ім'я в чоловічому і жіночому родах відповідно: *Paco* і *Pasa* (“Пако і Пака”), яке є зменшуваним від *Francisco,-a* (“Франсіско, -а”). Через те або ж попри те, що ці імена центрують навколо себе всю вину, створюють реальну трагедію, Ф. Гарсія Лорка свідомо або несвідомо змістив акцент з іменами на людей в офіційних стосунках, тобто однакові імена він дав зарученій парі: *Novio* та *Novia* (“Наречений” і “Наречена”).

Ще одне показне і влучне перетворення, до якого вдається Лорка: на місці брата нареченого вбивцею у “Кривавому весіллі” фігурує сам наречений. Зазначена трансформація із ролями персонажів, якої досяг Ф. Гарсія Лорка, і привела його до класичної трагедії. На рівні людських стосунків убивство кривдника брата – це потужна архетипова модель поведінки, яку можна пояснити: вона ґрунтується на принципі “брат за брата” і реалізує “кровне право”. Механізм, за допомогою якого відбулося зміщення персонажів, у психоаналізі називають “перенесенням”, і саме результат перенесення відображено в літературному творі, позаяк творчість є продуктом психічної діяльності.

Щоденна газета *El diario de Almería* (“Щоденна газета Альмерії”) за 24 липня 1928 року дає набагато розлогіший опис подій у статті з назвою: *Crimen misterioso: Cuando va a casarse, desaparece la novia y es encontrada junto al cadáver del hombre con quien se fué* (“Загадковий злочин: Просто перед шлюбом зникає наречена, і її знаходять поряд із тілом чоловіка, з яким вона втекла”) [5]. Стаття розповідає, що ввечері 22 липня на фермі в Ніхарі почалися приготування до вінчання двадцятирічної доньки фермера із землеробом, з яким вона була заручена. Церемонія мала відбутися о 3-ій годині ранку. Багаточисленні гості з'їжджалися до будинку нареченої на конях, а наречений там перебував звечора. Близько 10:30 наречена принесла своєму судженому ковдру і запропонувала йому окрему кімнату, аби він там відпочив, і обіцяла покликати його потім завчасно. Наречений пішов відпочивати, а до будинку все надходили гості, яких приймала родина нареченої. Близько 12-ої родина і запрошені зрозуміли, що наречена зникла, позаяк вже надходив час, а дівчини не знайшли. Обурені тим гості почали розходитися. За шість-вісім кілометрів від

(Актуальні питання літературознавства [Aktual'ni pytannja literaturoznavstva])

Справжня історія “Кривавого весілля” та художнє узагальнення Ф. Гарсія Лорки (Українською) [Spravzhnya istoriya “Krivavogo vesillya” ta hudozhnye uzagalnennya F. Garsiya Lorki]

© Сайфутдінова О. Ю. [Sajfutdinova O. Ju.], olena.sayfutdinova@lnu.edu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

того фермерського господарства один із гостей натрапив на тіло чоловіка в калюжі крові. Гостя вразила та знахідка, але ще більшим було його потрясіння, коли виявилось, що вбитий – то його рідний брат. Небіжчика звали Монте Каньядас, він мав 34 роки і був кузеном нареченої. У невимовному розпачі, брат убитого почав голосно кликати на поміч. На місце події прибули інші гості, що саме прямували до своїх домівок, і згодом з'явилися викликані гостями міліціанти та наречена, яка, вочевидь, переховувалася неподалік. Дівчина мала пошматований одяг, садна та інші ознаки того, що вона тяжко боролася з кимось. Одну з її сережок знайшли поряд із тілом убитого. Наречену затримали, і на допиті вона зізналася, що вони з кузенком організували втечу і, аби ніхто з гостей їх не побачив, утекли на його коні, доки її наречений відпочивав. Дівчина також посвідчила, що, коли вони підійшли до місця злочину, назустріч їм вийшов невідомий чоловік із прихованим лицем і декілька разів вистрілив у її кузена, який загинув від чотирьох смертоносних куль, що потрапили були йому в голову і в груди. Невдовзі з'явився відомчий суддя і дозволив забрати тіло вбитого його рідним. Попри те, що гості підтвердили були, що наречений не виходив із кімнати, де відпочивав, спантеличені міліціанти все ж таки затримали нареченого, але він категорично заперечив свою причетність до злочину. Наречена сказала, що не змогла впізнати вбивцю у темряві ночі, бо той недовзі втік. Коня, на якому їхали втікачі, знайшли на фермі нареченої. Отже, його туди привів вбивця; в іншому випадку кінь пішов би до дому свого власника, Монте Каньядаса.

Останні чотири абзаци статті не додають жодної інформації, вони лише висловлюють суб'єктивну думку щодо загадковості подій, концентрують емоції та розпалюють цікавість читачів щодо тієї кримінальної новини. Стаття з газети Альмерії – більше, ніж інформативна замітка: вона містить глибокі естетичні, емоційні та архетипові символи: кімната, ковдра, ніч, коні, калюжа крові, сутінки, пошматований одяг, загублена коштовність, тощо. Змалювання подій, в якому зафіксовані суперечності, надихає на літературне відтворення. До прикладу, ковдра символізує турботу нареченої про судженого, яку дівчина згодом обертає на зраду. З огляду на все зазначене є підстави вважати, що саме стаття з газети Альмерії могла одержати відгук “Це справжня драма; такої і не вигадась”.

Зауважмо, що стаття з “Щоденної газети Альмерії” уточнює, що гість, який знайшов тіло – брат утікача. Попри конфлікт між суперниками, в реальній

(Current issues in literary studies [Aktual'ni pytannja literaturoznavstva])

The Real Story of “Blood Wedding” and the Artistic Transformation by F. Garcia Lorca (in Ukrainian) [Spravzhnya istoriya “Krivavogo vesillya” ta hudozhnye uzagalnennya F. Garsiya Lorki]

© Saifutdinova O. Yu. [Sajfutdinova O. Ju.], olena.sayfutdinova@lnu.edu.ua

історії їхньої зустрічі не відбулося; натомість мала місце зустріч братів. Однак в “Кривавому весіллі” Ф. Гарсія Лорка доводить цю зустріч емоцій до двобою. Незавжди зрозуміти, що відмінності між статтею з газети Альмерії та “Кривавим весіллям” – це рушії, які привели автора до цих трансформацій, і вектори, що скеровують аналітику літературного критика. Ф. Гарсія Лорка майстерно опрацював вихідний матеріал: він спромігся створити інтер’єр кімнати, розмістив найзагадковіші дії трагедії в сутінках ночі, наділив образ коней особливою символікою, підхопив образ крові, рідини життя і смерті, як головну барву трагедії.

Висновки і перспективи подальших наукових розвідок: Порівняння тексту замітки з щоденної газети “АВС” за 25 липня 1928 року із текстом “Кривавого весілля”, а також урахування суміжних текстів цього ж номера дало змогу виявити значні зміни в сюжеті, у кількості й характері персонажів. Проте співставлення “Кривавого весілля” з пізнішим номером газети “АВС” та іншого періодичного видання – “Щоденної газети Альмерії” – засвідчує, що Ф. Гарсія Лорка цікавився подальшою долею героїв замітки, а тому стежив за їхньою історією, що й відобразив у трагедії; себто замітка в газеті “АВС” за 25 липня 1928 року є лише одним із джерел. Класичними елементами “Кривавого весілля”, які піднімають цю трагедію на найвищий рівень читацько-глядацької рецепції, є унаочнений внутрішній конфлікт особистостей: емоція, що переростає в почуття, впливає на долю особистостей і скеровує сюжет; чиста ідея кохання – неодмінно цнотливого, але такого стрімливого й безрозсудного, що веде за собою згубу; приреченість героїв на вибір без вибору, коли вони є заручниками непереборних обставин і почуттів; матеріялізація фатуму через оспіваний образ ножа, передісторію трагедії та передчуття матері нареченого; весільні пісні, які, попри свою схожість із народно-обрядовими, репрезентують майбутні трагічні події, звіщають фатум.

Із майбутніх досліджень довкола генези “Кривавого весілля” доцільними будуть подальші верифікації всіх можливих матеріалів для визначення правдивого джерела, яким надихався Ф. Гарсія Лорка для написання своєї трагедії. Здійснити це можливо через відсіювання ненадійних джерел за допомогою перевіреної дієвої методології та злагодженої командної роботи науковців. Перспективним буде вивчати на предмет первинності / вторинності / послідовності тексти спогадів очевидців із залученням нейрофізіологів та

(Актуальні питання літературознавства [Aktual'ni pytannja literaturoznavstva])

Справжня історія “Кривавого весілля” та художнє узагальнення Ф. Гарсія Лорки (Українською) [Spravzhnya istoriya “Krivavogo vesillya” ta hudozhnye uzagalnennya F. Garsiya Lorki]

© Сайфутдінова О. Ю. [Sajfutdinova O. Ju.], olena.sayfutdinova@lnu.edu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

психолінгвістів. Цікаві результати можна отримати, якщо за допомогою підходів трансперсональної, біхевіористської та когнітивно-біхевіористської психології здійснити аналіз сюжетних трансформацій, до яких вдавався Ф. Гарсія Лорка,

Література:

1. Попович, М. М. «Змістові аспекти лінгво-когнітивного поняття *ментальний простір*». *Філологічні трактати* 2 (2010): 20-26.
2. Arce, C. de *El crimen de Níjar. El origen de Bodas de Sangre* (Barcelona: Seuba Ediciones, 1997), 157.
3. Auclair, M. *Enfances et mort de Garcia Lorca* (Paris: Seuil, 1968), 477.
4. «Crimen desarrollado en circunstancias misteriosas». *ABC*, <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-madrid-19280725-22.html>
5. «Crimen misterioso: Cuando va a casarse, desaparece la novia y es encontrada junto al cadáver del hombre con quien se fué». *El Diario de Almería*, <https://cristinafernandez5.wixsite.com/estabodaesunaruina/el-crimen-de-nijar>
6. Díaz-Plaja, G. *Federico García Lorca. Su obra e influencia en la poesía española* (Madrid: Espasa Calpe, 1968), 201.
7. «La noticia del misterioso crimen que Lorca leyó en ABC y le inspiró *Bodas de sangre*». *ABC*, https://www.abc.es/archivo/abci-noticia-inspiro-lorca-bodas-sangre-202003040848_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Farchivo%2Fabci-noticia-inspiro-lorca-bodas-sangre-202003040848_noticia.html
8. «Se aclara el misterio del crimen de la cortijada de Níjar». *ABC*, <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-madrid-19280728-21.html>

References:

1. Popovych, M. M. «Zmistovi aspekty lingvo-kognityvnogo ponjattja *mental'nyj prostir*». *Filologichni traktaty* 2 (2010): 20-26.
2. Arce, C. de *El crimen de Níjar. El origen de Bodas de Sangre* (Barcelona: Seuba Ediciones, 1997), 157.
3. Auclair, M. *Enfances et mort de Garcia Lorca* (Paris: Seuil, 1968), 477.
4. «Crimen desarrollado en circunstancias misteriosas». *ABC*, <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-madrid-19280725-22.html>
5. «Crimen misterioso: Cuando va a casarse, desaparece la novia y es encontrada junto al cadáver del hombre con quien se fué». *El Diario de Almería*, <https://cristinafernandez5.wixsite.com/estabodaesunaruina/el-crimen-de-nijar>
6. Díaz-Plaja, G. *Federico García Lorca. Su obra e influencia en la poesía española* (Madrid: Espasa Calpe, 1968), 201.
7. «La noticia del misterioso crimen que Lorca leyó en ABC y le inspiró *Bodas de sangre*». *ABC*, https://www.abc.es/archivo/abci-noticia-inspiro-lorca-bodas-sangre-202003040848_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Farchivo%2Fabci-noticia-inspiro-lorca-bodas-sangre-202003040848_noticia.html
8. «Se aclara el misterio del crimen de la cortijada de Níjar». *ABC*, <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-madrid-19280728-21.html>

(Current issues in literary studies [Aktual'ni pytannja literaturoznavstva])

The Real Story of “Blood Wedding” and the Artistic Transformation by F. Garcia Lorca (in Ukrainian) [Spravzhnya istoriya “Krivavogo vesillya” ta hudozhnye uzagalnennya F. Garsiya Lorki]

© Saifutdinova O. Yu. [Saifutdinova O. Ju.], olena.sayfutdinova@lnu.edu.ua

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЛІНГВІСТИЧНОЇ СЕМАНТИКИ [CURRENT ISSUES IN LINGUISTIC SEMANTICS]

УДК 81-114

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 14.08.2022 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 17.08.2022 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 92.15 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2022.42.05>

ЛЕКСИЧНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ У НЕОЛОГІЧНОМУ ВИМІРІ СУЧАСНОЇ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ

Тетяна Миколаївна Гейко (м. Київ, Україна)

taqueiko@gmail.com

кандидат філологічних наук, доцент кафедри романської філології

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

У статті досліджено стан неологічних процесів та динаміку запозичення у сучасній французькій мові за період 2015-2018 рр., розглянуто теоретичні засади вищеназаних лінгвістичних явищ та обґрунтована методика дослідження різних аспектів неологізмів та результати аналізу запозичень. Використання платформи Néoveille дозволило виявити напіваавтоматично, описати лінгвістично і простежити темпоральну еволюцію неологізмів з трьох комплементарних точок зору: темпоральної, лінгвістичної і соціо-прагматичної. У темпоральному аспекті важливо виділити три моменти у житті неологізмів: поява, можливе поширення і можлива лексикалізація. Лінгвістичний підхід дозволяє описати механізми формування, а також комбінаторні та дистрибутивні властивості запозичень. Соціо-прагматична точка зору дає можливість ідентифікувати місця використання неологізмів. Завдяки застосуванню цих точок зору, було змодельовано систему, здатну напіваавтоматично виявляти лексичну інновацію та простежити її еволюцію на великому динамічному корпусі.

Запозичення складають близько 6 % (або 1,429 лексем) від новотворів у сучасній французькій мові. До цієї цифри треба додати близько тисячі ксенізмів, а також значну кількість інших утворень від запозичених основ. Понад 90 % цих запозичень

(Актуальні питання лінгвістичної семантики [Aktual'ni pytannja lingvistichnoi' semantyky])

Лексичні запозичення у неологічному вимірі сучасної французької мови (Українською) [Leksichni zapozichennya u neologichnomu vimiri suchasnoyi francuzkoyi movi]

© Гейко Т. М. [Gejko T. M.], taqueiko@gmail.com

мають англо-американське походження, тоді як ксенізми виказують більше мовне розмаїття. Слід виділити сфери людської діяльності, які є найбільш відкритими для запозичень, – це мода, спорт, технології та економіка, а серед ресурсів найбільш плідними є жіноча преса, паризькі журнали, а також жовта преса. Запозичення, як і всі неологізми, є більш ніж у 75 % гапаксом або квазі-гапаксом, або точніше неологізмами з низькою або дуже низькою дифузиею. Поява англо-американських запозичень пояснюється як потребами номінації, так і мотивовані престижем англійської мови, яка протягом останніх десятиліть, особливо з появою цифрової комунікації, здобула статус другої інтегрованої мови, що використовують французи в приватному і професійному житті. Ту саму роль англійська відіграє і для більшості сучасних мов. Ця глобальна лінгва франка є миттєво доступним ресурсом для лексичних інновацій та постачальником продуктивних морфосинтаксичних моделей, зазвичай синтетичного характеру, що активно запроваджуються французькою.

Дослідження неологізмів вищої частотності показує, що популярність соцмереж і деяких соціальних практик, сприяла появі запозичень в багатьох галузях. Описані параметри дозволили представити випадки дифузії запозичень, не тільки через стабілізовані повторення, але і констатувати певні мовні явища, зокрема, інтеграцію до морфограматичної підсистеми французької мови.

Ключові слова: неологізм, запозичення, лексичні інновації, гапакс, квазі-гапакс, ксенізм, морфологічна калька, лексема, морфема, лексико-синтаксична модель.

LEXICAL BORROWING IN NEOLOGY DIMENSION OF CONTEMPORARY FRENCH

Tetiana M. Heiko (Kyiv, Ukraine)

taqueiko@gmail.com

PhD (Philology), Associate Professor of Romance Philology Department Taras Shevchenko National University of Kyiv
(Ministry of Education and Science of Ukraine)
14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

The article deals with the state of neologism processes and the dynamics of borrowing in the modern French language for the period 2015-2018, examines the theoretical foundations of the above-mentioned linguistic phenomena and a justified method of researching various aspects of neologisms and the results of the analysis of borrowings. The use of the Néoveille platform made it possible to semi-automatically detect, describe linguistically, and trace the temporal evolution of neologisms from three complementary points of view: temporal, linguistic, and socio-pragmatic. In the temporal aspect, it is

(Current issues in linguistic semantics [Aktual'ni pytannja lingvistychnoi' semantyky])

Lexical Borrowing in Neology Dimension of Contemporary French (in Ukrainian [Leksichni zapozichennya u neologichnomu vimiri suchasnoyi francuzkoyi movi])

© Heiko T. M. [Gejko T. M.], taqueiko@gmail.com

important to distinguish three moments in the life of neologisms: appearance, possible distribution and possible lexicalization. Linguistic approach allows to describe formation mechanisms, as well as combinatorial and distributive properties of loanwords. A socio-pragmatic point of view makes it possible to identify the places where neologisms are used. By applying these points of view, a system capable of semi-automatically detecting lexical innovation and tracing its evolution on a large dynamic corpus was modeled.

Borrowings make up about 6 % (or 1,429 tokens) of innovations in modern French [3]. About a thousand xenisms should be added to this number, as well as a significant number of other formations from borrowed bases. Over 90 % of these loanwords are of Anglo-American origin, while xenisms show more linguistic diversity. The spheres of human activity that are most open to borrowing are fashion, sports, technology, and the economy, and among the resources, the women's press, Parisian magazines, and the yellow press are the most fruitful. Borrowings, like all neologisms, are more than 75 % hapax or quasi-hapax, or rather neologisms with low or very low diffusion. The appearance of Anglo-American borrowings is explained both by the needs of the nomination and motivated by the prestige of the English language, which in recent decades, especially with the advent of digital communication, has acquired the status of a second integrated language used by the French in private and professional life. English plays the same role for most modern languages. This global lingua franca is an instantly accessible resource for lexical innovation and a provider of productive morphosyntactic patterns, usually of a synthetic nature, actively implemented in French.

The study of neologisms of higher frequency shows that the popularity of social networks and some social practices contributed to the emergence of borrowings in many fields. The described parameters made it possible to present cases of diffusion of borrowings, not only through stabilized repetitions, but also to state certain linguistic phenomena, in particular, integration into the morphogrammatic subsystem of the French language.

Key-words: *neologism, borrowing, lexical innovations, hapax, quasi-hapax, xenism, morphological calque, lexeme, morpheme, lexical-syntactic model.*

Вступ

Запозичення займають особливе місце серед усіх засобів лексичного збагачення мови, матеріал походить з іншої мовної системи. Вони також відіграють помітну роль в неологічних дослідженнях, оскільки є іманентною властивістю мов, переважна більшість яких розвиваються не в замкненому середовищі, несприятливому до будь-якого зовнішнього впливу, а в своєрідній екосистемі, де вони постають як її невід'ємна складова. Це явище наразі набуває більшої **актуальності**, зважаючи на розвиток засобів комунікації, що дозволяють миттєві обміни повідомленнями на світовому рівні, з усіх регіонів та на всіх мовах, та несуть на собі відбиток цього впливу.

(Актуальні питання лінгвістичної семантики [Aktual'ni pytannja lingvistychnoi' semantyky])

Лексичні запозичення у неологічному вимірі сучасної французької мови (Українською) [Leksichni zapozichennya u neologichnomu vimiri suchasnoyi francuzkoyi movi]

© Гейко Т. М. [Gejko T. M.], tagueiko@gmail.com

Новизна дослідження полягає в комплексній методиці аналізу лексем, представлених на платформі Neoveille за період з 2015 по 2018 рр., що дає можливість виявити напівавтоматично, описати лінгвістично і простежити темпоральну еволюцію неологізмів з комплементарних точок зору: темпоральної, лінгвістичної, когнітивної та соціопрагматичної.

Отже, **об'єктом дослідження** цієї статті є лексичні інновації у французькій мові (неологізми та запозичення) за період 2015-2018 рр. на базі лексем, представлених на платформі Neoveille.

Слід також зауважити, що місце запозичення в лексичній системі мови варіюється відповідно до підходу. Іноді воно розглядається як неологічна матриця або, навпаки, протиставляється неології та постає як окремий повноцінний засіб. Іноді воно тлумачиться як формальний або семантичний неологізм. Таким чином, **предметом дослідження** виступають лінгвістичні (фонографічні, морфологічні, синтаксичні, семантичні), когнітивні та соціопрагматичні особливості неологізмів.

Мета цієї роботи – дослідити стан неологічних процесів та динаміку запозичень на сучасному етапі французької мови. Зазначена мета передбачає вирішення таких **завдань**:

- уточнення теоретично-категоріальної бази дослідження;
- визначення основних мотиваторів появи лексичних інновацій / запозичень у французькій мові на сучасному етапі;
- окреслення основних критеріїв темпоральності запозичення;
- виділення найбільш продуктивних лексичних одиниць та словотвірних моделей;
- виявлення ефективних когнітивних типів – механізмів формування та укорінення лексичних одиниць у свідомості мовців-франкофонів;
- визначення соціальних та прагматичних параметрів, за допомогою яких можна описати поступове входження лексичних інновацій до колективної пам'яті.

Основні частина

При вирішенні вищевказаних завдань ми спиралися на типологію запозичень, запропоновану Ж-Ф. Саблейролем [13], що вирізняє такі результати мовних контактів: власне лексичні запозичення, еквівалентні новотвори (загалом рекомендовані установами з мовної політики та регуляції) та інші утворення – питомі матриці, що несуть відбиток іншомовного впливу.

(Current issues in linguistic semantics [Aktual'ni pytannja lingvistychnoi' semantyky])

Lexical Borrowing in Neology Dimension of Contemporary French (in Ukrainian [Leksichni zapozichennya u neologichnomu vimiri suchasnoyi francuzkoyi movi])

© Heiko T. M. [Gejko T. M.], tagueiko@gmail.com

Власне лексичні запозичення – це лексеми, де означальне, адаптоване фонетично та/або графічно (як-от, staff, lobby, mildiou < mildew, raquebot < packet boat) та /або означуване (напр. réaliser < англ. to realize, 'розуміти') потрапили безпосередньо напряду з мови-донора. Цим справжнім запозиченням протиставляють різного роду лексеми з домінантною питомою матрицею, що зазнала іншомовного впливу, зокрема у такий спосіб:

- переклад, коли існуюча питома лексема використовується замість іншомовного відповідника, у цьому випадку спостерігаємо повне інтегральне сприйняття запозичення (напр. souris < напр. mouse, поява нового значення у *souris* через семантичну домінантність метафори);
- морфологічна калька, коли йдеться про послідовний переклад елементів складних/ складених слів (напр : gratte-ciel < англ. sky-scraper, cheval de troie < Trojan Horse);
- алогенізм або хибне запозичення, тобто лексеми, що не існують у мові-донорі, а утворилися у мові-реципієнті за допомогою іншомовних формантів та структур (як-от, tennisman, serial menteur, royale attitude» [13, с. 5];
- неологічний синтез або заповнена прогалина, йдеться про словотвори, поява яких навіяна семантикою мови-донора, при цьому формальний зв'язок з іншомовною лексемою не є очевидним (напр. синапс lanceur d'alerte < англ. whistle-blower).

З точки зору *циклу життя запозичення* також пропонуються різні типи, що враховують фазу існування даної лексичної інновації :

- ксенізм – «слово іноземного походження, що позначає невідому або специфічну реалію та обов'язково супрвджується описовим поясненням в тексті або виноскою внизу сторінки» [7, с. 92]. Зазвичай ксенізми позначають культурні реалії мови-донора, що гальмує їх подальшу інтеграцію у мові-реципієнті: зокрема, до цієї категорії відносять назви місцевих страв, які зберігають форму мови-донора, хоча і можуть зазнавати часткової адаптації.
- пелегринізм позначає стан ксенізму, що знаходить використання в різних соціальних групах, але без остаточної фіксації; таким чином, ксенізми та пелегринізми виступають певними стадіями процесу запозичення [4]. Таким чином, з лінгвістичної точки зору пелегринізми постають як мандрівні або мігруючі слова з огляду на їх можливе сприйняття системою мови-реципієнта,

(Актуальні питання лінгвістичної семантики [Aktual'ni pytannja lingvistichnoi' semantyky])

Лексичні запозичення у неологічному вимірі сучасної французької мови (Українською) [Leksichni zapozichennya u neologichnomu vimiri suchasnoyi francuzkoyi movi]

© Гейко Т. М. [Gejko T. M.], tagueiko@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

тоді як ксенізми – це іншомовні слова, що сприймаються мовцями як чужорідні через їхню оригінальну екзотичну форму.

- власне запозичення, що вказує на стан його більшої інтегрованості; так, критерій більшої інтегрованості лексеми у мові-реципієнті підкреслює різницю між запозиченням і ксенізмом

Отже, цикл життя запозиченої лексеми вибирає такі стадії – поява, поширення та лексикалізації. З лінгвістичної точки зору запозичення проходить такі фази інтеграції у мові-реципієнті: фонетична (англ. riding coat > redingote, англ. baby-sitting > baby-sitting), морфологічна, інтеграція словотвірною системою (facebook > facebookisation, facebookeur, se défacebooker...).

Серед *мотиваторів* запозичення дослідники вирізняють такі основні фактори, які можуть поєднуватися:

- запозичення, зумовлене потребою номінації, коли мова-реципієнт не має у розпорядженні відповідної лексеми і відтак вдається до використання іншомовного терміна, який в сучасному глобалізованому світі зазвичай має англо-американське походження. Це в першу чергу, стосується технологічної сфери;
- запозичення є способом ствердження ідентифікації, культурної або ідеологічної, що здебільшого спостерігається при запозиченні з інших (ніж англо-американська) мов;
- запозичення пов'язане з престижем мови, що особливо помітно у жіночих та глянцевиx виданнях стосовно англо-американських вокабул;
- запозичення вмотивоване грою.

Важливу роль у подальшій долі запозичення також відіграє мовна політика в країні мови-реципієнта, яка може бути спрямована на обмеження тенденції запозичення, що вважається масованим нашествям. Відомо, що Франція має доволі розгалужену систему таких регулятивних органів.

Слід також наголосити, що запозичення виступають як неологізми у мові-реципієнті. Особливістю цих лексичних інновацій є те, що іншомовний лексичний матеріал, так звана зовнішня матриця) накладається на питому матрицю, тобто словотвірні засоби мови-реципієнта [12]. І тут варто брати до уваги соціолінгвістичні характеристики мовців та мовну ситуацію дискурсу, де використовуються неологізми [10],

Отже, при вивченні неологічних процесів виділяють такі основні підходи [14]:

- лінгвістичний, що описує фонологічні, морфологічні, синтаксичні та семантичні особливості лексичних одиниць та механізми, що забезпечують такі зрушення і виникнення лексичної інновації: лексикалізація постає тут як процес можливої інтеграції неологізму до словникового складу певної мови;
- когнітивний, який моделює та описує механізми формування та укорінення лексичних одиниць у свідомості мовців певної мовної спільноти: поняття «формування концепту» охоплює тут процес можливого сприйняття лінгвістичного знака свідомістю індивіда [15];
- соціопрагматичний, що визначає соціальні та прагматичні параметри, за допомогою яких можна описати поступове входження лексичних інновацій до колективної пам'яті. Поняття «інституалізація» означає тут цикл використання неологізму мовною спільнотою.

Дослідження, проведене на базі лексем, представлених на платформі Neoveille (2015-2018) [1; 2] у вищеописаній перспективі дозволяє говорити про особливості неології та запозичень, зокрема, у сучасній французькій мові. Проведений аналіз дає можливість виявити напівавтоматично, описати лінгвістично і простежити темпоральну еволюцію неологізмів з комплементарних точок зору: темпоральної, лінгвістичної, когнітивної та соціопрагматичної.

Так, результати лінгвістичного підходу показали значну перевагу префіксації серед *способів неології* – 75 % від 22 475 зареєстрованих новотворів, на другому місці словоскладання – 7,3 % (1646 л. од.), на третій позиції запозичення, що складають 6,36 % (1429 лексичних одиниць); суфіксація – 5,5 % (1245 л. од.), складання основ – 3,52 % (791 л. од.); на інші способи словотвору (ономатопея, аббревіація, гібридне та наукове складання тощо) припадає менше одного відсотку на кожний. Також слід зазначити, що значна кількість адаптованих запозичень, було віднесено до матриці афіксації, зокрема це стосується «модних» слів у соцмережах, які швидко інтегрувалися словотвірною системою французької мови, як-от: *facebooker*, *facebookage*, *instagrammeur*, *twitos*, *tweeter*, *twitterisation* тощо). Крім того до розглянутих запозичень не увійшли приблизно тисяча ксенізмів.

(Актуальні питання лінгвістичної семантики [Aktual'ni pytannja lingvistichnoi' semantyky])

Лексичні запозичення у неологічному вимірі сучасної французької мови (Українською) [Leksichni zapozichennya u neologichnomu vimiri suchasnoyi francuzkoyi movi]

© Гейко Т. М. [Gejko T. M.], tagueiko@gmail.com

Щодо *мов-донорів* запозичень, то тут, безперечно, лідирує англійська (91 %), потім значно подалі йдуть іспанська (4,5 %), арабська (3 %) та італійська (2 %). Ксенізми мають більш розмаїте походження. Тут чітко простежується різниця між запозиченнями з англійської та інших мов: якщо останні у переважній більшості позначають специфічні культурні концепти, то запозичення з англійської широко охоплюють різноманітні сфери культури [5]. Також тут спостерігаємо різне сприйняття мов-донорів у колективній свідомості – міжнародну англійську як мову престижу, а інші мови як маркери ідентичності.

Процес насичення словника одиницями англосаксонського походження не є особливістю виключно французької мови та має тривалий характер. Це зумовлен багатьма факторами як у франкомовному ареалі, так і по-за його межами: з одного боку, повоєнне зростання економічної та політичної могутності США, що спонукало численні міграційні процеси культурного та технологічного порядку, масований експорт товарів з країни, набуття англійською мовою статусу *lingua franca* у багатьох сферах діяльності та значне збільшення кількості англофонних носіїв мови – все це, безумовно, сприяло англо-американським запозиченням. Невпинний розвиток радіо, телебачення, кіно викликали новий поштовх запозичення у 1970-1980-х роках. Нарешті, поява комунікаційних електронних технологій у 1995-2000 р.р. та поширення соцмереж, починаючи з 2010 р., зумовили зростання запозичення, що стало глобальним. Ці фактори пояснюють високий відсоток запозичених лексем у таких галузях, як-от , інформатика, індустрія, ринок праці, соціальні практики). Крім того можна констатувати престиж американської англійської серед певних верств франкомовної спільноти – це в першу чергу, жіночі видання та міжнародна преса, що має місцеву версію видання. Також слід відмітити широке використання франкофонами запозичень, пов'язаних з соцмережами, професійною діяльністю і дозвіллям.

Розподіл неологізмів за *частинами мови* виглядає таким чином: іменники (79,6 %), прикметники (9,7 %), дієслова (8,3 %), прислівники (2,3 %). Як бачимо, лексичні інновації стосуються у переважній більшості номінації об'єктів, явищ, предметів та їхніх характеристик, номінація дій та їхнє означення представлена значно меншою мірою. Схожа картина спостерігається і у запозичень: 83,8 % складають іменники, 9,7 % – прикметники, 6,5 % – дієслова. Однак слід

(Current issues in linguistic semantics [Aktual'ni pytannja lingvistychnoi' semantyki])

Lexical Borrowing in Neology Dimension of Contemporary French (in Ukrainian [Leksichni zapozichennya u neologichnomu vimiri suchasnoyi francuzkoyi movi])

© Heiko T. M. [Gejko T. M.], taqueiko@gmail.com

зауважити, що чимало запозичених іменників із флексійною морфемою *-er* виступають також у функції дієслів через омонімчну природу формотвірних елементів. Крім того запозичення виявляються доволі продуктивними твірними основами для афксації.

Тематичний аналіз неологізмів показав домінування сфер спорту (10 %), жіночих видань (10 %) та інформатики (5 %), що закріплюється і на рівні запозичень: жіноча преса – 15 %, спорт – 12 %, інформатика – 9 %. Так, особливо у заголовках деяких жіночих видань широко використовуються англіцизми. Для цього типу преси характерне не тільки обширне використання англіцизмів, він також характеризується появою лексичних інновацій. Ось декілька прикладів:

- Жіночі видання: *styling, contouring, fashion-week, shopper, e-shop, coming out, lifestyle, casual, hype, streetware, slow food, blur*;
- Інформатика: *geek, boost, hashtag, playlist, emoji, tag, data centre, ransomware, snapchat, pop-up, instagrammed, blockchain, chatbot, hoax*;
- Спорт: *wild-card, snowboard, aquabike, running, snorkelling, kiteboarding, wakesurfing*.

Аналіз **циклу життя** неологізму свідчить про те що у 25 % вони постають як власне гапакси (єдине використання), але існує певний континуум між дуже низькою та високою частотністю, при цьому важко встановити належну лінгвістичну межу між гапаксами та іншими неологізмами, зокрема тими, що мають низьку частотність. Так, якщо встановити період *появи* два тижні після першої фіксації, то сюди потраплять більше 70 % неологізмів, що говорить скоріше про «слабке» повторення за короткий термін, ніж про власне гапакс. Таким чином, можна дати таке уточнене визначення *появи*: *це короткий період (від кількох днів до кількох тижнів), протягом якого лексична інновація з'являється та може повторюватися зазвичай в тій самій тематичній галузі.* Наприклад, використання *zebracake* та *tigercake* (7 та 9 випадків відповідно) обмежилось кулінарними рубриками жіночих журналів. Так само і запозичення *street-girl* залишилося в межах жіночої преси. Отже, приблизно 50 % інновацій приналежні до однієї тематичної галузі (здебільшого загальнопобутової, інформатики, спорту та жіночої преси). Тоді як приналежність неологізму більш, ніж до однієї галузі, є свідченням його поширення: наприклад, комбінація

(Актуальні питання лінгвістичної семантики [Aktual'ni pytannja lingvistichnoi' semantyky])

Лексичні запозичення у неологічному вимірі сучасної французької мови (Українською) [Leksichni zapozichennya u neologichnomu vimiri suchasnoyi francuzkoyi movi]

© Гейко Т. М. [Gejko T. M.], tagueiko@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

загальнопобутова сфера – жіноча преса (128 л. од.) або спорт – загальнопобутова (104 л.од.).

Ці додаткові критерії поняття гапаксу для визначення появи зумовлені структурою сучасної комунікації: з одного боку, інтернет-комунікація прискорює ознайомлення з іншою оприлюдненою інформацією, сприяє появі мемів та інформуванню; з іншого боку, оскільки медіа-групам належать чимало періодичних видань, дуже часто трапляється майже одночасно повторення в різних газетах цілих речень, навіть фрагментів / статей. Наприклад, наступний текст з інтервалом у декілька годин було опубліковано у трьох різних виданнях (підкреслено інновації, що утворилися від трьох засвоєних запозичень (XIX ст.) – cookie, doughnut, brownie – шляхом складання скорочених основ): *Les croisements sont à la mode. Ils ont déjà accouché du **crookiie** (roissant mélangé avec un cookie Oreo), le **duffin** (mariage entre doughnut et muffin anglais), le **bronut** (brioche feuilletée sucrée), et surtout le **cronut**, union entre le croissant et le doughnut, du chef français Dominique Ansel, basé à New York. (18 mars 2016, L'Express, Libération, Le Parisien).*

І останній критерій для визначення фази появи - це оформлення лексеми, з одного боку, та наявність глоси у безпосередньому оточенні неологізму. Ця глоса, звісно, необхідна для переважної більшості інновацій для розуміння адресатом: напр., «... *nombre d'applications identifiées par Symantec comme étant des "malwares". A la croisée des malwares et des adwares, cette génération d'apps...*» (*Le Monde Informatique*, 13 avril 2016). Однак цей критерій недостатній, зокрема, коли адресант вважає, що зміст постає через складові структури: «...*Réponse jeudi où se tiendra juste après le défilé, une grande after-party ...*» (*Elle*, 21/02/2017).

Нарешті, характерною ознакою квазі-гапакса є семантичний периметр лексичних одиниць: вони позначають у переважній більшості або місцеві реалії – на межі з ксенізмом – (*dibbuk, wapeningen, escrache*), або поняття специфічної галузі (*pika-don, nanotrading, cutlet, fadeaway*), або конфіденційні/інтимні практики (*selfie-whore-stick, denki-buro, nightswapping*). Загалом гапакси або квазі-гапакси складають 85 % від всіх розглянутих запозичень, решта 15 %, поширюючись, проходять різні ступені *adanmauii*. На орфографічному рівні лексеми, що походять з алфавітних мов, запозичуються без особливих змін, тоді

(Current issues in linguistic semantics [Aktual'ni pytannja lingvistychnoi' semantyky])

Lexical Borrowing in Neology Dimension of Contemporary French (in Ukrainian [Leksichni zapozichennya u neologichnomu vimiri suchasnoyi francuzkoyi movi])

© Heiko T. M. [Gejko T. M.], tagueiko@gmail.com

ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

як при транслітерації з арабської спостерігається коливання, зокрема, між написанням **j** та **dj** (*jihadiste*, *djihadiste*) з перевагою на користь **dj**.

Фонологічну адаптацію складно виявити у запозичень на письмі. Проте можна констатувати, що наразі лексема *check*, зберігає англійську вимову /tʃ/.

Морфологічна адаптація англіцизмів зазвичай відбувається без додавання морфем у іменників та через формотвірну морфему **-er** в дієсловах. Варіювання спостерігається у прикметників, які незавжди узгоджуються за правилами французької мови у множині. Так, прикметники із закінченням **-y** зберігають форму мови-донора, залишаючись незмінною графемою у мові-реципієнті (напр. *arty*, *sketchy*, *glowy*, *skinny*, *girly*, *creepy*, *healthy*, *edgy*, *catchy*, *flashy*, *bluesy* тощо), при цьому формант **-y** з великою вірогідністю може набути ознак продуктивного суфікса у словотворі французької мови.

І це є доволі показовим фактом, оскільки іншим свідченням поширення запозичення є його інтеграція у словотвірну морфологію. Переважна більшість проаналізованих запозичень потрапляють в коло афіксальної деривації: найтипівіші приклади представлені похідними від основ власних назв соцмереж. Наприклад:

	facebook	twitter	instagram	snapchat	Youtube
Морфологічна інтеграція (флексійна морфема)	facebooker (v)	twit(s) (n) tweeter (v) twitto(s) (n)	instagram(m)er	snapchater (v) snapchat(s) (n) > snap(s)	youtuber (v)
Інтеграція - похідна морфологія (афікси, складання, наукові форманти)	Facebookeur (e use) facebookien (n e) facebooking anti-facebook facebookisme	Twitteur (e use) tweeteur (e use) re(-) tweeter tweeterisation tweeting anti-tweet demi-tweet	instagram(m)eur(e use)	snapchat(t)eur(e use) snapchat(t)ien(ne)	youtubeur(e use) youtubing

(Актуальні питання лінгвістичної семантики [Aktual'ni pytannja lingvistychnoi' semantyky])

Лексичні запозичення у неологічному вимірі сучасної французької мови (Українською) [Leksichni zapozichennya u neologichnomu vimiri suchasnoyi francuzkoyi movi]

© Гейко Т. М. [Gejko T. M.], tagueiko@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

		non-tweet auto-tweet pseudo-tweet tweetesque tweetable tweetonade			
--	--	--	--	--	--

Отже, можна констатувати, що обсяг похідних залежить від популярності мережі і Twitter значно випереджає інші. У всіх випадках використовуються найбільш продуктивні афікси сучасної французької мови [2]. Слід відзначити особливість лексеми *twitto(s)* на позначення автора-передавача / авторів-передавачів тавіту, що є прямим запозиченням з англійської та не має французького похідного еквіваленту, який тим не менш вдало об'єдналася з – **eur(euse)** для інших позначень. Також, якщо *twitter / tweet* є простим неадаптованим запозиченням, воно зазвичай набуває адаптації у своїх похідних (*twictée, twitonaute, twitcam*). Крім того лише *twitter* та *snapchat* мають прямі запозичені лексеми на позначення типу повідомлення (*tweet* та *snapchat*, що іноді скорочується до *snap*). Проте Facebook також сприяв появі запозичень *like* (n) та *liker* (v). У похідних з основою **instagram**, спостерігаються графічні варіанти – **instagrammeur**, **instagramneur**, а в інших випадках графемно-графічна варіативність, як-от, **smartwatchs** або **smartwatches**, що говорить про незавершення морфологічної адаптації.

Щодо запозичень загальних назв, зокрема таких популярних, як-от, *blog, food, hashtag, check, shop, geek, market, game* тощо, то спостерігається схожа ситуація. Наприклад, промовистою є історія журналістської практики факт-чекінгу *fact-checking* (вперше термін було зафіксовано у французькій мові у 1998 р., але його використання досягло найвищої точки під час американських виборів 2012 р. і сягнуло найвищої відмітки під час виборів 2016 р. та у Франції у 2017 р.): до виборів 2012 р. у США поодинокі використання *fact-checking* майже завжди супроводжуються глоссою-перекладом (напр. : « *Au printemps, le site va aussi s'allier avec d'autres médias afin de développer le "fact checking", une méthode répandue dans les pays anglo-saxons qui consiste à vérifier les chiffres et les affirmations des hommes politiques.*», AFP, 18/02/2011). Потім з'являються неметалінгвістичні приклади («*le fact-checking fait sa rentrée sur les ondes radio*»,

(Current issues in linguistic semantics [Aktual'ni pytannja lingvistychnoi' semantyky])

Lexical Borrowing in Neology Dimension of Contemporary French (in Ukrainian [Leksichni zapozichennya u neologichnomu vimiri suchasnoyi francuzkoyi movi])

© Heiko T. M. [Gejko T. M.], tagueiko@gmail.com

Libération, 18/09/2012). І лише з американськими виборами 2016 р. та французькими 2017 р. спостерігається поява цілої низки похідних (*fact-checker*, *factcheckeur*, *fact-checkings*), а також більш сучасні семантично пов'язані складні лексеми (*le fast-fact-checking* > *fast-checking*). Щоправда, використання дієслова залишається на рівні інфінітива, за виключенням окремих випадків («*les médias qui fact-checkeront les articles litigieux*», *Libération*, 11/01/2017).

Нарешті, популярність запозиченої лексеми впливає безпосередньо на продуктивність її основи, що породжує низку складних та складноскорочених слів. Так, знов на прикладі *twitter* бачимо: *tweet-boomerang*, *tweet-choc*, *tweetosphere*, *tweet-série*, *feu-tweet*, *tweeteur-en-chef*, а також чимало похідних – прямих запозичень: *tweetwall*, *acrostweet*, *live-tweet*, *tweetdeck*, *tweetstorm*, *fake-tweet*, *tweetbot*, *commander-in-tweet* тощо.

Варто зазначити, що **впровадження у вжиток неологізмів**, супроводжується поступовою втратою (за виключенням окремих дидактичних випадків) металінгвістичних маркерів, що супроводжують появу лексеми. Розглянемо запозичення *ghosting*, що позначає у сфері любовних стосунків поведінку партнера/ки, який раптом зникає та не відповідає на благання іншого партнера/партнерки. Термін зафіксовано в американській пресі у 2014 р. Він дуже швидко поширився у французькій мові та адаптувався морфологічно, про що свідчать лексеми *ghoster qn*, *ghosteur (euse)*, *ghosté(e)*, а також інтегрувався до словотвірної морфології (*anti-ghosting*, *néo-ghosting*). Можна констатувати, що запозичена лексема *ghosting* втрачає металінгвістичні ознаки (лапки, глоса), зокрема, у жіночих та глянцевиx виданнях. Ця тенденція виявляється ще яскравіше у дієслова *ghoster*, що з'явилося пізніше, зберігаючи перехідність оригіналу (*to ghost someone* > *ghoster* + *Nom*), а також здобуло пасивну (*être ghosté par Nom*) і фактивну (*se faire ghoster par Nom*) форми та додатки-протиставлення (*personne, mec, type, Pauline тощо*), що окреслює семантико-синтаксичне використання лексеми.

Приклади контекстів із лексемою *ghosting*

Дата	Видання	Сфера	Приклади
24/05/18	Elle	Жіноча преса	...Et dans le registre -ing de nos comportements amoureux, le ghosting demeure le plus célèbre : on disparaît sans un mot ...

(Актуальні питання лінгвістичної семантики [Aktual'ni pytannja lingvistichnoi' semantyky])

Лексичні запозичення у неологічному вимірі сучасної французької мови (Українською) [Leksichni zapozichennya u neologichnomu vimiri suchasnoyi francuzkoyi movi]

© Гейко Т. М. [Gejko T. M.], tagueiko@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

30/03/18	Slate	Загальнонаціональна	<i>..La pratique du ghosting – la rupture sans explication – en est le signe...</i>
14/03/18	Slate	Загальнонаціональна	<i>..Le no-show, équivalent du ghosting mais version Guide Michelin C'est tellement simple que la...</i>
26/12/17	Nouvel Observateur	Загальнонаціональна	<i>..Elle avait choisi à un moment le " ghosting", c'est-à-dire de disparaître totalement dans une forme de...</i>
25/10/17	Le Progrès	Загальнонаціональна	<i>..Inutile de préciser que ces cas de ghosting se produisent en grande partie suite à des relations...</i>
15/10/17	Nouvel Observateur	Загальнонаціональна	<i>...me dissimule pas, je ne fais pas du 'ghosting' (l'art de disparaître en pleine séduction)...</i>
05/06/17	Nouvel Observateur	Загальнонаціональна	<i>Faut-il encore expliquer ce qu'est le ghosting...</i>
07/02/17	Libération	Загальнонаціональна	<i>...On avait déjà recensé le ghosting, qui consiste à disparaître sans donner de nouvelles...</i>
13/10/16	Cosmo	Жіноча преса	<i>.Le ghosting est plus violent qu'une rupture amoureuse normale...</i>
13/10/16	Cosmo	Жіноча преса	<i>..% des filles ont déjà vécu l'expérience charmante du ghosting...</i>
13/10/16	Cosmo	Жіноча преса	<i>...Dans le cas du ghosting, le drapeau blanc persiste à flotter au vent...</i>
01/09/16	Cosmo	Жіноча преса	<i>...Le benching, pourquoi est -ce pire que le ghosting...</i>

(Current issues in linguistic semantics [Aktual'ni pytannja lingvistychnoi' semantyky])

Lexical Borrowing in Neology Dimension of Contemporary French (in Ukrainian [Leksichni zapozichennya u neologichnomu vimiri suchasnoui francuzkoyi movi])

© Heiko T. M. [Gejko T. M.], tagueiko@gmail.com

Приклад *ghosting* ілюструє також важливість соціопрагматичного аспекту лексичної інновації: *ghosting*, *ghoster* втратили глосу у жіночій пресі, але вони зберігають її у загальнонаціональній пресі, що вказує читачам на стадію появи лексеми. Як зазначалося раніше, фіксація неологізму за межами сфери появи свідчить про його поширення. Так, аналіз двох лексичних інновацій *smartphone* та *smartwatch* дозволяє констатувати, що перша потрапила до багатьох галузей (загальнопобутової, інформатики, індустрії, економіки, молодіжні говірки, жіночої преси, науки, хай-тек, спорту) та набула необмеженого використання у соціо-економічній сфері, тоді як друга – *smartwatch*, поява якої зафіксована у галузях хай-тек та інформатика, поширюється зараз у загальнонаціональній пресі.

На підставі проведеного дослідження можна зробити такі висновки: по-перше, виявляються окремі обмеження щодо галузі фіксування лексеми (напр. *phablet(te)*, зафіксована у галузі інформатики, але потроху переходить до інших галузей; тоді як терміни соцмереж не мають таких обмежень). По-друге, в контексті теорії інновацій [8] вирізняють соціальні групи *інноваторів* та *розповсюджувачів* (приймачі), завдяки темпоральності розподілу по галузях.

Варто наголосити, що запозичення з англійської не обмежується лише лексичною системою, вплив англо-американської мови у плані фонетики та орфографії також доволі відчутний (вимова **-ing**, **-ee-** тощо). Проникнення також очевидне і у словотвірній площині: зокрема, згадаємо **e-** (формант дієслів та іменників із значенням «той, що має електронні та цифрові характеристики»), **-y** (формант прикметників із значенням «той, що має більшість базових / основних характеристик») та більш давній **-ing** (формант іменників дії або події). У розглянутих прикладах ці форманти мають високу продуктивність: 86 лексем із першим афіксом (або прямі запозичення: *e-voting*, *e-shopping* тощо, або гібридні утворення: *e-défilé*, *e-vendeur*, *e-marché*, *e-citoyenneté* тощо), 22 л. од. з другим (виключно прямі запозичення: *jazzy*, *buggy*, *girly*, *cosy*, *healthy*, *creepy*, *skinny*, *glowy*, *flashy*, *bluesy*, *catchy*, *crazy*, *bitchy*, *smoky*, *edgy*, *flexy*, *wavy* тощо), 303 л. од із **-ing**. Остання морфема зафіксована вже більше сторіччя (*parking*, *camping*, *pressing*, *meeting*, *dancing*) та слугує загалом для утворення метонімічним шляхом назви місця, де відбувається подія. Проте, починаючи з 1950-х р.р., морфема набуває статусу квазі-суфікса із значенням «дія, її результат або місце дії» [6, с. 14] Конкуруючи з питомим суфіксом **-age**, запозичена морфема **-ing**

(Актуальні питання лінгвістичної семантики [Aktual'ni pytannja lingvistychnoi' semantyky])

Лексичні запозичення у неологічному вимірі сучасної французької мови (Українською) [Leksichni zapozichennya u neologichnomu vimiri suchasnoyi francuzkoyi movi]

© Гейко Т. М. [Gejko T. M.], tagueiko@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

використовується здебільшого для позначення спортивних практик (*running, beatboxing, snorkeling, cardiotraining* тощо), професійної діяльності (*networking, packaging, branding, fact-checking, coworking, crowdfunding ...*) або соціокультурної специфіки (*bashing, ghosting, pet-sitting*), при цьому означені лексеми не мають синтетичних еквівалентів у французькій мові. Це яскраво свідчить про такий лінгвістичний феномен як перескакування між мовами, що зумовлено престижем публікації у багатьох газетах (зокрема, послідовно в *Huffington Post* та жіночій пресі).

Іншою характеристикою запозичень з англійської є поява продуктивних лексико-синтаксичних моделей, зокрема: словотворення з **-gate** (62 випадки: *dieselgate, couscousgate, penaltygate, penelopegate ...*), **-friendly** (41 лексема: *vidéo-friendly, nudistes-friendly, lobby-friendly, éco-friendly ...*), **street-** (26 лексем: *streetstyle, street-artiste ...*), **food-** (29 лексем: *food-truck, foodosphere, foodocratie, foodivores, street-fooders ...*), **-bashing** (11 лексем: *agribashing, sucre-bashing, macronbashing ...*), **-shaming** (14 лексем: *fatshaming, name-shaming, skillshaming*), **it-** (8 лексем: *it-jean, it-bag...*), **serial-** (2 лексеми: *serial-buteur, serial-cendrillonneur*). Серед проаналізованих лексичних одиниць 144 відтворюють продуктивну модель **N/ADJ-Ving** (*car-jacking, home-staging, speed-dating, speed-watching, binge-viewing, ride-sharing*), що дає підстави говорити про появу нової синтаксичної структури **N/ADJ N**, запозиченої з англо-американської [3].

Слід зазначити, що поширення, впровадження формантів і лексико-синтаксичних схем розкриває більшу глибину мовних явищ, ніж прості запозичення. Сприймаючи синтетичний імпульс, французька мова, за своєю природою мова аналітична, все більше прагне до синтетичних словотворів, що вияскравлює продуктивність запозичених англійських моделей **N/ADJ-N**, а також засвоєння суфікса **-ing**.

Нарешті, нерідко запозичення можуть конкурувати із раніше засвоєними лексемами або еквівалентними варіантами, рекомендованими органами мовної політики країни мови-рецептора. Так, в межах франкофонії мовна політика проводиться дуже активно як у Франції, так і у Квебеку. Можна зазначити, що варіанти, запропоновані французькими регуляторами, не дають очікуваних результатів, але засоби моніторингу є доволі ефективними: їх варто взяти на озброєння для спостереження та контролю за новими запозиченнями та їхніми еквівалентами, створеними регуляторно або ні.

(Current issues in linguistic semantics [Aktual'ni pytannja lingvistychnoi' semantyky])

Lexical Borrowing in Neology Dimension of Contemporary French (in Ukrainian [Leksichni zapozichennya u neologichnomu vimiri suchasnoyi francuzkoyi movi])

© Heiko T. M. [Gejko T. M.], tagueiko@gmail.com

Висновки та перспективи дослідження неологічних процесів та динаміки запозичення у сучасній французькій мові за період 2015-2018 р.р.: було розглянуто теоретичні засади вищеназваних лінгвістичних явищ та обґрунтована методика дослідження різних аспектів неологізмів та результати аналізу запозичень. Використання платформи Néoveille дозволило виявити напівавтоматично, описати лінгвістично і простежити темпоральну еволюцію неологізмів з трьох комплементарних точок зору: темпоральної, лінгвістичної і соціо-прагматичної. У темпоральному аспекті важливо виділити три моменти у житті неологізмів: поява, можливе поширення і можлива лексикалізація. Лінгвістичний підхід дозволяє описати механізми формування, а також комбінаторні та дистрибутивні властивості запозичень. Соціо-прагматична точка зору дає можливість ідентифікувати місця використання неологізмів. Завдяки застосуванню цих точок зору, було змодельовано систему, здатну напівавтоматично виявляти лексичну інновацію та простежити її еволюцію на великому динамічному корпусі.

Отже, запозичення складають близько 6 % (або 1,429 лексем) від новотворів у сучасній французькій мові [1]. До цієї цифри треба додати близько тисячі ксенізмів, а також значну кількість інших утворень від запозичених основ. Понад 90% цих запозичень мають англо-американське походження, тоді як ксенізми виказують більше мовне розмаїття. Слід виділити сфери людської діяльності, які є найбільш відкритими для запозичень, – це мода, спорт, технології та економіка, а серед ресурсів найбільш плідними є жіноча преса, паризькі журнали, а також жовта преса. Нарешті, запозичення, як і всі неологізми, є більш ніж у 75 % гапаксом або квазі-гапаксом, або точніше неологізмами з низькою або дуже низькою дифузією. Поява англо-американських запозичень пояснюється як потребами номінації, так і мотивовані престижем англійської мови, яка протягом останніх десятиліть, особливо з появою цифрової комунікації, здобула статус другої інтегрованої мови, що використовують французи в приватному і професійному житті. Ту саму роль англійська відіграє і для більшості сучасних мов. Отже, ця глобальна *лінгва франка* є миттєво доступним ресурсом для лексичних інновацій та постачальником продуктивних морфосинтаксичних моделей, зазвичай синтетичного характеру, що активно запроваджуються французькою.

(Актуальні питання лінгвістичної семантики [Aktual'ni pytannja lingvistichnoi' semantyky])

Лексичні запозичення у неологічному вимірі сучасної французької мови (Українською) [Leksichni zapozichennya u neologichnomu vimiri suchasnoyi francuzkoyi movi]

© Гейко Т. М. [Gejko T. M.], tagueiko@gmail.com

Дослідження неологізмів вищої частотності показує, що популярність соцмереж і деяких соціальних практик, сприяла появі запозичень в багатьох галузях. Описані параметри дозволили представити випадки дифузії запозичень, не тільки через стабілізовані повторення, але і констатувати певні мовні явища, зокрема, інтеграцію до морфограматичної підсистеми французької мови.

References:

1. Cartier, Emmanuel. «Emprunts en français contemporain: étude linguistique et statistique à partir de la plateforme Néoveille.» *L'emprunt en question(s): conceptions, réceptions, traitements lexicographiques* (2019), <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02537344>, Submitted on 8 Apr 2020.
2. Cartier, Emmanuel, Sablayrolles, Jean-François, Boutmgharine, Najet, Humbley, John, Bertocchi, Massimo, Jacouet-Pfau, Christine, Kubler, Natalie et Tallarico, Giovanni. «Détection automatique, description linguistique et suivi des néologismes en corpus : point d'étape sur les tendances du français contemporain.» *Actes du Congrès Mondial de Linguistique française: SHS Web of Conferences* (Mons 9-13 juillet 2018), 46, - P. 08002. <10.1051/shsconf/20184608002>. <hal-03086023>
3. Cartier, Emmanuel, Viaux, Julie. «Étude de la pénétration des anglicismes de type N ou ADJ(-) Ving à partir d'un corpus contemporain journalistique: les exemples de bashing et shaming en français contemporain.» *Folia Litteraria Romanica* (2018): 11-34.
4. Chadelat, Jean-Marc. *Valeur et fonctions des mots français en anglais à l'époque contemporaine* (Editions L'Harmattan, 2000), 228.
5. Chesley, Paula, Baayen, R. Harald. «Predicting new words from newer words: Lexical borrowings in French.» *Linguistics* # 48(6) (2010): 1343-1374.
6. Dubois, Jean. «Étude sur la dérivation suffixale en français moderne et contemporain.» *Librairie Larousse* (1962), 118.
7. Guilbert, Louis. *La créativité lexicale* (Paris: Larousse, 1975), 127.
8. Rogers, Everett. *The Diffusion of Innovations*, Fifth Edition (The Free Press, New York, 2003), 570.
9. Sablayrolles, Jean-François. «Neologia une base de données pour la gestion des néologismes.» *Actes del I congrès internacional de neologia de les llengües romàniques* (Barcelone: UPF/IULA, 2010): 757-766.
10. Sablayrolles, Jean-François. *La néologie en français contemporain, examen du concept et analyse de productions néologiques récentes*, - coll. *Lexica Mots et Dictionnaires* (Champion, 2000), 589.
11. Sablayrolles, Jean-François. «Néologie, classes d'objets et extraction automatique.» *Actes du Congrès Cineo (néologie des langues romanes) de Barcelone* (7-10 mai 2008) (2010): 143-149.
12. Sablayrolles, Jean-François. *Les néologismes. Créer des mots français aujourd'hui, Petits guides de la langue française* 29 (Paris: Garnier et Le Monde, 2017), 99.
13. Sablayrolles, Jean-François, Prévost, Jean. *Les néologismes* (Presses Universitaires de France-PUF, Collection Que sais-je ?, 2019), 128.
14. Schmid, Hans-Jörg. *New words in the mind: Concept-formation and entrenchment of neologisms.* *Anglia* #126 (1) (2008): 1-36.
15. Schmid, Hans-Jörg. *Entrenchment and the Psychology of Language Learning: How We Reorganize and Adapt Linguistic Knowledge* (Walter de Gruyter GmbH & Co KG, 2016), 475.

(Current issues in linguistic semantics [Aktual'ni pytannja lingvistychnoi' semantyky])

Lexical Borrowing in Neology Dimension of Contemporary French (in Ukrainian [Leksichni zapozichennya u neologichnomu vimiri suchasnoyi francuzkoyi movi])

© Heiko T. M. [Gejko T. M.], tagueiko@gmail.com

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПРАГМАЛІНГВІСТИКИ
[CURRENT ISSUES IN PRAGMALINGUISTICS]

УДК 811.134.2'38

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 18.07.2021 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 20.07.2021 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 99.16 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2022.42.06>

ALMUDENA GRANDES Y JAVIER MARÍAS: DOS COLUMNISTAS
GENUINOS E IRREPETIBLES

Liudmyla V. Artemova (Kyiv, Ucraina)

l.artemoval@knu.ua

profesora visitante del Departamento de Filología Griega y Filología Eslava

Campus universitario de Cartuja, s/n, Granada, 18071

Doctora en Letras, Profesora Titular del Departamento de la Filología Románica

de la Universidad Nacional de Kyiv Tarás Shevchenko

(Ministerio de Educación y de Ciencia de Ucrania)

Ave. de Tarás Shevchenko 14, Kyiv, Ucraina, 01601

En esta investigación nos centramos en el columnismo de Almudena Grandes y Javier Marías, dos brillantes escritores contemporáneos e indiscutibles estilistas españoles, con el objetivo de encontrar los puntos de convergencia y divergencia en sus ideolectos. Nuestro artículo puede ser percibido como un pequeño homenaje a los autores geniales y columnistas genuinos cuya larga y fructífera colaboración con el Suplemento “El País Semanal” ha sido un hito tanto en su trayectoria personal como un verdadero deleite para sus fieles lectores. Sus columnas se distinguían por originalidad y genuinidad, por la agudeza de sus opiniones, posturas, ideas, la singularidad irrepetible de sus ideolectos. Su obra periodística resulta irrepetible por su estilo refinado y bien medido. La evaluación abierta unida a la emotividad intrínseca – negativa en caso de la columnismo de J. Marías y más equilibrada de A. Grandes – constituyen otro hito de atracción. La sutil combinación de los estilos, la singularidad de su prosa artística matizada por la oralidad del estilo coloquial integran estos ideolectos únicos e irrepetibles, tan fascinantes a su auditorio de lectores.

Palabras clave: la columna del autor, el ideolecto, la evaluación, la emotividad, la sintaxis expresiva.

(Актуальні питання прагмалінгвістики [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Альмудена Грандес і Хав'єр Маріас: два справжніх і неповторних колумніста (Іспанською) [Almudena Grandes i Hav'yer Marias: dva spravzhnih i nepovtornih kolumnista]

© Артемова Л. В. [Artemova L. V.], l.artemoval@knu.ua

АЛЬМУДЕНА ГРАНДЕС І ХАВ'ЄР МАРІАС: ДВА СПРАВЖНІХ І НЕПОВТОРНИХ КОЛУМНІСТА

Людмила Василівна Артемова (м. Київ, Україна)

l.artemoval@knu.ua

запрошений викладач кафедри грецької та слов'янської філології

Гранадський університет

18071, м. Гранада, кампус Картуха

кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри романської філології

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

У цьому дослідженні ми зосередимося на колумністиці Альмудени Грандес та Хав'єра Маріаса, двох блискучих сучасних письменників та беззаперечних іспанських стилістів, з метою знайти точки дотику та розбіжності в їхніх ідіостильях. Нашу статтю можна сприймати як невелику данину поваги геніальним авторам і справжнім колумністам, чия тривала і плідна співпраця з додатком "El País Semanal" стала важливою віхою як в їхній особистій кар'єрі, так і справжньою насолодою для їхніх відданих читачів. Їх колонки вирізнялися оригінальністю і непідробністю, гостротою думок, позицій, ідей, неповторною неординарністю їхніх авторських стилів. Їхня журналістська творчість неповторна завдяки вишуканому і виваженому стилю. Відверта оцінка у поєднанні з притаманною їй емоційністю – негативною, у випадку колумністики Х. Маріаса та більш виваженою у випадку А. Грандес – становлять ще один центр уваги. Тонке поєднання стилів, своєрідність їхньої художньої прози, забарвленої «вкрапленнями» розмовного стилю, об'єднують творчість цих унікальних і неповторних колумністів, чия «журналістика думок» так захоплювала читачьку аудиторію.

Ключові слова: авторська колонка, ідіостиль, оцінка, емоційність, експресивний синтаксис.

(Current issues in pragmlinguistics [Aktual'ni pytannja pragmlingvistyky])

Almudena Grandes and Javier Marías: two genuine and unrepeatable columnists (in Spanish)

[Almudena Grandes y Javier Marías: dos columnistas genuinos e irrepetibles]

© Artemova L. V. [Artemova L. V.], l.artemoval@knu.ua

ALMUDENA GRANDES AND JAVIER MARÍAS: TWO GENUINE AND UNREPEATABLE COLUMNISTS**Lyudmila V. Artemova** (Kyiv, Ukraine)l.artemova@knu.ua

visiting professor of Department of Greek and Slavonic Philology

University of Granada

18071, Granada, Cartuja University Campus, s/n

PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor at Romance

Philology Department,

Taras Shevchenko National University of Kyiv

(Ministry of Education and Science of Ukraine)

14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

In this study, we will focus on the columnism of Almudena Grandes and Javier Marías, two brilliant contemporary writers and undisputed Spanish stylists, in order to find the points of convergence and divergence in their idiostyles. Our article can be perceived as a small tribute to brilliant authors and true columnists, whose long and fruitful collaboration with “El País Semanal” was an important milestone both in their personal careers and a real pleasure for their loyal readers. Their columns were distinguished by originality and genuineness, sharpness of thoughts, positions, ideas, unique originality of their authorial styles. Their journalistic work is unique due to the refined and balanced style. Frank assessment combined with inherent emotionality – negative in the case of J. Marías' columns and more balanced in the case of A. Grandes – constitute another focus of attention. The subtle combination of styles, the peculiarity of their artistic prose, colored with “splashes” of colloquial style, unite the work of these unique and inimitable columnists, whose “opinion journalism” so captivated the readership.

Keywords: *author's column, idiostyle, evaluation, emotionality, expressive syntax.*

Introducción

Almudena Grandes y Javier Marías son dos brillantes escritores contemporáneos e indiscutibles estilistas españoles cuyo reciente fallecimiento ha impactado el mundo literario. Este nuestro artículo queremos presentarlo como un pequeño homenaje a los autores geniales y columnistas genuinos cuya obra literaria y publicista representa un verdadero deleite para sus lectores y presenta una fuente inagotable para los estudios lingüísticos como lo confirman las numerosas investigaciones filológicas llevadas a cabo recientemente por diferentes estudiosos – de J. Marías, P. Núñez Díaz,

(Актуальні питання прагмалінгвістики [Aktual'ni pytannja pragmalıngvıstyky])

Альмудена Грандес і Хав'єр Маріас: два справжніх і неповторних колумніста (Іспанською) [Almudena Grandes i Hav'yer Marías: dva spravzhnih i nepovtornih kolumnista]

© Артемова Л. В. [Artemova L. V.], l.artemova@knu.ua

C. Jiménez Correa, A. Grohmann, M. Steenmeijer, J. García, de A. Grandes, R. Cornejo-Parriego, F. Valls, M. Kathleen Glenn, E. Cibreiro—.

Nuestro **objetivo** en esta publicación se limitará tan solo a presentar unos de muchos rasgos lingüísticos propios del estilo personal particular o idiolecto de Almudena Grandes y Javier Marías columnistas. Entendemos por el idiolecto “el propio estilo de un autor, caracterizado solo de manera diferencial con respecto a la norma, ... que se resuelve en un elenco más o menos exhaustivo de rasgos lingüísticos – léxicos, morfosintácticos, retóricos, discursivos [3, p. 97]”. Los rasgos que consideramos, en cierta medida, comunes para los dos que trabajaban en el género de la columna. Son aquellas peculiaridades individuales que los distinguen de entre sus colegas no menos destacados y célebres, que forman el cuerpo único por su calidad y singularidad de colaboradores y colaboradoras del suplemento *El País Semanal* del periódico “El País”: Rosa Montero, Javier Cercas, Manuel Rivas y Juan José Millas entre otros.

Es bien sabida su larga trayectoria de colaboración fructífera que abarca decenas de años con este *Suplemento* de uno de los periódicos españoles de máxima difusión con lo que han ganado su fama de columnistas excepcionales tanto por su estilo único, como por la amplia variedad de temas que solían abarcar en sus escritos. Como **material** de estudio hemos elegido los escritos del último lustro (aproximadamente entre los años 2016-2022). Su participación en la plantilla de autores de “El País”, sin lugar a dudas, era un aliciente y un reclamo para la amplia audiencia del rotativo, para sus lectores asiduos que compartían sus puntos de vista, que anhelaban la aparición de sus textos que solían abrir y cerrar el suplemento. La **novedad** científica de esta investigación se halla en el intento de analizar en plan comparativo a las columnas periodísticas de los dos singulares columnistas españoles con el fin de encontrar los puntos de convergencia y divergencia en sus idiolectos.

La exposición del material

En primer lugar, antes de centrar nuestra atención en aquellas peculiaridades propias del estilo de ambos columnistas que convierten a sus artículos (en el amplio sentido de esta palabra) en los textos convincentes y persuasivos que atraen interés tanto por su contenido como por la forma de presentación, íntima y personal, que los hace inconfundibles, nos gustaría enfocarnos, a modo de recordatorio, en las peculiaridades de la columna como género periodístico “híbrido”. Ante todo, la columna actual es un género de opinión o analítico más representado en las páginas de

(Current issues in pragmalinguistics [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Almudena Grandes and Javier Marías: two genuine and unrepeatable columnists (in Spanish)

[Almudena Grandes y Javier Marías: dos columnistas genuinos e irrepetibles]

© Artemova L. V. [[@Artemova L. V.](mailto:Artemova.L.V.), [@Artemova L. V.](mailto:Artemova.L.V.), [@Artemova L. V.](mailto:Artemova.L.V.)]

los periódicos precisamente por compaginar por sus rasgos distintivos diferentes tipos de escritos [5, p. 45]. De ahí que resulte sumamente complicado definir y encajar la columna en el marco de un solo tipo de escrito (a diferencia de noticia o entrevista, por ejemplo, aunque sean géneros informativos) por poder englobar en sí textos de diversas características (comentario, crítica, análisis, etc.).

La columna, en general, es un artículo singular, excepcionalmente abierto a cambios temáticos, estructurales, que suele tratar un variado abanico de temas (últimamente son temas con la marcada relevancia social entre los que el primer lugar ocupan políticos, económicos y personales) y con características bien dispares [4, p. 119]. Incluso puede llegar a entrelazar unos cuantos géneros periodísticos, tales como crónica y artículo o reseña y ensayo. Y el resultado es fascinante para el destinatario. Asimismo, es un escrito que es vital, productivo como género periodístico, sumamente subjetivo, personal, de ahí que sea fácil deducir su alto grado de expresividad y su claro matiz emocional y evaluación poco atenuada.

Siendo un texto tan personal, suele representar un hito de interés, porque precisamente en caso de la columna la atractividad se basa en ser una firma del escritor contemporáneo, famoso, destacado tanto por críticos como por los lectores. Precisamente sus opiniones personales sirven de enganche para un amplio público de ganados lectores. Al mismo tiempo no hay que olvidar que el columnista como género de opinión goza de gran libertad expresiva [2, p. 48], no está limitado por ningún otro factor que no sea el espacio. Tampoco entre las finalidades de la columna entré la representación global y total de un tema en cuestión. Lo común es centrarse en una de sus múltiples facetas, alguna característica, algún punto de vista, algún detalle, pero representarlo sumergido en el contexto de la actualidad, entrelazarlo con otros acontecimientos, opinar sobre él, interpretar la realidad, “entreteniéndolo” al lector, quizás, haciéndole verlo desde otro punto de vista, al que no está acostumbrado.

La columna se distingue por ser particularmente atractiva para su lector precisamente por su capacidad de mezclar rasgos de diferentes géneros, registros, a veces se acerca más estilo literario que al periodismo. Consideramos que la búsqueda del autor de encontrar la novedad en su manera de comunicación con sus lectores, lo lleva a experimentar. Por ejemplo, J. Marías en los últimos años con cierta frecuencia ofrecía columnas-cuentos como *Cuentos de Catherine del Biombo*, *Cuentos del Profesor Pírfano*, *Cuentos de (mes, dependía del mes cuando se publicaba la columna)*. Mientras entre las columnas de A. Grandes era muy frecuente encontrar

(Актуальні питання прагмалінгвістики [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Альмудена Грандес і Хав'єр Маріас: два справжніх і неповторних колумніста (Іспанською) [Almudena Grandes i Hav'yer Marias: dva spravzhnih i nepovtornih kolumnista]

© Артемова Л. В. [Artemova L. V.], l.artemova@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

tales escritos (como por ejemplo, *Hasta el amanecer*, 30/4/2017, *Cuento de Navidad*, 25/12/2016, solo por citar algunos). A decir verdad, creemos que este género del cuento corto era el predilecto de la columnista en las páginas del suplemento. Y claro está, si se trata del estilo literario aquí al alcance de los expertos escritores y columnistas a la vez se abre la gama amplia de recursos expresivos de la lengua, el lenguaje tropológico, las figuras, cuyo uso en las páginas del suplemento semanal será no solo puramente estético, sino cumplirá con los objetivos del estilo periodista.

En primer término, se trata de la abundancia de recursos evaluativos y emocionalmente cargados a nivel léxico por ser lo primero que nos llama la atención. Sin duda alguna, los géneros de opinión generosamente ofrecen la opción de desviación premeditada de la neutralidad (anhelada, pero no siempre alcanzada) de géneros informativos. Hay que recalcar que, como suelen ser muy diferentes facetas de la vida de la sociedad española actual, el contenido de las columnas se tiñe de la evaluación negativa abierta revelada al máximo a nivel léxico, en caso de la obra periodística de J. Marías. Como, por ejemplo, en el artículo de J. Marías “Arrepentimiento simultáneo” en el que encontramos tales epítetos evaluativos como: *la tentación homicida, el partido neofranquista, el espíritu totalitario, las abismales distancias, el inmenso engaño, el individuo insípido*. Si nos fijamos en la morfología, la presencia bien notable de los prefijos de significado negativo tales como *ir-, des-, mal-* : *descrédito, desprecio, desdén, desgracia, desarmonía, desesperante; irremisiblemente, irrefutable, irresponsable, irreversible; maltratar, malacostumbrar, malsonante, malhablado, maldito*. A veces, las filas de los adjetivos llegan a formar las gradaciones ascendientes, cuando el tercer miembro de la enumeración es el más relevante, el más contundente: *con beligerancia, falta de dudas y chulería* [14].

Si hablamos de los artículos de A. Grandes, la evaluación también está presente en sus columnas, pero es de menos virulencia y negativismo, más suave y dispersa por la totalidad del escrito: *Algunas veces, yo también cedo al desánimo de pensar que nada volverá a ser como antes. Pero esta mañana, al abrir el balcón, he respirado un aire conocido, y más que conocido, familiar, y más que familiar, conmover* [8].

A continuación, nos parece oportuno hablar de otro rasgo, que según nuestra firme creencia, puede ser destacado como recurrente en la obra periodística de ambos columnistas: es el uso emparejado de adjetivos expresivamente marcados (lo más frecuente, epítetos) así como de sustantivos y verbos: *la discrepancia y la crítica son*

(Current issues in pragmalinguistics [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Almudena Grandes and Javier Marías: two genuine and unrepeatable columnists (in Spanish)

[Almudena Grandes y Javier Marías: dos columnistas genuinos e irrepetibles]

© Artemova L. V. [Artemova L. V.], l.artemova@knu.ua

respetables y fructíferas, pide castigos y “filtros”; deben leer lo que les complazca y halague, enfurecerse y criticarlo todo, no las adula ni les baila el agua [13]. El segundo miembro de tal binomio suele ser el más rotundo, preciso. Además, esta tendencia de nuestros autores de rellenar sus textos de léxico rico, poco corriente, “suculento” constituye en cierta medida otro punto peculiar de su idiolecto, según nuestra opinión, como podemos notar en estos ejemplos llevados de las columnas de A. Grandes: *hosco y tembloroso, ataques de furia y ansiedad, rutina exacta y provechosa, historia oscura y compleja, de honor y gloria, edad errónea y dolorosamente absurda* [9, p. 11]. Asimismo será propio de los dos acumular los epítetos con tal de completar la imagen completa: *El domingo será tan lento, tan casero, tan ocioso y descansado como el sábado. Un maltratador sólo podrá transmitir a sus hijos las ideas perversas, machistas, crueles y violentas que le han convertido en lo que es* [7].

Con la evaluación afloran las emociones, en su diferente gama que, dependiendo del tema en cuestión, vienen a formar la emotividad del texto. Al igual como antes, el carácter negativo prevalece en la escritura periodística de J. Marías en cuyas columnas abunda el léxico emotivo (por ej: *indignación, furia, rechazo, desprecio, rabia, estupefacción, animadversión, cólera*) y también las calificaciones, ragos de carácter, cualidades que el escritor se les adscribe a sus protagonistas: *imbecilidad, enloquecimiento, desparpajo, engaño, salvajadas y barbaridades, hipocresía*. Para completar esta afirmación ofrecemos a continuación este fragmento de la columna “Cuando los tontos mandan”: *El problema o es que haya idiotas gritones y desaforados en todas partes, exigiendo censuras y vetos, sino que se les haga caso y se estudien sus reclamaciones imbéciles. ... Los tontos de nuestra época se caracterizan por su susceptibilidad extrema, por su pusilanimidad, por su piel tan fina que todo los hiere*. La acumulación de las voces con significado despectivo, tales como “*idiotas gritones y desaforados*”, “*sus reclamaciones imbéciles*”, “*tontos*”, “*pusilanimidad*” crean el tono general de la exposición y muestran claramente la actitud negativa del autor a estos personajes [16].

Es de un carácter diferente la emotividad de A. Grandes columnista. Ella busca el equilibrio entre lo positivo y lo negativo de la vida, no es tan notable la predominancia de lo último, las emociones, sensaciones, sentimientos que ella suscita son de amplia gama: *la tranquilidad, injusto, la serenidad, la alegría, la ignorancia, la irritación, la solidaridad, la esperanza, la desolación* [10]. Parece oportuno ofrecer

(Актуальні питання прагмалінгвістики [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Альмудена Грандес і Хав'єр Маріас: два справжніх і неповторних колумніста (Іспанською) [Almudena Grandes i Hav'yer Marias: dva spravzhnih i nepovtornih kolumnista]

© Артемова Л. В. [Artemova L. V.], l.artemova@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

una cita de su artículo que parece reflejar la actitud de la escritora en este aspecto: *Nada, salvo esa grandiosa y menuda colección de ambiciones, y rencillas, y anhelos, e insatisfacción, y alegrías pequeñas, y dolores profundos, dudas e inseguridades que caracterizan la condición humana. Eso es lo que convierte una novela tan rara en una obra universal, que desde el centro de un mundo minúsculo es capaz de reflejar toda la complejidad del largo, y ancho, e inconmensurable mundo donde todos vivimos* [12]. En estas dos frases podemos captar el dualismo que vertebra nuestra vida, que no puede ser reducido a solo un polo, por mucho que predomine en la actualidad de nuestra vida. En su obra literaria A. Grandes también tiende a señalar “la ambigüedad de la modernidad española, dada la coexistencia de modernidad y posmodernidad junto a formas culturales arcaicas [1, p. 44]”.

Sobra mencionar que el estilo coloquial es otra faceta inalienable del género en cuestión. La lengua viva de cada día enriquece el contenido y hace menos pesado el estilo periodista: *A Brendán le habría salido contestar “Ni lo sueñes”, pero no quiso mostrarse adusto con Del Biombo: “Bueno, habría que pensárselo mucho, apenas nos conocemos”. Para su sorpresa, ella contestó con desparpajo: “Bueno, está bien. Tampoco esperaba otra cosa”; y sonó como si le hubiera reprochado: “Los hombres siempre rehuís vuestras responsabilidades”. Luego añadió: “Ni importa. Lo daré en adopción”* [15]. Los dos autores suelen incorporar tanto el léxico como la sintaxis expresivos propios del estilo coloquial. Lo interpretamos como el método de acercamiento al lector, de adentrarse en su espacio privado. Por ejemplo, A. Grandes escribe: *Sus amigos no son las mejores compañías, lo sé, pero él es distinto. No ha dejado de estudiar, vive aquí, con nosotros, y le conocemos mucho mejor que usted. No tienen ninguna prueba contra él, sólo la denuncia de un par de descerebrados, que aquella noche estaban tan ciegos que no veían* [6].

En caso de las columnas de Javier Marías es preciso mencionar una combinación voluntaria y hecha adrede por el autor de todos los registros antes mencionados. El contraste originado por el uso del léxico refinado y culto, propio del estilo artístico, y las palabras coloquiales, a veces incluso malsonantes usadas por la gente común, por cualquier ciudadano de a pie añade otro aliciente a su estilo del columnista. Lo mismo se puede extrapolar a su sintaxis. Digamos que se cree la ilusión de que el autor, por un lado, tiene el objetivo de exponer su texto dentro de los límites impuestos por el estilo periodista, pero, por otro lado, a medida que él avanza por el escrito las emociones que le asaltan le llevan a sobrepasar estas fronteras en el

(Current issues in pragmalinguistics [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Almudena Grandes and Javier Marías: two genuine and unrepeatable columnists (in Spanish)

[Almudena Grandes y Javier Marías: dos columnistas genuinos e irrepetibles]

© Artemova L. V. [Artemova L. V.], L.artemova@knu.ua

plan lingüístico y llegar a salpicar a su material del léxico coloquial, la sintaxis simplificada lo que, a decir verdad, de ninguna manera llega a disminuir la calidad de la columna: *Se requería su presencia en un estreno, en una cena, en un cóctel, en la ópera o en un sarao, porque todas aquellas gentes veían como una afrenta que Lerdo no se codeara con ellas ni, consecuentemente, las mencionara en su columna* [17].

Como ya hemos podido comprobar en los múltiples ejemplos citados, aunque la meta del columnista no dista mucho de otros géneros periodísticos y él persigue el objetivo de atraer la atención del lector a cierto problema actual, y lo alcanza con la maestría de su idiolecto y la originalidad irrepetible de sus argumentos. El destinatario se contagia por los sentimientos e ideas del autor, que generan la empatía, se emociona con la bien perfilada personalidad del estilo y la bien marcada presencia del “yo” del autor. De hecho, su determinada postura, el acento puesto en su propia percepción de la realidad, el estilo genuino en la presentación del material son los puntos de máxima atraktividad de este género de columna [5, p. 51].

Es sorprendente la habilidad de nuestros autores de acumular los argumentos a favor de su postura. En la sintaxis expresiva de los columnistas es de surbayar el método de desarrollar su idea mediante una serie de preguntas, como si estableciera el diálogo con su lector imafinario. Uno de los múltiples ejemplos encontramos en el artículo de J. Marías “Se supone que estudió”: *¿Cómo puede un Ministro de Justicia sostener que las elecciones sustituyen a los tribunales y están por encima de la ley? ¿Para qué diablos tenemos leyes, entonces, si los políticos no están sometidos a ellas y ventilan sus delitos fuera de los juzgados, las investigaciones, los procesos y los sumarios?* [18] Se puede observar como con cada pregunta formulada crece el grado de su descontento, incluso de su enojo hasta llegar al momento cuando el autor se permite la forma “para qué diablos” que hace aflorar el máximo su desaprobación. O un ejemplo de A. Grandes, quizá no tan agresivo, pero de grado de emocionalidad también relevante: *No creo que exista ni un solo español o española que no se haya preguntado, ¿y qué me llevaría yo en un cuarto de hora? ¿Qué objetos, qué imágenes, qué documentos escogería para resumir lo que ha sido mi vida? ¿Un colchón donde poder dormir me parecería más valioso que la foto de mi primer amor? ¿Las joyas de mi abuela me reconfortarían más que una buena manta para protegerme del frío de la madrugada?* [10]

Consideraciones finales y conclusiones

A modo de conclusión y para resumir lo antes expuesto nos parece necesario

(Актуальні питання прагмалінгвістики [Aktual'ni pytannja pragmalinyistyky])

Альмудена Грандес і Хав'єр Маріас: два справжніх і неповторних колумніста (Іспанською) [Almudena Grandes i Hav'yer Marias: dva spravzhnih i nepovtornih kolumnista]

© Артемова Л. В. [Artemova L. V.], l.artemova@knu.ua

volver al título de nuestra investigación para afirmar que las columnas de nuestros dos columnistas, Javier Marías y Almudena Grandes, son originales y genuinas por la agudeza de sus opiniones e ideas, las peculiaridades bien definidas de sus ideolectos, resultan singulares por su estilo refinado y bien mesurado, y reveladores en lo tocante al temario elegido. La evaluación abierta-negativa en caso de la columnismo de J. Marías y más equilibrada de A. Grandes – forma otro hito de atracción unido a la emotividad. La sutil combinación de los estilos, la unión de singularidad de su prosa artística, unida a la oralidad del estilo coloquial forman el ideolecto único e irrepetible tan fascinante a su auditorio de lectores.

Література:

1. Cornejo-Parriego, R. «Genealogía esquisofrénica y la identidad nacional en Malena es un nombre de tango de Almudena Grandes.» *Pluralidad narrativa: escritores españoles contemporáneos (1984-2004)*, Angeles Encinar, M. Glenn (Madrid: Biblioteca Nueva, 2013): 43-61.
2. García, J. “Javier Marías” *100 escritos del siglo XX. Ámbito hispánico*. Coord. Domingo Ródenas (Barcelona: Ariel, 2008), 216.
3. Lampis, M. *Estilística: Historias, conceptos, práctica* (Granada: Comares, S.L., 2020), 157.
4. López Pan, F. *La columna periodística. Teoría y práctica. El caso de hilo directo* (Pamplona: Eunsa, 1996), 186.
5. Núñez Díaz, P. *La colaboración de Javier Marías en la prensa. Opinión y Creación* (Madrid, Editorial UNED, 2014), 424.

Джерельна база:

6. Grandes, A. *Barrientos no quiere ser padre*, 10/7/2016 https://elpais.com/elpais/2016/07/10/eps/1468101926_146810.html
7. Grandes, A. *Gangrena*, 14/6/2021 <https://elpais.com/opinion/2021-06-14/gangrena.html>
8. Grandes, A. *El aire de una mañana de primavera*, 5/6/2021 <https://elpais.com/eps/2021-06-05/el-aire-de-una-manana-de-primavera.html>
9. Grandes, A. *El futuro de Dani*, 24/7/2016 https://elpais.com/elpais/2016/07/24/eps/1469311536_146931.html
10. Grandes, A. *Lecciones del volcán*, 24/10/2021 <https://elpais.com/eps/2021-10-24/lecciones-del-volcan.html>
11. Grandes, A. *Rosas azules*, 7/11/2021 <https://elpais.com/eps/2021-11-07/rosas-azules.html>
12. Grandes, A. *Suyos eran los pájaros*, 26/9/2021 <https://elpais.com/eps/2021-09-26/suyos-eran-los-pajaros.html>
13. Marías, J. *¿A quién podemos cargarnos hoy?* 26/2/2017, https://elpais.com/elpais/2017/02/26/eps/1488063934_148806.html
14. Marías, J. *Arrepentimiento simultáneo*, 25/5/2021, <https://elpais.com/eps/2021-05-02/arrepentimiento-simultaneo.html>

(Current issues in pragmalinguistics [Aktual'ni pytannja pragmalingvistyky])

Almudena Grandes and Javier Marías: two genuine and unrepeatable columnists (in Spanish)

[Almudena Grandes y Javier Marías: dos columnistas genuinos e irrepetibles]

© Artemova L. V. [Artemova L. V.], l.artemoval@knu.ua

15. Marías, J. *El cuento de Catherine el Biombo*, 3 27/03/2022, <https://elpais.com/eps/2022-03-27/cuento-de-catherine-del-biombo-3.html>
16. Marías, J. Cuando los tontos mandan, 29/1/2017, https://elpais.com/elpais/2017/01/29/eps/1485644725_148564.html
17. Marías, J. *Cuento del profesor Pírfano*, 4 7/5/2022, <https://elpais.com/eps/2022-05-08/cuento-del-profesor-pirfano-4.html>
18. Marías, J. *Se supone que estudió*, 26/12/2016, <https://www.zendalibros.com/se-supone-estudio/>

References:

1. Cornejo-Parriego, R. «Genealogía esquisofrénica y la identidad nacional en Malena es un nombre de tango de Almudena Grandes.» *Pluralidad narrativa: escritores españoles contemporáneos (1984-2004)*, Angeles Encinar, M. Glenn (Madrid: Biblioteca Nueva, 2013): 43-61.
2. García, J. "Javier Marías" *100 escritos del siglo XX. Ámbito hispánico*. Coord. Domingo Ródenas (Barcelona: Ariel, 2008), 216.
3. Lampis, M. *Estilística: Historias, conceptos, práctica* (Granada: Comares, S.L., 2020), 157.
4. López Pan, F. *La columna periodística. Teoría y práctica. El caso de hilo directo* (Pamplona: Eunsa, 1996), 186.
5. Núñez Díaz, P. *La colaboración de Javier Marías en la prensa. Opinión y Creación* (Madrid, Editorial UNED, 2014), 424.
6. Grandes, A. *Barrientos no quiere ser padre*, 10/7/2016 https://elpais.com/elpais/2016/07/10/eps/1468101926_146810.html
7. Grandes, A. *Gangrena*, 14/6/2021 <https://elpais.com/opinion/2021-06-14/gangrena.html>
8. Grandes, A. *El aire de una mañana de primavera*, 5/6/2021 <https://elpais.com/eps/2021-06-05/el-aire-de-una-manana-de-primavera.html>
9. Grandes, A. *El futuro de Dani*, 24/7/2016 https://elpais.com/elpais/2016/07/24/eps/1469311536_146931.html
10. Grandes, A. *Lecciones del volcán*, 24/10/2021 <https://elpais.com/eps/2021-10-24/lecciones-del-volcan.html>
11. Grandes, A. *Rosas azules*, 7/11/2021 <https://elpais.com/eps/2021-11-07/rosas-azules.html>
12. Grandes, A. *Suyos eran los pájaros*, 26/9/2021 <https://elpais.com/eps/2021-09-26/suyos-eran-los-pajaros.html>
13. Marías, J. *¿A quién podemos cargarnos hoy?* 26/2/2017, https://elpais.com/elpais/2017/02/26/eps/1488063934_148806.html
14. Marías, J. *Arrepentimiento simultáneo*, 25/5/2021, <https://elpais.com/eps/2021-05-02/arrepentimiento-simultaneo.html>
15. Marías, J. *El cuento de Catherine el Biombo*, 3 27/03/2022, <https://elpais.com/eps/2022-03-27/cuento-de-catherine-del-biombo-3.html>
16. Marías, J. Cuando los tontos mandan, 29/1/2017, https://elpais.com/elpais/2017/01/29/eps/1485644725_148564.html
17. Marías, J. *Cuento del profesor Pírfano*, 4 7/5/2022, <https://elpais.com/eps/2022-05-08/cuento-del-profesor-pirfano-4.html>
18. Marías, J. *Se supone que estudió*, 26/12/2016, <https://www.zendalibros.com/se-supone-estudio/>

(Актуальні питання прагмалінгвістики [Aktual'ni pytannja pragmalinyistyky])

Альмудена Грандес і Хав'єр Маріас: два справжніх і неповторних колумніста (Іспанською) [Almudena Grandes i Hav'yer Marias: dva spravzhnih i nepovtornih kolumnista]

© Артемова Л. В. [Artemova L. V.], l.artemova@knu.ua

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ
[CURRENT ISSUES IN COGNITIVE LINGUISTICS]

УДК 811.161.1'37

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 10. 08.2022 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 14.08.2022 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 98.2 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2022.42.07>

КОНЦЕПТУАЛЬНІ МЕЖІ КАТЕГОРІЇ ESPACE COSMIQUE

Лада Вікторівна Клименко (м. Київ, Україна)

ledak@i.ua

кандидат філологічних наук, доцент кафедри романської філології

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

Соломія Олегівна Юзва (м. Київ, Україна)

yuzva.solomiya@gmail.com

студентка кафедри романської філології

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

У статті досліджено особливості семантики категорії espace cosmique. Здійснено аналіз її національної специфіки, проаналізовано етапи історичної еволюції і сучасний статус. Гімни Середньовіччя, які беруть коріння з фольклору та народного епосу, виявилися плідним матеріалом для вивчення лінгвокультурної і світоглядної репрезентації категорії espace cosmique крізь призму тодішніх картин світу. Зроблено висновок про історичний зсув семантики досліджуваної категорії і проаналізовано її особливості. Зроблено особливий теоретичний наголос на реконцептуалізації та рефігурації категорії espace cosmique у сучасній картині світу. Висвітлено різницю між номінативними полями концептів ESPACE і COSMOS, з'ясовано і описано

(Current issues in cognitive linguistics [Aktual'ni pytannja kognityvnoi' lingvistyky])

Modern Conceptual Framework of the Cosmic Space Category (in Ukrainian)

[Konceptualni mezhi kategoriyi espace cosmique]

© Клименко Л. В. [Klimenko L. V.], ledak@i.ua, Юзва С. О. [Yuzva S. O.], yuzva.solomiya@gmail.com

особливості номінативних полів обидвох концептів, встановлено їхні «історичні шари».

Ключові слова: категорія *espace cosmique*, концепт *ESPACE*, концепт *COSMOS*, концептуальна картина світу, номінативне поле концепту, семантичний зсув, концептуальні межі, реконцептуалізація.

MODERN CONCEPTUAL FRAMEWORK OF THE COSMIC SPACE CATEGORY

Lada V. Klymenko (Kyiv, Ukraine)

ledak@i.ua

Ph.D. (Philology), Associate Professor of the Romance Philology Department
Taras Shevchenko National University of Kyiv
(Ministry of Education and Science of Ukraine)
14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

Solomiya O. Yuzva (Kyiv, Ukraine)

yuzva.solomiya@gmail.com

Student of the Romance Philology Department
Taras Shevchenko National University of Kyiv
(Ministry of Education and Science of Ukraine)
14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

The article is devoted to the cosmic space category and its semantic meaning peculiarities. The interpretation of culture as a horizon of universal, that is, cosmic values, for all hours, was tied to the Cosmos. The national and cultural specificity of the cosmic space category was analyzed and its general characteristics were outlined. Also, the stages of the historical evolution of the studied category were profoundly focused. Given the results of the analysis the paper outlines the historical semantic shift and semantic expansion of this category. The vocabulary representing the concept was also structured. Medieval hymns that take their roots in folklore and folk epos turned out to be fruitful material for studying both linguocultural and worldview representations of the cosmic space category through the prism of the world's perception of that particular time. Cosmological works of different time periods and modern scientific articles were used as reference corpus material for this particular research. The problems of reconceptualization and refiguration of the category of space were researched in the modern national worldview. Also, the difference between the

(Актуальні питання когнітивної лінгвістики [Aktual'ni pytannja kognityvnoi' lingvistyky])

Концептуальні межі категорії *espace cosmique* (Українською)

[Konceptualni mezhi kategoriyi espace cosmique]

© Клименко Л. В. [Klimenko L. V.], ledak@i.ua, Юзва С. О. [Yuzva S. O.], yuzva.solomiya@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

nominative fields and their lexical realization of both concepts ESPACE and COSMOS were described, and the "historical layers" and their change of these two concepts were determined. The semantic field of the cosmic space category has significantly expanded and is characterized by the presence of multiple plans. It has a lot of different new meanings, including the reinterpretation of the cosmic space category in terms that can be attributed to the semantic fields of economic space, safety space, resource space.

Keywords: *cosmic space category, concept ESPACE, concept COSMOS, conceptual image of the world, the nominative field of the concept, semantic change, conceptual framework, reconceptualization.*

Постановка проблеми. Всесвіт і те, що з ним пов'язано, відноситься до реалій, які завжди хвилювали людину, визначаючи смислове поле її світовідчуття, змушуючи глибоко переживати досвід долучення до безмежного. Трактування культури як горизонту універсальних, тобто космічних цінностей, за всіх часів була пов'язана з Космосом. Якщо в недавньому минулому проблематика навколо пошуку сутності людини артикулювала її «пріоритетність» щодо інших живих істот, то нині акценти помітно змінилися. Майже вирвана науково-технічним прогресом із біосфери, людина намагається «самовизначитися в постлюдському майбутньому» [3], а в ньому вже не тільки Земля, а й Космос мисляться сировинними придатками.

Тому звернення саме до витоків розуміння людиною сутності категорії космосу, космічного простору та його природи, а також визначення концептуальних меж сучасного потрактування цих категорій, вбачається доволі своєчасним, що й зумовлює **актуальність** дослідження.

Вступ. Одним із фундаментальних питань лінгвістики є те, як концептуалізувати простори. Потрактування поняття простору, зокрема космічного простору, змінювалося впродовж людської історії, та є тісно переплетеним з історичним часом. Людське уявлення про простір походить від долінгвістичного досвіду. Філософ Мішель Фуко називає нашу еру епохою космосу, епохою, коли світ виглядає не як єдно життя, яке розвивається, а радше як мережа з переплечених елементів [4].

Матеріалом статті є космографічні гімни та видання епохи Середньовіччя, лексикографічні джерела, сучасні наукові статті, присвячені космічній тематиці, а також публіцистичні тексти французькою мовою, розміщені в сучасних інтернет-виданнях.

(Current issues in cognitive linguistics [Aktual'ni pytannja kognityvnoi' lingvistyky])

Modern Conceptual Framework of the Cosmic Space Category (in Ukrainian)

[Konceptualni mezhi kategoriyi espace cosmique]

© Клименко Л. В. [Klimenko L. V.], ledak@i.ua, Юзва С. О. [Yuzva S. O.], yuzva.solomiya@gmail.com

Мета розвідки: окреслити історичні та сучасні концептуальні межі категорії *espace cosmique*, проаналізувати процес реконцептуалізації та рефігурації поняття «космічний простір». Завдяки лінгвістичному аналізу номінативного поля концепту прослідкувати його лексичну реалізацію, виявити смисли, властиві вербалізаторам концептів *ESPACE* і *COSMOS*.

Реалізація мети дослідження передбачає використання комплексної **методики:** вибірки мовного матеріалу, семного аналізу (аналізу значення мовних одиниць), спостереження за історичним і сучасним функціонуванням вербалізаторів категорії *espace cosmique*, методу когнітивного моделювання з метою окреслення концептуальних меж досліджуваних концептів.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що в ній уперше розкриваються закономірності викарбовування сучасного семантичного значення категорії *espace cosmique* й його історичного зсуву. Висвітлюється різниця між концептами *ESPACE* і *COSMOS*, а також досліджується проблема реконцептуалізації та рефігурації категорії *espace cosmique*.

Основний зміст. Перші спроби моделювання просторів належать до часів Середньовіччя, коли останні розумілися крізь призму релігійної ієрархії і протиставлялись один одному. Простір Середньовіччя був простором локалізації, де Земля сприймалась як нерухомий центр універсуму, а земний простір, відповідно, поділявся на свої субкатегорії [2].

Гімни Середньовіччя беруть коріння з фольклору й народного епосу та є яскравою лінгвокультурною репрезантацією тодішньої картини світу, як етнічної та політичної, так і світоглядної. Жанру середньовічних гімнів притаманні такі субжанри, як-от 1/ звернення до вірян, де перераховались атрибути Бога; 2/ аретологія (наприклад, представлення створення світу); і 3/ молитва. Важливо, що для середньовічного неписьменного суспільства, літургія була чи не єдиним джерелом інформації, звідки і важливість впливу гімнів на світоглядну картину тогочасного суспільства.

Аналіз середньовічних гімнів дає змогу підійти до категорії *espace cosmique* з трьох точок зору: 1/ космос як нематематизований образ, неточний, вимірний частинами божественного тіла; 2/ особливий образ обмеженого простору, де ховається той, хто створив увесь простір (*umbraculum*, «*tente de feuillage*, *abr*», *praesepe*, «*crèche*», (*angusta*) *viscera*, «*ventre (étroit, resserré)* », *pectora*, «*poitrine* »); та 3/ образ упорядкованого, математичного та гармонійного

(Актуальні питання когнітивної лінгвістики [Aktual'ni pytannja kognityvnoi' lingvistyky])

Концептуальні межі категорії *espace cosmique* (Українською)

[Konceptualni mezhi kategoriyi espace cosmique]

© Клименко Л. В. [Klimenko L. V.], ledak@i.ua, Юзва С. О. [Yuzva S. O.], yuzva.solomiya@gmail.com

Всесвіту – архітектурного, сферичного, геометричного, технічного [10, р. 235]. Зображення на рис. 1 демонструє геоцентричний Всесвіт, запозичений із манускрипту XV століття, так званий переріз зображення аристотелівських небесних сфер, який чітко представляє елементи космології того часу. Над зображенням Землі в центрі малюнок бачимо декількосферну одиницю, ще вище зображено орбіти Місяця, Сонця, Меркурія та Венери, за ними йдуть інші планети. За цими сферами видніються нерухомі зірки/зоряний небосхил і, зрештою, Primum Mobile, розділений на кристалічне небо, перший рушій та Емпірей.

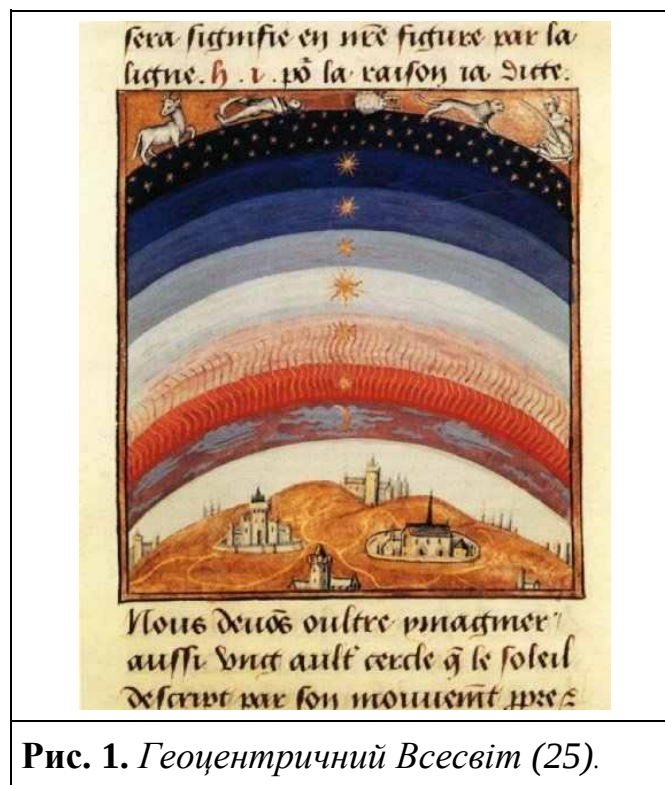


Рис. 1. Геоцентричний Всесвіт (25).

У латинських гімнах архітектура космосу є плодом філософської та наукової прози Античності та Середньовіччя. На позначення космосу найчастіше вживаються такі одиниці як *tota machina*, *trina machina*, *terrae machina* *atque polorum*, та *trina machina terra*. Зазвичай, ці одиниці уособлюють трикомпонентну модель (небо, земля і те, що під небом) (див. рис. 2), або двокомпонентну (земля і небо) [10, р. 237]. Іноді одиниця *fabrica* вживається паралельно із *machina*, що, власне, поглиблює таємницю виразу *machina mundi*

(Current issues in cognitive linguistics [Aktual'ni pytannja kognityvnoi' lingvistyky])

Modern Conceptual Framework of the Cosmic Space Category (in Ukrainian)

[Konceptualni mezhi kategoriyi espace cosmique]

© Клименко Л. В. [Klimenko L. V.], ledak@i.ua, Юзва С. О. [Yuzva S. O.], yuzva.solomiya@gmail.com

[10, р. 255]. Також доволі поширеною є одиниця *imago mundi* (напр. так названі численні праці та книга про космографію теолога П'єра д'Айлі).

Простір мікро- та макрокосмосів Середньовіччя являв собою ієрархічно, вертикально орієнтовану проекцію трансцендентального теоцентризму [4]. Математизація Всесвіту відбувається лише після XII ст., до цього одиниця *machina mundi* була прообразом того, що згодом стане складним образом космічної машини [10, р. 233].

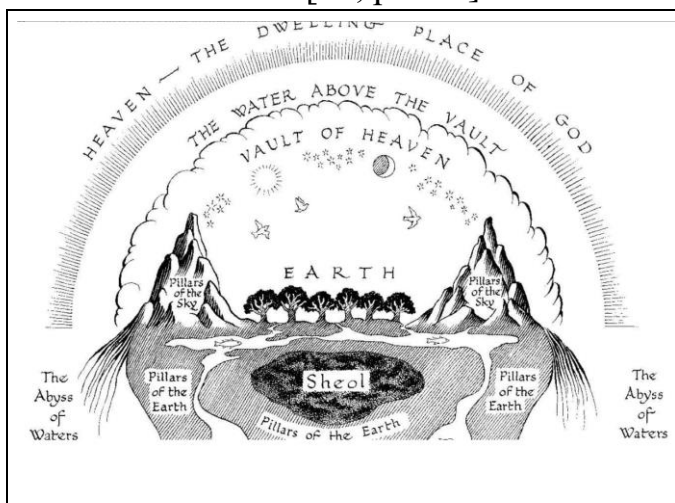


Рис. 2. Трикомпонентна модель простору Середньовіччя (26)

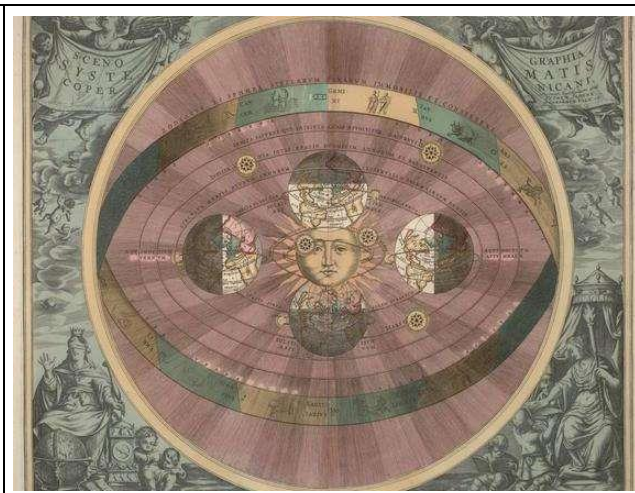


Рис. 3. Геліоцентрична система Коперника (27)

В епоху Відродження, із затвердженням геліоцентричної системи Коперника, не лише відбулась часткова десакралізація простору, а й в історію ввелось поняття “нескінченний простір”, тобто простір, який нескінченно відкритий та рухомий (рис. 3). З назв тогочасних космологічних видань, найчастіше на позначення космічного простору та всесвіту використовувались такі одиниці як *fabrica mundi*, *imago mundi*, *mappe mundi*, *sphaera*. Номінація *fabrica* стає більш вживаною, ніж у Середньовіччі, хоча одиниця *machina mundi* теж зустрічається задля акцентування “механічної”, “технічної” будови Всесвіту. Номінація *fabrica* поширилась після того, як італійський картограф Герард Меркатор видав *Atlas sive Cosmographicae meditationes de fabrica mundi et fabricati figura* (1595), де автор на позначення космосу вживає одиницю *totius mundi fabrica*. Пізніше концепція *fabrica mundi* застосовувалася французькими істориками та філософами на позначення “звільнення людини” від природних та трансцендентних сил, що було властиве попередній епосі, та резонує із *homo*

(Актуальні питання когнітивної лінгвістики [Aktual'ni pytannja kognityvnoi' lingvistyky])

Концептуальні межі категорії *espace cosmique* (Українською)

[Konceptualni mezhi kategoriyi espace cosmique]

© Клименко Л. В. [Klimenko L. V.], ledak@i.ua, Юзва С. О. [Yuzva S. O.], yuzva.solomiya@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

faber fortunae suae («людина як майстер і творець власної долі»), як от у *Cosmopoea divina seu fabrica mundi explicata* написаній Луї де Бофором. Приклад вживання номінації *sphaera* – Оронцій Фінеус *De mundi sphaera, sive Cosmographia* (Paris 1542), *De sphaera mundi* написана Йоганнесом де Сакробоско. Оронцій Фінеус також видав *La theorique des cielz* (Paris, 1528), де на позначення універсуму автор вживає метафору “небес”, що дає відсилку до Середньовічного сприйняття космічного простору як декількокомпонентної структури.

З поширенням поняття “нескінченного простору” від XVII століття простір розширення, тобто той, що рухається, змінюється на простір локалізації [4]. Ми живемо в епоху, коли модель простору пропонується у формі відносин розташування. Простір можна сприймати як середовище, в якому відбувається трансформація суспільства, і саме в цих трансформаціях можна помітити загальну закономірність, результат якої називають «рефігурацією» [11]. Вплив глобальних світових процесів, таких як медіатизація, поліконтекстуалізація і транслокація поширився за межі земного середовища. Це спричинило реконцептуалізацію категорії *espace cosmique*, і тепер простір, який сприймався як однорідний на ранній стадії соціалізації ..., стає все більше замкненим» [2]. Гетерогенність і, отже, складна і багатогранна конституція та синтез просторів включається до рефігурації категорії у цілому. Поняття рефігурації є радше абстрактним, здатним зрозуміти «просторові відносини якого порядку та в різних масштабах, а разом із тим увічнюючи деякі рудиментарні просторові категорії, такі як місцевість або місце» [7, р. 6]. Девід Гарві писав: «Простір сам по собі не є ні абсолютним, ні відносним, ні реляційним, але він може стати одним або всіма одночасно залежно від обставин» [6, р. 125]. Загалом, різні наукові розвідки наголошують на різних способах інтерпретації простору і, отже, є підтвердженням ідеї рефігурації категорії. Ця ідея підкреслює її гетерогенну конституцію через множинний синтез, одночасно зображуючи нові можливості впливу на простори, зміни відносин між просторами та збільшення зв'язку між просторами. Простір як середовище, розташоване поза межами атмосфери Землі, в якому розвиваються небесні тіла розглядається як абсолютний. Простір отримує незалежну структуру існування (субстанцію) поза цими «фізичними об'єктами» і «зазвичай представлений попередньо існуючою,

(Current issues in cognitive linguistics [Aktual'ni pytannja kognityvnoi' lingvistyky])

Modern Conceptual Framework of the Cosmic Space Category (in Ukrainian)

[Konceptualni mezhi kategoriyi espace cosmique]

© Клименко Л. В. [Klimenko L. V.], ledak@i.ua, Юзва С. О. [Yuzva S. O.], yuzva.solomiya@gmail.com

нерухомою та незмінною сіткою, яка піддається стандартизованому вимірюванню та відкрита для обчислень» [5, р. 142].

Тож очевидним є той факт, що за сучасної доби відбулось переосмислення категорії простору як абсолютного, що знаходить підтвердження у мовній об'єктивації. Абсолютний простір зображує зовнішнє обмеження досліджуваного об'єкта (контейнера), в який можуть бути вставлені певні об'єкти з фізично-матеріального світу (наприклад, люди та речі) [9]. Через свою незалежну онтологічну структуру абсолютний простір розуміється як вищий комплекс об'єктів, але не містить і не пояснює моделі взаємозв'язків між цими об'єктами (у просторі) [1]. Оскільки простір можна відокремити від цих об'єктів, можна уявити ідею «порожнього контейнера». Ця концепція категорії містить фіксований кадастр евклідової геометрії та найбільше відповідає сучасному розумінню повсякденних просторів [8]. Концепція абсолютного простору широко використовується як у повсякденному розумінні, так і в абстрактній візуалізації просторів у чисто математичних або ідеалізованих економічних моделях загалом, як відправна точка для дослідження зокрема. Але простір, у якому ми живемо є неоднорідним, ми не існуємо в порожнечі, в наповненому контейнері [4]. Натомість, ми живемо у системі відносин, які взаємопов'язані, але не переплітаються і не накладаються один на одного. Тобто, говорячи про простір в сучасному розумінні космосу ми говоримо про відносний простір як міру абсолютних просторів.

Варто зазначити, що реконфігурація поняття космосу відбулась зокрема через ідею про потенціал космосу як життєвого простору та як джерела стратегічних ресурсів. У нашу епоху концепт космосу набуває нових смислів: економічного, політичного, безпекового тощо. Сучасна категорія простір загалом зазнала значного переосмислення, а категорія *espace cosmique* все більше поглиблюється та розширюється. У словнику синонімів Larousse наведено такий синонімічний ряд до *espace*: *ciel, éther, cosmos, étendue, surface, place, trajet, distance*. Аналізовані матеріали демонструють, що ці синоніми є взаємозамінними з *espace cosmique*.

Структура периферії лексико-семантичного поля категорії *espace cosmique* вибудовується на трьох рівнях. Семантичне ядро концепту становить лексема *espace* та спектр замінюючих її номінацій таких як *place, ciel, milieu*, де найбільш частотним є використання терміну *espace* та його спільнокореневе *spatial*, а

(Актуальні питання когнітивної лінгвістики [Aktual'ni pytannja kognityvnoi' lingvistyky])

Концептуальні межі категорії *espace cosmique* (Українською)

[Konceptualni mezhi kategoriyi espace cosmique]

© Клименко Л. В. [Klimenko L. V.], ledak@i.ua, Юзва С. О. [Yuzva S. O.], yuzva.solomiya@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

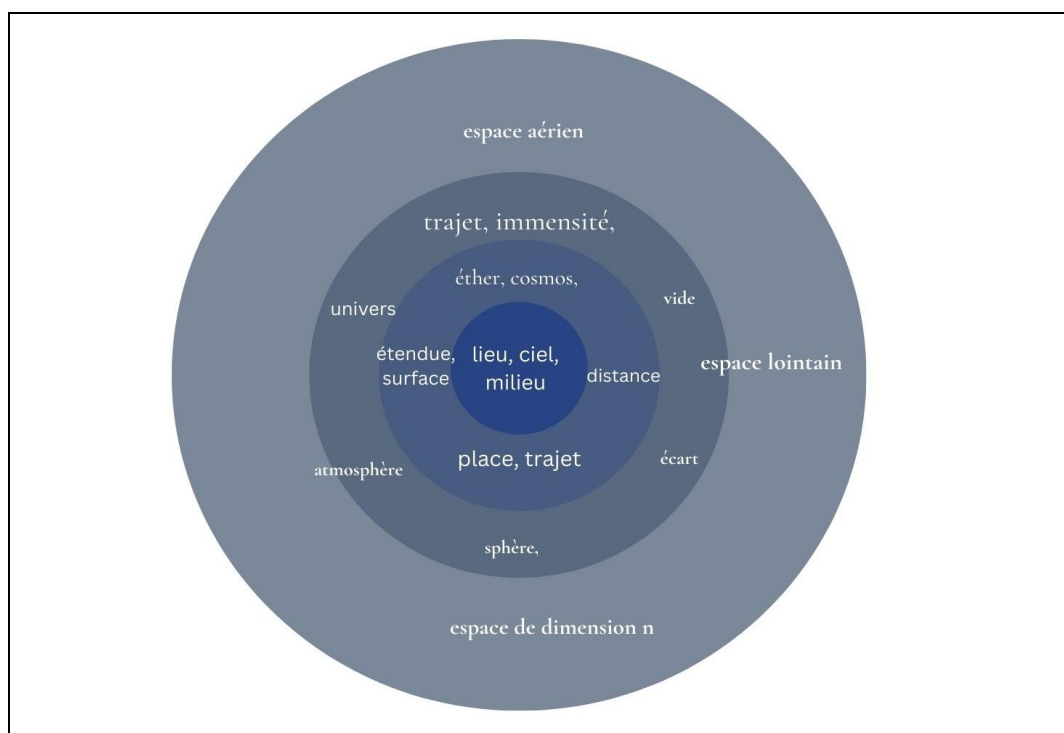
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

також його синонімів cosmos, cible та surface: le télescope spatial (16), la mission spatiale d'exploration (15), la prochaine mission spatiale (13), les sondes spatiales (13), La Chine est aussi présente dans la nouvelle course spatiale (16); Donc, d'avoir des gens qui vivront soit en orbite autour de la Lune, soit à la surface (17); Le visage de la cible était autrefois utilisé par les astronomes qui pensaient que ces lumières dans le ciel étaient liées à la naissance de nouvelles étoiles (14).

Натомість випадки вживання cosmos не такі часті, як espace (напр. «Ça a l'air beaucoup dit comme ça, mais à l'échelle cosmologique (16) », навіть у таких виданнях як робочі документи NASA. Це пояснюється тим, що espace позначає міжзоряний простір, тобто той, що розділяє небесні тіла і, що важливо, до якого можна дістатися, перетинаючи значну відстань від кожного з цих об'єктів. Натомість, cosmos відноситься до цього простору, але і включає вищезгадані небесні тіла. Оскільки більшість космологічних досліджень відбуваються у просторі між небесними тілами, можемо зробити висновок, чому номінативне поле концепту ESPACE більш поширена, ніж концепту COSMOS.

Узагальнюючи, сучасні концептуальні межі категорії espace cosmique можна представити у вигляді моделі (див. рис. 4)



(Current issues in cognitive linguistics [Aktual'ni pytannja kognityvnoi' lingvistyky])

Modern Conceptual Framework of the Cosmic Space Category (in Ukrainian)

[Konceptualni mezhi kategoriyi espace cosmique]

© Клименко Л. В. [Klimenko L. V.], ledak@i.ua, Юзва С. О. [Yuzva S. O.], yuzva.solomiya@gmail.com

Рис. 4. Сучасні концептуальні межі категорії *espace cosmique*

Одиниці *cosmos*, *surface* становлять найближчу периферію концепту, разом із *étendue* (une cosmos liquide ponctué de ses propres étoiles; une étendue qui, au plus profond de sa nuit, recouvre un nombre spectaculaire de corps, infimes. Nous allons chercher et découvrir dans “ l'intra-terrestre “ ce que l'on rêve de plus extraterrestre), trajet (Mission Artémis 1: comment suivre le trajet vers la Lune de la fusée SLS ?), immensité (L'immensité céleste à l'oeil Nu), univers (La Nasa a dévoilé lundi l'image infrarouge la plus profonde de l'Univers jamais prise), atmosphère (une sonde d'entrée atmosphérique (13), sphère (Aux origines de la pensée scientifique, c'est le modèle de la sphère qui s'impose comme forme de la Terre et de l'univers/ L'Univers serait donc une sphère, ou plutôt une hypersphère : non pas une surface en 2D recourbée dans un espace en 3D, mais une surface en 3D recourbée dans un espace en 4D), écart (les couleurs bleues indiquent un écart froid et les rouges un écart chaud), vide (un astronaute "flotte" dans le vide de l'espace).

Як відомо, до самої периферії концепту вводять одиниці, які не зберігаються у лексикографічних, енциклопедичних і наукових джерелах, а функціонують на рівні мовлення, вони визначаються людиною самостійно, проходять етапи реалізації у мові (зародження, вербалізація, соціалізація). Так, при пошуку лексикографічних даних у Larousse пропонуються наступні одиниці:

espace aérien – Lors d'une conférence de presse tenue, mercredi, dans la capitale, Berlin, le porte-parole du ministère allemand de la Défense, Christian Thils, a déclaré que son pays avait proposé à la Pologne de l'aider à surveiller son espace aérien.

espace de dimension n – L'espace vectoriel E étant de dimension n (non nulle), il existe une partie de E ayant n éléments qui détermine une base de E, c'est-à-dire à la fois libre et génératrice.

espace lointain - Exploration de l'espace lointain.

Ці периферійні вербалізатори віддзеркалюють процес реконцептуалізації та рефігурації категорії *espace cosmique*. Аналізовані джерела з галузі космонавтики тяжіють до використання одиниць *espace aérien* та *espace lointain*, що зумовлено семантичним зсувом, якого зазнала категорія *espace cosmique*.

(Актуальні питання когнітивної лінгвістики [Aktual'ni pytannja kognityvnoi' lingvistyky])

Концептуальні межі категорії *espace cosmique* (Українською)

[Konceptualni mezhi kategoriyi espace cosmique]

© Клименко Л. В. [Klimenko L. V.], ledak@i.ua, Юзва С. О. [Yuzva S. O.], yuzva.solomiya@gmail.com

Наявність такого зсуву підтверджує розвиток синонімічного та периферійного ряду категорії.

Висновки дослідження: аналіз текстового матеріалу дав підстави стверджувати про неоднорідну, складну і багатогранну конституцію категорії *espace cosmique* як у синхронному, так і діахронному зрізах. Концепти COSMOS і ESPACE змінювалися із плином історії та відображали особливості людської свідомості у певний період часу. Можемо стверджувати, що з часом словотвірні потенції вербалізаторів концепту розширюються, спостерігаються зміни у його семантиці. Історична послідовність семантичної зміни концептуальних меж категорії космічного простору наступна:

простір локалізації, ієрархічний, вертикально орієнтований ->

простір розширення, нескінченно відкритий та рухомий ->

відносний простір як сукупність абсолютних.

Сучасне семантичне поле категорії *espace cosmique* значно розширилось і характеризується наявністю множинних планів змісту внаслідок реконцептуалізації і рефігурації самої категорії. Воно набуло різних смислів, включаючи переосмислення категорії *espace cosmique* у термінах, що можна віднести до семантичних полів економічний простір, безпековий простір, ресурсний простір тощо. Дослідження концептуальних меж кожного з них можна розглядати як **перспективи подальших наукових розвідок.**

References:

1. A. T. Kearney & Foreign Policy (Eds.). *Globalization index* (Washington DC: Carnegie, 2002).
2. Agnew, J. «Representing space: Space, scale and culture in social science.» *Place / culture / representation*, J. Duncan and D. Ley (Eds.) (London: Routledge, 1993): 251-271.
3. Cavallaro, Dani. *Cyberpunk and Cyberculture: Science Fiction and the Work of William* (2000).
4. Gibson (London: Athlone Press).
5. Foucault, Michel. «Des Espaces Autres.» *Empan* 54, no. 2 (2004): 12, <https://doi.org/10.3917/empa.054.0012>.
6. Garretsen, Harry & Martin, Ron. «Rethinking (new) economic geography models: Taking geography and history more seriously.» *Spatial Economic Analysis*, 5 (2) (2010): 127-160.
7. Harvey, David. *Spaces of global capitalism: Towards a theory of uneven geographical development* (London: Verso, 2006).
8. Knoblauch, Hubert & Löw, Martina. «On the spatial refiguration of the social world.» *Sociologica* 11(2), (2017): 1-27, <https://www.rivisteweb.it/doi/10.2383/88197> [Accessed: July 30, 2021].
9. Lestringant, Frank. *Atelier Du Cosmographe Ou L'Image Du Monde a La Renaissance (L')*

(Current issues in cognitive linguistics [Aktual'ni pytannja kognityvnoi' lingvistyky])

Modern Conceptual Framework of the Cosmic Space Category (in Ukrainian)

[Konceptualni mezhi kategoriyi espace cosmique]

© Клименко Л. В. [Klimenko L. V.], ledak@i.ua, Юзва С. О. [Yuzva S. O.], yuzva.solomiya@gmail.com

- (Sciences - Sciences Humaines) (French Edition). 0 ed. Albin Michel, 1991.
10. Massey, Doreen. «Space-time, "science" and the relationship between physical and human geography.» *Transactions of the Institute of British Geographers* 24(3) (1999): 261-276.
 11. Munteanu, Ioana. *Machina mundi. Architecture du cosmos dans la poésie sacrée du Moyen Âge latin. GE-NEC Yearbook. GE-NEC Yearbook 2002-2003 și 2003-2004* (2006).
 12. Suwala, Lech. "Concepts of Space, Refiguration of Spaces, and Comparative Research: Perspectives from Economic Geography and Regional Economics." *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research* 22, no. 3 (September 29, 2021), <https://doi.org/10.17169/fqs-22.3.3789>.
 13. Administrateur, Super. "L'Univers serait une sphère." *Science Et Vie* (December 29, 2020), <https://www.science-et-vie.com/article-magazine/lunivers-serait-une-sphere>.
 14. CNRS *Le Journal*. "En route vers Uranus et Neptune ?," n.d., <https://lejournel.cnrs.fr/articles/en-route-vers-uranus-et-neptune>.
 15. CNRS *Le Journal*. "On vient de découvrir les micronovae !," n.d. <https://lejournel.cnrs.fr/articles/vient-de-decouvrir-les-micronovae>
 16. CNRS *Le Journal*. "Pernelle Bernardi, le sol martien dans l'objectif," n.d. <https://lejournel.cnrs.fr/articles/pernelle-bernardi-le-sol-martien-dans-lobjectif>.
 17. Français Facile – RFI. "Le français facile avec RFI : Apprendre le français avec l'actualité internationale," n.d., <https://francaisfacile.rfi.fr/fr/?from=savoirs>.
 18. Français Facile – RFI. "Le français facile avec RFI : Apprendre le français avec l'actualité internationale," n.d. <https://francaisfacile.rfi.fr/fr/?from=savoirs>.
 19. Français Facile – RFI. "Le français facile avec RFI : Apprendre le français avec l'actualité internationale," n.d., <https://francaisfacile.rfi.fr/fr/?from=savoirs>.
 20. *La Vie mode d'emploi*, leçon 2: Les Abysses, 30 mins, performance-conférence, 2018. *Montrée au festival «Circonférence»*.
 21. Leroy, Benoit. "Mission Artémis 1 : comment suivre le trajet vers la Lune de la fusée SLS ?" (TF1 INFO, September 3, 2022), <https://www.tf1info.fr/sciences-et-innovation/video-nasa-objectif-lune-mission-artemis-1-comment-suivre-le-trajet-vers-la-lune-de-la-fusee-sls-2231184.html>.
 22. *Le Monde en Sphères*, n.d., <http://expositions.bnf.fr/monde-en-spheres/index.html>.
 23. *L'Allemagne Propose d'aider La Pologne à Surveiller Son Espace Aérien*, n.d. <https://www.aa.com.tr/fr/monde/lallemagne-propose-daider-la-pologne-%C3%A0-surveiller-son-espace-a-%C3%A9rien/2740138>.
 24. *Ouest-France.Fr*, n.d. <https://www.ouest-france.fr/sciences/espace/le-budget-de-l-agence-spatiale-europeenne-decolle-48c7dda2-6b47-11ed-a4bc-1fa2e638806c>
 25. *Luminarium: From Les Echecs amoureux ("Amorous Chess") Manuscript made for Louise of Savoy, 15th c.* *Bibliothèque nationale de France, département des Manuscrits; Mss.fr.143, fo 20.*
 26. *Трикомпонентна модель простору Середньовіччя*, <https://www.semanticscholar.org/paper/Biblical-Cosmology%3A-The-Implications-for-Bible-Roberts/63e1b44d3474477155cf534b3ee4c4f331f3e5f6/figure/0>
 27. *Геліоцентрична система Коперника*, <https://phys.org/news/2016-01-heliocentric-universe.html>

(Актуальні питання когнітивної лінгвістики [Aktual'ni pytannja kognityvnoi' lingvistyky])

Концептуальні межі категорії *espace cosmique* (Українською)

[Konseptualni mezhi kategoriyi *espace cosmique*]

© Клименко Л. В. [Klimenko L. V.], ledak@i.ua, Юзва С. О. [Yuzva S. O.], yuzva.solomiya@gmail.com

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ
ЛІНГВІСТИКИ**
[CURRENT ISSUES IN LINGUISTIC COMMUNICATIONS]

УДК: 378+376.68+81'233+008+659.1

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 23.07.2022 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 28.07.2022 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 97.5 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2022.42.08>

**ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СЛОГАНІВ МІСТ ЯК
КОМУНІКАТИВНИХ СКЛАДНИКІВ СУЧАСНОЇ ІСПАНОМОВНОЇ
УРБАНІСТИЧНОЇ БРЕНД-КОМУНІКАЦІЇ**

Аліна Юріївна Бовсунівська (м. Київ, Україна)

alinabovs1@gmail.com

аспірантка кафедри романської філології

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

Статтю присвячено дослідженню теоретичних підходів до визначення сутності поняття «слоган» як комунікативного складника урбаністичної бренд-комунікації. Автор, визначаючи поняття «слоган», акцентує увагу на плюралізмі думок стосовно зазначеної дефініції. В статті також розглянуто типологічні характеристики, функції та вимоги щодо структури слогану. Визначено, що рекламний слоган міста як мікротекст – це текст малого формату з властивою йому змістовою та формальною цілісністю, зв'язністю, завершеністю, виражає прагматичну настанову та підпорядкований функції впливу на адресата. Автором досліджено лінгвістичні особливості слоганів міст як комунікативних складників сучасної іспаномовної урбаністичної бренд-комунікації.

Особистий внесок полягає у виявленні у ході дослідження слоганів міст Іспанії застосування стилістичних засобів на різних рівнях: фонетичному, лексико-семантичному, морфологічному, синтаксичному.

(Current issues in linguistic communications [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])

Linguistic Features of City Slogans as Communicative Components of Modern Spanish-Language Urban Brand Communication (in Ukrainian) [Lingvistichni osoblivosti sloganiv mist yak komunikativnih skladnikov suchasnoyi ispanomovnoyi urbanistichnoyi brend-komunikaciyi]

© Bovsunivska A. Yu. [Bovsunivska A. Yu.], alinabovs1@gmail.com

Ключові слова: бренд, брендинг, вербальний компонент, невербальний компонент, комунікативний простір, комунікація, урбаністична бренд-комунікація, слоган, інформаційно-комунікаційні технології, прагматика.

LINGUISTIC FEATURES OF CITY SLOGANS AS COMMUNICATIVE COMPONENTS OF MODERN SPANISH-LANGUAGE URBAN BRAND COMMUNICATION

Alina Yu. Bovsunivska (Kyiv, Ukraine)

alinabovs1@gmail.com

Graduate Student of Romance Philology Department
Taras Shevchenko National University of Kyiv
(Ministry of Education and Science of Ukraine)
14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

The article is devoted to the study of theoretical approaches to defining the essence of the concept of "slogan" as a communicative component of urban brand communication. The author, defining the concept of "slogan", emphasizes the pluralism of opinions regarding the specified definition. The article also considers the typological characteristics, functions and requirements for the structure of the slogan. It was determined that the advertising slogan of the city as a microtext is a small text characterized by content and formal integrity, coherence, completeness, expresses a pragmatic instruction and is subordinate to the function of influencing the addressee. The author investigated the linguistic features of city slogans as communicative components of modern Spanish-language urban brand communication.

Personal contribution consists in identifying the use of stylistic devices at different levels: phonetic, lexical-semantic, morphological, syntactical during the study of the slogans of Spanish cities.

Keyword: brand, branding, verbal component, non-verbal component, communicative space, communication, urban brand communication, slogan, information and communication technologies, pragmatics.

Вступ. Цифровізація сучасного суспільства зумовила внесення змін у формат комунікації, у якій спостерігається тяжіння до економії мовних засобів. У зв'язку з цим комунікація набуває креолізованого характеру, застосовуються нові шляхи кодування інформації, що передається оперативніше та на більші дистанції.

(Актуальні питання комунікативної лінгвістики [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])

Лінгвістичні особливості слоганів міст як комунікативних складників сучасної іспаномовної урбаністичної бренд-комунікації (Українською) [Lingvistichni osoblivosti sloganiv mist yak komunikativnih skladnikov suchasnoyi ispanomovnoyi urbanistichnoyi brend-komunikaciyi]

© Бовсунівська А. Ю. [Bovsunivska A. Yu.], alinabovs1@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

Вербальний брендинг міста представлений у вигляді субнеймінгу (або вторинна номінація міста), слогану (тексти малого формату), частково логотип. За індивідуалізацію та ідентифікацію міст у комунікативному просторі відповідають слогани. Слоган репрезентує місто, надаючи інформацію про нього (інформаційна функція), а також апелює до адресата, повідомляючи про унікальність міста, виокремлюючи його серед інших (апелятивна функція). Слоган є складником рекламних текстів, одним із основних засобів привертання уваги аудиторії, структурно-змістовним центром рекламного повідомлення. Слоган міста є важливим комунікативним складником сучасної урбаністичної бренд-комунікації. Саме це й обумовлює актуальність нашого дослідження.

Метою статті є дослідження лінгвістичних особливостей слоганів міст як комунікативних складників сучасної іспаномовної урбаністичної бренд-комунікації. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: 1) дослідити підходи в сучасній лінгвістичній науці до визначення слоганів міст; 2) визначити форми реалізації слоганів міст як креолізованих текстів та їх типологію; 3) з'ясувати функції слоганів міст; 4) виявити у ході дослідження слоганів міст Іспанії застосування стилістичних засобів на різних рівнях: фонетичному, лексико-семантичному, морфологічному, синтаксичному.

Об'єкт дослідження – слогани міст Іспанії в сучасному комунікативному просторі; предмет дослідження – лінгвістичні особливості слоганів міст як комунікативних складників сучасної іспаномовної урбаністичної бренд-комунікації.

Методологічна основа статті – загальнонаукові методи (аналізу, синтезу, індукції, дедукції), структурний метод, метод системно-функціонального та прагмалінгвістичного аналізу.

Огляд наукової літератури. Значний вклад у лінгвістичні дослідження бренд-комунікації здійснили такі зарубіжні вчені, як Дж. Бернет, К. Бове та У. Аренс, Б. Гарфілд, Ф. Дженкінс, Дж. Девіс, Дж. Кейплз, М. Ньюман, Д. Огілві, К. Ротцолл, Ч. Сенджиж, Дж. Стіл, У. Уеллс, В. Фрайбургер, Дж. Шугермантін.

Рекламний слоган як один із жанрів рекламного дискурсу під різним кутом зору розглядалися в наукових доробках багатьох зарубіжних лінгвістів, серед яких: О. Дмитрієв, В. Кеворков, Н. Копейкіна, А. Коршунова, К. Клоу, Дж. Ліча, Г. Литвинова, Г. Майерс, І. Морозова, Б. Мюллер, А. Новодержкіна, К. Танакі,

(Current issues in linguistic communications [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])

Linguistic Features of City Slogans as Communicative Components of Modern Spanish-Language Urban Brand Communication (in Ukrainian) [Lingvistichni osoblivosti sloganiv mist yak komunikativnih skladnikov suchasnoyi ispanomovnoyi urbanistichnoyi brend-komunikaciyi]

© Bovsunivska A. Yu. [Bovsunivska A. Yu.], alinabovs1@gmail.com

Дж. Уїльямс, К. Шидо, К. Шрьодера та ін.

Вагомі теоретичні здобутки щодо зазначеної проблематики представлені в роботах українських вчених-лінгвістів: С. Блавацький, С. Кучера (дослідження рекламних слоганів у лінгвопрагматичному аспекті); Л. Дядечко, А. Єлісєєва, Н. Коваленко, О. Крутоголова, Н. Кутуза, Н. М'ясняніна (загальнотеоретичні питання визначення сутності, природи, типологізація слоганів); В. Зірка (слоган як структурно-змістовний центр рекламного повідомлення); А. Ковалевська (метамодель лінгвістичної сугестивності політичних рекламних слоганів); О. Курченкова, Н. Попок, А. Солошенко (порівняльний аналіз рекламних слоганів у різних мовах).

Високо оцінюючи внесок вітчизняних і зарубіжних учених у розвиток теорії слоганів як креолізованих текстів, необхідно зазначити, що все ще недостатньо розробленою залишається цілісна концепція урбаністичної бренд-комунікації загалом та дослідження слоганів міст як комунікативного складника сучасної іспаномовної урбаністичної бренд-комунікації зокрема. Недостатня лінгво-теоретична розробленість вказаних проблем та їх практична значущість обумовили вибір напрямку й теми статті, її мету, логіку та послідовність наукового дослідження.

Основний зміст. Термін «слоган» має кельтське походження і використовувався як бойовий заклик (sluagh-gairm). Згодом слово перейшло до англійської мови, трансформувавшись у slogan, а наприкінці XIX ст. було запозичене в українську мову у значенні «гасло, заклик».

Таке визначення «слогана» є цілком правомірним, оскільки раніше реклама була представлена у вигляді усних вигуків рекламних пропозицій (усний характер). Поява рекламної діяльності датується XIV ст. до н. е. і пов'язана з діяльністю глашатаїв, чия функція полягала у повідомленні міської громади про актуальну інформацію, що носила здебільшого новинний характер. Такі повідомлення (оголошення) інформативного змісту набувають ознак реклами, коли «базова сигнальна функція повідомлення концентрує в собі елементи експресії (емоційної виразності) та сугестії (навіювання)» [1, с. 14].

Таким чином, до протореклами відносяться давні оголошення рекламного характеру, які скоріше ставили за мету проінформувати реципієнта, аніж вплинути на нього. Зважаючи на те, що такі оголошення повинні були у короткий проміжок часу охопити увагу широкої маси, вони мали відповідати певним критеріям: фраза передавала коротку відомість основного повідомлення, її легко та зручно

(Актуальні питання комунікативної лінгвістики [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])

Лінгвістичні особливості слоганів міст як комунікативних складників сучасної іспаномовної урбаністичної бренд-комунікації (Українською) [Lingvistichni osoblivosti sloganiv mist yak komunikativnih skladnikov suchasnoyi ispanomovnoyi urbanistichnoyi brend-komunikaciyi]

© Бовсунівська А. Ю. [Bovsunivska A. Yu.], alinabovs1@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

повторювати, швидко та легко запам'ятовується. Однак, сам термін «слоган» почав широко використовуватися значно пізніше (у XX ст.) з набуттям в англійській мові свого сучасного значення.

У лінгвістиці існують різні підходи до визначення слогану: 1) слоган як структурно-змістовий центр рекламного повідомлення (У. Аренсу, К. Бове, О. Дмитрієв, В. Зірка, І. Імшинецька, Н. Коваленко, Г. Литвинова та ін.); 2) слоган як мовна одиниця – розгляд слогана з погляду дискурсоцентризму, з урахуванням специфіки функціонування слогану в комунікативній ситуації рекламування та не спрощення його витлумачення як однієї із синтаксичних одиниць – речення чи словосполучення (Д. Добровольська, К. Іванова, Н. Кондратенко, Д. Ковалевська та ін.).

Рекламний слоган визначається як особливий підвид мікротексту з відповідними текстово-дискурсивними категоріями та ознаками, що виступає компонентом комунікативного акту між адресатом та адресантом. Слоган як мікротекст – це текст малого формату з властивою йому змістовою та формальною цілісністю, зв'язністю, завершеністю, виражає прагматичну настанову та підпорядкований функції впливу на адресата.

Рекламний слоган як мікротекст реалізує такі категорії: антропоцентричність (рекламні слогани спрямовані передусім на те, щоб позитивно вплинути на адресата і спонукати його до здійснення конкретної практичної дії); інформативність (наявність певного повідомлення); концептуальність (слоган повинен передавати основну ідею рекламної кампанії); цілісність (єдність мікротеми та загальної злитості всіх його компонентів); зв'язність (пов'язана з цілісністю і відповідає за його формальну та структурну злітність, тому насамперед виражається на рівні синтаксичних зв'язків, реалізованих через лексичні, граматичні та стилістичні засоби); стислість (пов'язана з вимогою орієнтації на обсяг оперативної пам'яті людини, проте не обов'язково слоган повинен дорівнювати одному реченню і містити 5–9 слів, він може складатися з кількох речень і бути меншим за обсягом); членованість (можливість структурно-семантичного членування слоганів, підпорядкованій специфіки сприйняття інформації адресатом); автономність (можливість функціонування слогана поза контекстом і поза рекламною комунікацією, оскільки слогани є своєрідним «знаком» рекламованої продукції або торгової марки, тобто спроможні функціонувати як окремі мікротексти поза

(Current issues in linguistic communications [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])

Linguistic Features of City Slogans as Communicative Components of Modern Spanish-Language Urban Brand Communication (in Ukrainian) [Lingvistichni osoblivosti sloganiv mist yak komunikativnih skladnikov suchasnoyi ispanomovnoyi urbanistichnoyi brend-komunikaciyi]

© Bovsunivska A. Yu. [Bovsunivska A. Yu.], alinabovs1@gmail.com

ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

зв'язком з відповідною комунікативною ситуацією рекламування); зрозумілість та однозначність (доступне та однозначне витлумаченням слоганів, які не повинні містити незрозумілу лексику); запам'ятовуваність (лаконічність слогану); експресивність (впливовий потенціал та орієнтація на емоційне сприйняття реципієнтами, тому цей критерій реалізують як на вербальному так і на невербальному рівні).

Важливою функцією слоганів є постійний вплив на реципієнта, що призводить до формування стереотипів у свідомості адресата, а споживання слоганів здійснюється вже на автоматизмі.

Виділяють наступні три групи рекламних слоганів: 1) комерційні – повідомляють про унікальну торгову пропозицію; 2) соціальні – у стислій лаконічній формі порушують соціальне питання та звертають увагу громадян до наявної проблеми; 3) політичні – застосовуються під час виборних кампаній для вираження ідеологічної позиції політичного діяча або політичної партії [1, с. 23–28].

Будь-який слоган міста для виконання своїх цільових завдань повинен відповідати визначеним критеріям: чітке формулювання повідомлення та його лаконічна форма; повинен будувати у свідомості реципієнта позитивний образ міста через висвітлення його переваг; повинен існувати у цілковитій гармонії з логотипом; повинен репрезентувати місто з точки зору його унікальності; повинен викликати у реципієнта ряд позитивних асоціацій, пов'язаних з містом; повинен легко читатися і не містити складних для вимови слів та не зрозумілих аббревіатур; не повинен бути політизованим або комерційним.

У комунікативному просторі слогани міст можуть функціонувати як складова частина логотипу або у вигляді самостійного рекламного повідомлення (подвійна природа слогана). Слоган як самостійне рекламне повідомлення дозволяє закріпити позитивний імідж міста, здійснюючи сугестивний вплив на реципієнта (функція навіювання), апелювати до емоцій адресата (апелятивна функція) та інформувати про місто, виокремлюючи його серед більшості (інформативна функція).

Для аналізу слоганів була обрана вибірка з 302 міст. У ході дослідження з'ясовано, що серед проаналізованого масиву у майже половини міст (а саме 150) не зафіксовано жодного слогану при туристичному просуванні. Всього нараховано 320 слоганів.

Англійська мова не лише розширила лексику мов світу у технічній сфері, а

(Актуальні питання комунікативної лінгвістики [Aktual'ni pytannja komunikativnoi' lingvistyky])

Лінгвістичні особливості слоганів міст як комунікативних складників сучасної іспаномовної урбаністичної бренд-комунікації (Українською) [Lingvistichni osoblivosti sloganiv mist yak komunikativnih skladnikov suchasnoyi ispanomovnoyi urbanistichnoyi brend-komunikaciyi]

© Бовсунівська А. Ю. [Bovsunivska A. Yu.], alinabovs1@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

також стала органічним елементом реклами. Незважаючи на те, що більшість слоганів представлені іспанською мовою спостерігається тенденція залучення англійської мови у рекламні кампанії міст (Табл. 1).

Таблиця 1.

Використання іспанської та інших мов у слоганах міст Іспанії

Слогани	Кількість	%
Іспанською мовою	287	89,6
Частково англійською мовою	10	3,1
Повністю англійською мовою	14	4,4
Локальною мовою	9	2,8

Використання англійської мови експлікується його універсальністю та доступністю для іншомовних туристів. Слогани з частковим включенням англійських слів звучать сучасно, більш виразно та додають висловлюванню емоційності. Окрім того в англійській мові переважають короткі лексеми, що дозволяє споживачам легше сприймати та запам'ятовувати слогани. Наприклад, слоган “*La Gomera in all senses*” (La Gomera) звучить набагато коротше та влучніше, ніж “*La Gomera en todos los sentidos*”; слоган “*Modo on*” (Valencia) є максимально ємким завдяки використанню прийменника “on” у загальновідомому значенні «вкл.».

У ході нашого дослідження слоганів міст Іспанії було виявлено застосування стилістичних засобів на різних рівнях: *фонетичному; лексико-семантичному; морфологічному; синтаксичному.*

За допомогою незвичних звукових комбінацій фонетичні стилістичні засоби надають тексту плавності й мелодичності та передають емоційний ефект. Сучасні споживачі щодня стикаються з великим об'ємом інформації, через що їхня увага розосереджена і не так гостро реагує на повідомлення. А отже, рекламний текст має виділятися серед одноманітного потоку інформації, що задовольняється незвичним сполученням звуків, оригінальністю та ритмічністю висловлення, завдяки чому повідомлення захоплює увагу реципієнта та з більшим ефектом впливає на нього. Серед фонетичних стилістичних засобів найбільш уживаним є алітерація. Алітерація як стилістичний прийом полягає у повторенні однакових або подібних приголосних звуків для надання висловленню музично-мелодійного ефекту (Табл. 2).

(Current issues in linguistic communications [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])

Linguistic Features of City Slogans as Communicative Components of Modern Spanish-Language Urban Brand Communication (in Ukrainian) [Lingvistichni osoblivosti sloganiv mist yak komunikativnih skladnikov suchasnoyi ispanomovnoyi urbanistichnoyi brend-komunikaciyi]

© Bovsunivska A. Yu. [Bovsunivska A. Yu.], alinabovs1@gmail.com

Таблиця 2.

Використання алітерації як стилістичного прийому у слоганах міст Іспанії

Алітерація на початку слів
– Un plan perfecto
– Ávila te toca
– Montaña y mar cerca de ti
Алітерація в кінці слів
– Borja es más
– Un buen plan
Алітерація на початку та в середині слів
– Como a mí me gusta
– Vive en verde
– Living la vida relax
Алітерація 2 приголосних
– Estaremos si tú estás (алітерація літер s, t)
– Dos días y más (алітерація літер d, s)
– A dos pasos de ti (алітерація літер d, s)
– Volver a verte (алітерація літер v, r)
Алітерація 3 приголосних
– Destápala , es toda tu ya (алітерація літер d, s, t)

Ще одним важливим фоностилістичним засобом є рима – композиційно-звуковий прийом співзвуччя закінчень у суміжних та близько розташованих словах. Рима, так само як і алітерація, слугує для увиразнення та кращого запам'ятовування слоганів і активно експлуатується у рекламних текстах у прагматичних цілях, адже мелодичне повторення сприяє мимовільному запам'ятовуванню повідомлення реципієнтом. Рима надає слогану милозвучності, виконуючи естетичну функцію, встановлює композиційний та семантичний зв'язок, а також інтонаційно відтінює з контексту слова, які втілюють головну ідею рекламного повідомлення і на які споживач має звернути свою увагу. Однак, як показує наше дослідження, при розробці слоганів міст Іспанії цей прийом застосовується з малою частотністю.

За місцем наголосу рими поділяються на: 1) чоловічі (наголос на останньому складі): *Ver para creer* (Albacete); 2) жіночі (наголос на

(Актуальні питання комунікативної лінгвістики [Aktual'ni pytannja komunikativnoi' lingvistyky])

Лінгвістичні особливості слоганів міст як комунікативних складників сучасної іспаномовної урбаністичної бренд-комунікації (Українською) [Lingvistichni osoblivosti sloganiv mist yak komunikativnih skladnikov suchasnoyi ispanomovnoyi urbanistichnoyi brend-komunikaciyi]

© Бовсунівська А. Ю. [Bovsunivska A. Yu.], alinabovs1@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

передостанньому складі) – *Pon una escapada en tu vida* (Bejar); 3) дактилічні (наголос на третьому складі з кінця); 4) гіпердактилічні (наголос на четвертому складі з кінця). Для іспанських слоганів дактилічне та гіпердактилічне римування не є характерним [3].

За повнотою суголось рими класифікуються на точні (збіг усіх фонем в середині останнього наголошеного звука та/або після нього) – *La costa que gusta* (Costa del Azahar); приблизні (збіг подібних приголосних чи голосних звуків після наголошеного голосного) – *En América la vida te sonríe* (América).

Цікавим є випадок паронімічної рими “*Saber e sabor*” (Lugo), де паронімами виступають співзвучні різнокореневі дієслова, що формують між собою зв’язок послідовності спонукальних дій.

Найпотужніший прагматичний ефект досягається при римуванні топоніму, тобто назви міста, що формує свій бренд. Таким чином споживач запам’ятовує саме назву бренда, до якої відноситься слоган. Наприклад, *Zamora enamora* (Zamora).

Такі властивості як вербальна економія та поліфункціональність успішно виконують внутрішню взаємодію у рамках слогану завдяки застосуванню стилістичних засобів, тональність яких брендмейкери ретельно підбирають з урахуванням комунікативної ситуації, характеру адресата, середовища функціонування та інтенції. Так, на лексико-семантичному рівні ми зафіксували застосування таких стилістичних фігур, як метафора, лексичні повтори, мовна гра, антитеза.

Метафоризація займає чільне місце у рекламних текстах. Метафора як риторична фігура, здатна зекономити мову шляхом зіставлення двох предметів на основі їхньої подібності (реальної чи вигаданої), породжуючи зорові образи й встановлюючи у такий спосіб тонші асоціативні та емоційні зв’язки між двома денотатами у системі мислення адресата. Метафора «націлена на створення оригінального рекламного образу чи привнесення оцінювального ефекту в рекламний текст. У метафорі проявляється витончене вираження емоційної оцінки, яскравої характеристики та образного наповнення, які представлені в рекламному слогані» [2]. Наприклад, рай у споживачів одразу викликає позитивні емоції, символізує насолоду життям у всіх його проявах, комфорт, чарівну природу, тому коли у слоганах місто називають раєм, то у свідомості реципієнта воно постає як ідеальне бажане місце, до якого усі прагнуть: *Paraíso Fomentera* (Fomentera),

(Current issues in linguistic communications [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])

Linguistic Features of City Slogans as Communicative Components of Modern Spanish-Language Urban Brand Communication (in Ukrainian) [Lingvistichni osoblivosti sloganiv mist yak komunikativnih skladnikov suchasnoyi ispanomovnoyi urbanistichnoyi brend-komunikaciyi]

© Bovsunivska A. Yu. [Bovsunivska A. Yu.], alinabovs1@gmail.com

Paraíso de los sentidos (Marbella). У слогані *Jardín de la Costa del Sol* Естепона метафорично порівнюється з садом, що сповіщає адресанта про квітучість міста, вимальовуючи в його уяві живописну барвисту місцевість. Застосовуючи метафору «серце» у слогані *Corazón do Camiño* (Ourense), адресат має намір висунути місто Оуренсе як важливий пункт, головний орієнтир у паломницькому маршруті до собору в іспанському місті Сантьяго-де-Компостела; у слогані *Corazón de Geoparque* «серце» вказує на те, що місто Гуадикс розташоване у самому центрі геопарку.

Часто при створенні рекламного слогану звертаються до прийому лексичного повтору для посилення емоційності та виразності висловлення. Анафора є поширеним явищем у слоганах, що полягає у лексичному повторі слів або фраз на початку речення: *La costa del Azahar. La costa que gusta* (Costa del Azahar), *12 meses. 12 oportunidades* (Costa del Sol), *Tu camino. Tu destino* (Santiponce), *Quieres nieve. Quieres Sur* (Sierra Nevada). Завдяки анафорі слоган звучить більш ритмічно і полегшує процес запам'ятовування. Хоча тавтологія сприймається як лексична помилка, але у якості стилістичного засобу вона робить рекламний текст яскравим та універсальним: *Living la vida relax* (Cáceres) – тут тавтологія є «прихованою», бо однокореневі слова належать до різних мов.

У слогані *Pampl#one, una ciudad de primera* наявна гра слів, де, користуючись графічною та фонетичною схожістю, закінчення назви міста *Pamplona* записується з використанням символу номера # та кількісного числівника *one*, тим самим підкреслюючи представлену характеристику першості міста.

Для підкреслення певної характеристики міста застосовується антитеза – стилістична фігура контрасту, лексичного протиставлення. Цей прийом має великий переконуючий потенціал: *Un pequeño destino con propuestas gigantes* (Vitoria-Gasteiz), *Una ciudad, mil vidas* (Murcia), *Dos países, un destino* (Ciudad Rodrigo y Almeida).

На морфологічному рівні репрезентація позитивного образу міст здійснюється за допомогою:

– прикметників:

а) емоційно-оцінних, що націлені викликати у адресата позитивні відчуття до міста: *Una experiencia mágica* (Ávila); *Ciudad genial* (Málaga); *Bravas tierras de aventura* (Santander); *Jerez exquisito* (Jerez de la Frontera), *A beautiful life!* (Madrid);

(Актуальні питання комунікативної лінгвістики [Aktual'ni pytannja komunikativnoi' lingvistyky])

Лінгвістичні особливості слоганів міст як комунікативних складників сучасної іспаномовної урбаністичної бренд-комунікації (Українською) [Lingvistichni osoblivosti sloganiv mist yak komunikativnih skladnikov suchasnoyi ispanomovnoyi urbanistichnoyi brend-komunikaciyi]

© Бовсунівська А. Ю. [Bovsunivska A. Yu.], alinabovs1@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

б) позитивне оцінне значення яких формується за допомогою заперечного префіксу *in/im*: *Ciudad infinita* (Málaga), *Mérida inagotable* (Mérida), *Destino imprescindible* (Plasencia);

в) якісних раціональних, що надають інформаційну оцінку міста з точки зору його практичності: *Siempre cálida* (Costa del Sol), *Elige Punta Umbría*. *Destino Saludable* (Punta Umbría), *Espacio vital* (Zamora);

г) раціональних у найвищому ступені порівняння, що підсилюють унікальність міста за певною ознакою: *La ciudad más antigua de Occidente* (Cádiz), *En un lugar de la Mancha... disfruta de la Consuegra más auténtica* (Consuegra), *El mejor destino para celebrar la amistad* (Tudela), *The best home office in Europe* (Málaga);

– числівників:

а) що кількісно виражають якісну характеристику міста: *100 % Vida* (Tenerife), *100 % different* (Calpe), *Desino cinco estrellas* (Marbella), *Por mil razones, bonita* (La Palma), *Écija con los 5 sentidos* (Écija).

б) що вказують на гостинність міста до усіх, хто бажає його відвідати: *Calp: 365 días abierto para ti* (Calpe), *Abierto 365 días al año* (Ojén), *Ciudad Rodrigo te invita a la segunda*, *A dos pasos de ti* (Cáceres);

в) неозначено-кількісного числівника *mucho/tanto* для підкреслення наявності у міста значної кількості пропозицій: *Tenemos mucho por compartir* (Castellón), *Mucho que ver* (Huelva), *Mucho por vivir* (Roquetas de Mar), *Mucho por ver* (Talavera de la Reina), *Tanto por ofrecer* (Benalmádena). Однак, на нашу думку, такий тип повідомлення негативно сприймається реципієнтом, оскільки не закріплює конкретного символічного образу за містом й скоріше вказує на відсутність пропозицій, ніж їхнє різноманіття.

– дієслів:

а) утворених від назви міста, що закликають стати частиною його життя: *Amontíllate* (Montilla), *Islantíllate* (Islantilla);

б) сенсорних, які закликають пізнавати місто шляхом чуттєвого сприйняття: *Toca Salamanca* (Salamanca), *Ávila te toca* (Ávila), *Saborea, mira, oye, huele, toca. Siente Rincón de la Victoria* (Rincón de la Victoria), *Siente Teruel, ahora más que nunca* (Teruel).

Синтаксис у рекламних текстах відіграє не менш важливу роль при реалізації

(Current issues in linguistic communications [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])

Linguistic Features of City Slogans as Communicative Components of Modern Spanish-Language Urban Brand Communication (in Ukrainian) [Lingvistichni osoblivosti sloganiv mist yak komunikativnih skladnikov suchasnoyi ispanomovnoyi urbanistichnoyi brend-komunikaciyi]

© Bovsunivska A. Yu. [Bovsunivska A. Yu.], alinabovs1@gmail.com

ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

стратегій навіювання та емоційного впливу на адресата. При аналізі слоганів за метою висловлювання виявлено значне переважання розповідних речень – 76,8 %, які виконують функцію мотивації споживачів через інформування про місто. Спонукальні речення, що складають 22,6%, здійснюють прямий вплив на реципієнта з експліцитно вираженою інтенцією комуніканта. Однак, необхідно уникати надмірного імперативу та спонукування з образливим значенням, щоб не викликати у адресата негативні емоції. Наприклад, слоган *Destápala, es toda tuya* (Lleida), побудований на провокативній двозначності, що посилюється через образ міста у вигляді жінки, був крайнє негативно сприйнятий аудиторією, що звинуватила цю туристичну кампанію у сексизмі. Питальні речення (0,6 %) є вкрай рідкісними у рекламних слоганах, оскільки передають мінімальну кількість інформації про місто та не мають потужного мотиваційного ефекту.

Таблиця 3.

Довжина слоганів брендів іспанських міст

Кількість слів	Кількість слоганів	% слоганів
1-3	100	31,4
4-6	177	55,7
7-9	33	10,4
10 і більше	8	2,5
Всього	318	100

Компактність слоганів та нові інноваційні форми візуалізації рекламних креолізованих текстів дають змогу зробити слогани частиною лінгвопростору міст (розміщення слоганів на будівлях, асфальті тощо); презентувати та популяризувати слогани міст за допомогою транспортних засобів (автомобілі, літаки, міські автобуси тощо) та банерів, білбордів, що слугує як атрактивний елемент в урбаністичному просторі, що виконує одночасно ідентифікаційну та розважальну функції; креативно оформлювати слоганами культурно-розважальні заходи (національні та релігійні свята, фестивалі, карнавали, форуми); принтувати слогани міст на акцидентній продукції (бланк ділового листа, конверт, фірмова папка, візитівка, бейдж, презентація), використовувати на внутрішній ідентифікації (табличка на двері, внутрішній інформатор), в поліграфії (грамота, подяка, вітальна листівка, плакат, брошура, буклет); розміщувати слогани міст на зовнішній рекламі, вуличних показниках, фірмовому одягу, сувенірній продукції (блокнот, ручка, пакет, горнятко, тарілка, годинник тощо).

(Актуальні питання комунікативної лінгвістики [Aktual'ni pytannja komunikativnoi' lingvistyky])

Лінгвістичні особливості слоганів міст як комунікативних складників сучасної іспаномовної урбаністичної бренд-комунікації (Українською) [Lingvistichni osoblivosti sloganiv mist yak komunikativnih skladnikov suchasnoyi ispanomovnoyi urbanistichnoyi brend-komunikaciyi]

© Бовсунівська А. Ю. [Bovsunivska A. Yu.], alinabovs1@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

Слогани відіграють роль промоутерів у розвитку іспанських міст. Ці мікротексти стають комунікативним засобом, який встановлює контакт з адресатом і реалізує мовний вплив на його мотиваційну сферу завдяки лексичному наповненню, синтаксичній структурі та риторичним прийомам.

Висновки дослідження. В процесі дослідження лінгвістичних особливостей слоганів міст як комунікативних складників сучасної іспаномовної урбаністичної бренд-комунікації було обґрунтовано наступні висновки:

1. Визначено, що рекламний слоган міст є особливим підвидом мікротексту з відповідними текстово-дискурсивними категоріями та ознаками, що виступає компонентом комунікативного акту між адресатом та адресантом. Рекламний слоган міст як мікротекст – це текст малого формату з властивою йому змістовою та формальною цілісністю, зв'язністю, завершеністю, виражає прагматичну настанову та підпорядкований функції впливу на адресата. Рекламний слоган міст як мікротекст реалізує такі категорії: антропоцентричність, інформативність, концептуальність, цілісність, зв'язність, членованість, завершеність, автономність.

2. Виявлено, що слогани є впливовим чинником в індивідуалізації й ідентифікації міст у комунікативному просторі. Слоган виконує апелятивну та інформативну функції, надає інформацію про місто, характеризує, репрезентує його та виокремлює серед інших міст. Слоган є складником рекламних текстів, одним із основних засобів привертання уваги аудиторії. З цією метою слогани містять стилістично навантажені слова та фрази з сильним емоційним підтекстом та конотацією.

3. Виявлено, що більшість слоганів представлені іспанською мовою, але спостерігається тенденція залучення англійської мови у рекламні кампанії міст. Слогани із включенням англомовних слів звучать сучасно, виразно та додають висловлюванню емоційності, короткі англійські лексеми дозволяють споживачам легше сприймати та запам'ятовувати слогани.

4. У ході нашого дослідження слоганів міст Іспанії було виявлено застосування стилістичних засобів на різних рівнях: *фонетичному* (алітерація, рима); *лексико-семантичному* (метафора, лексичні повтори, мовна гра, антитеза); *морфологічному* (прикметників (позитивних оцінних, емоційних, раціональних у найвищому ступені порівняння), числівників, дієслів); *синтаксичному* (переважання розповідних речень).

5. Компактність слоганів надає змогу зробити слогани частиною

(Current issues in linguistic communications [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])

Linguistic Features of City Slogans as Communicative Components of Modern Spanish-Language Urban Brand Communication (in Ukrainian) [Lingvistichni osoblivosti sloganiv mist yak komunikativnih skladnikov suchasnoyi ispanomovnoyi urbanistichnoyi brend-komunikatsiyi]

© Bovsunivska A. Yu. [Bovsunivska A. Yu.], alinabovs1@gmail.com

лінгвопростору міст (розміщення слоганів на будівлях, асфальті тощо). Окрім того, слогани міст популяризуються за допомогою транспортних засобів (автомобілі, літаки, міські автобуси тощо) та банерів, білбордів, що слугує як атрактивний елемент в урбаністичному просторі, що виконує одночасно ідентифікаційну та розважальну функції.

Перспективи подальших наукових розвідок. Дослідження лінгвістичних особливостей слоганів міст як комунікативних складників сучасної іспаномовної урбаністичної бренд-комунікації не можна обмежувати даною статтею. Ми сподіваємось, що презентована стаття спонукатиме інших (насамперед вітчизняних) учених долучатися до розв'язання означених проблем в прагмалінгвістиці. Перспективи подальшого вивчення заявленої проблематики вбачаємо у дослідженні функціонального та прагматичного аналізу слоганів міст (питань, пов'язаних з суб'єктом (автором креолізованого тексту) та адресатом (читачем) і, найголовніше – з їх взаємодією при комунікації. Цікавим видається аналіз особливостей сприйняття слоганів міст реципієнтами, які належать до різних лінгвокультурних спільнот.

Література:

1. Добровольська, Д. М. «Мовні особливості англомовних рекламних слоганів та їх відтворення українською і російською мовами.» (Дис. канд. філол. наук, Одеса, 2017), 226.
2. Шукало, І. М. *Англомовні метафоричні рекламні слогани та їх переклад укр. мовою*, <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/25328/1/Shukalo.pdf>
3. Ferrero Paloma Musté. «Análisis lingüístico de un corpus de eslóganes y frases publicitarias de marcas comerciales.» (Tesis doctoral, Universitat Politècnica de València, 2015), 380.

References:

1. Dobrovolska, D. M. «Movni osoblivosti anglomovnih reklamnih sloganiv ta yih vidtvorennya ukrayinskoyu i rosijskoyu movami.» (Dis. kand. filol. nauk, Odesa, 2017), 226.
2. Shukalo, I. M. *Anglomovni metaforichni reklamni slogani ta yih pereklad ukr. movoyu*, <https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/25328/1/Shukalo.pdf>
3. Ferrero Paloma Musté. «Análisis lingüístico de un corpus de eslóganes y frases publicitarias de marcas comerciales.» (Tesis doctoral, Universitat Politècnica de València, 2015), 380.

(Актуальні питання комунікативної лінгвістики [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])

Лінгвістичні особливості слоганів міст як комунікативних складників сучасної іспаномовної урбаністичної бренд-комунікації (Українською) [Lingvistichni osoblivosti sloganiv mist yak komunikativnih skladnikov suchasnoyi ispanomovnoyi urbanistichnoyi brend-komunikaciyi]

© Бовсунівська А. Ю. [Bovsunivska A. Yu.], alinabovs1@gmail.com

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА
[CURRENT ISSUES IN TRANSLATION STUDIES]

УДК 811.111'255.4'373.44=161.2

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 12.07.2022 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 20.07.2022 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 90.36 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2022.42.09>

ПСИХОЛІНГВІСТИЧНІ ПАРАМЕТРИ СПРИЙНЯТТЯ ТЕКСТУ У РАЗІ
ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКОЇ ІСТОРИЧНО МАРКОВАНОЇ ЛЕКСИКИ
УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Тетяна Анатоліївна Ласінська (м. Київ, Україна)

lasinskat@ukr.net

кандидат філологічних наук, асистент
кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
(Міністерство освіти і науки України)
01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

У статті розглядаються психолінгвістичні параметри сприйняття тексту під час перекладу архаїзмів та історизмів з англійської мови та на українську, а також підходи до їх відтворення у поетичних творах, заголовках, промовах, крилатих висловах, приказках та інших різновидах риторичних висловлювань.

Закцентовано увагу на тому, що діяльність перекладача потребує розв'язання низки завдань, пов'язаних із різноманітними виявами такої рідкісної лексики в письмовій мові та мовленні, заважаючи на віддаленість та плинність часу, що провокують зміни в культурі та мові.

Особистий внесок автора полягає у запропонованих способах перекладу та визначенні основних вимог до його здійснення, серед яких є зважання на специфіку аудиторії, точність, лапідарність і збереженість основної ідей періоджерела.

Ключові слова: історично маркована лексика, історизми, архаїзми, передконтакт, контакт.

(Current issues in translation studies [Aktual'ni pytannja perekladoznastva])

Psycholinguistic Parameters of Text Perception in the Case of Translating English Historically Marked Vocabulary into the Ukrainian Language (in Ukrainian) [Psycholingvistichni parametry sprynjattja tekstu u razi perekladu anglijs'koi' istorychno markovanoi' leksyky ukrai'ns'koju movoju]

© Lasinska T. A. [Lasins'ka], lasinskat@ukr.net

PSYCHOLINGUISTIC PARAMETERS OF TEXT PERCEPTION IN THE CASE OF TRANSLATING ENGLISH HISTORICALLY MARKED VOCABULARY INTO THE UKRAINIAN LANGUAGE

Tatiana A. Lasinska (Kyiv, Ukraine)

lasinskat@ukr.net

PhD (Philology), lecturer at
Department of Theories and Practices of Translation from the English Language
Taras Shevchenko National University of Kyiv
(Ministry of Education and Science of Ukraine)
14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

The article examines the psycholinguistic parameters of text perception during the translation of archaisms and historicisms from English into Ukrainian, as well as approaches to their reproduction in poetic works, headlines, speeches, proverbs, sayings, and other types of rhetorical expressions.

Attention is focused on the fact that the activity of the translator requires solving a number of tasks related to various manifestations of such a rare vocabulary in written language and speech, interfering with remoteness and the passage of time, which provoke changes in culture and language.

The author's personal contribution consists in the proposed methods of translation and the definition of the main requirements for its implementation, among which are attention to the specificity of the audience, accuracy, conciseness and preservation of the main ideas of the original source.

Key words: *historically marked vocabulary, historicisms, archaisms, pre-contact, contact.*

Відтворюючи архаїзми, перекладачеві слід пам'ятати, що вони можуть бути незвичними та невідомими для читачів першотвору та читачів перекладу, тому необхідно намагатися зробити текст не тільки точним, але й лапідарним та зрозумілим, відбиваючи основну ідею оригіналу. Також, на нашу думку, слід зважати і на наявний психологічний цикл контакту із дійсністю, який є **актуальним** і для контакту читач-переклад та включає у собі: передконтакт, контакт, кульмінацію контакту, вихід із контакту [1].

(Актуальні питання перекладознавства [Aktual'ni pytannja perekloznavstva])

Психолінгвістичні параметри сприйняття тексту у разі перекладу англійської історично маркованої лексики українською мовою (Українською) [Psycholingvistychni parametry spryjnattja tekstu u razi perekladu anglijs'koi istorichno markovanoi leksyky ukrai'ns'koju movoju]

© Ласінська Т. А. [Lasins'ka T. A.], lasinskat@ukr.net



Схема 1. Алгоритм врахування циклу контакту при перекладі архаїзмів

У поетичних творах архаїчна лексика доволі часто репрезентується у заголовках: “*Thou reader*”, “*With all thy gifts*”, “*To thee old cause*” [2], чим не відрізняються і англійські газети, заголовки яких створюють передконтакт читача або перекладача з твором, який впливає на прийняття рішення фахівця про сам хід перекладу й побіжно позначається на перших враженнях від тексту.

Серед сучасних дослідників існує думка, що “цикл контакту представлений у формі колової діаграми або у формі кривої, до якої можуть бути прив’язані різні форми психологічного спротиву” [3].

Рідкісні та неординарні слова, якими є архаїзми у заголовку, як правило, або відштовхують, або зацікавлюють майбутнього читача, закликаючи його до контакту. Значну складність являє собою відтворення архаїчного сегменту заголовку. Наприклад, задля більшої зацікавленості читачів М. Тупайло перекладає заголовок “*To Thee Old Cause*” як “*Тобі, Праве діло!*” [4, с. 19], ніби заманюючи реципієнта окличним реченням та особливою зовнішньою графічною формою архаїзму.

(Current issues in translation studies [Aktual'ni pytannja perekladoznavstva])

Psycholinguistic Parameters of Text Perception in the Case of Translating English Historically Marked Vocabulary into the Ukrainian Language (in Ukrainian) [Psycholingvistychni parametry sprynjattja tekstu u razi perekladu anglijs'koi' istorychno markovanoi' leksyky ukrai'ns'koju movoju]

© Lasinska T. A. [Lasins'ka], lasinskat@ukr.net

Фактор передконтакту має значний вплив на перекладацький плід відповідної мікроформи тексту, а саме архаїчного звертання, оскільки складає враження від певного персонажу, наприклад, промовляючого *My Lord, Your Majesty* тощо.

Отже, перекладаючи архаїзми у заголовках та зверненнях слід, в першу чергу, зважати на прогнозовані ефекти від контакту читача із твором та взаємозв'язок архаїзму зі специфікою мови персонажу.

Також, перекладаючи історизми необхідно не забувати:

1. про коректне ставлення до читача – порівняймо:

“Whelp of a she-wolf!” [5].

“Мовчи, виплодку!” [6].

“Син вовчиці, виродок!” [8].

Тому, наприклад, в перекладах І. Чернової спостерігаються значні вилучення [8], оскільки їх зорієнтовано на дитячу аудиторію;

2. про освітню функцію історизмів у творі, що об'єктивує важливість пояснень і реалістично переконливого відтворення історичних подій. Художні твори, що містять інформацію історичного характеру, часто виконують освітню функцію, входять до навчальних програм зі “Світової літератури”, отже, мають бути цікавими учням, доносити історичну інформацію невимушено та яскраво. Тож переклад історично маркованої лексики у зв'язку з її освітньою функцією набуває важливого значення, оскільки є джерелом інформації, яку у перекладі потрібно подати зрозуміло та цікаво;

3. про естетичність, що втілюється в формуванні позитивних уявлень читачів про життєві реалії. Яскраво зображені персонажі історичних творів краще запам'ятовуються як дорослими, так і дітьми. Вони стають частиною їх картини світу, тому переклад має доносити їх самотність:

“... they are come from Fairy-land with a message from King Oberon ...” [9].

“Можливо, вони їдуть із чарівного царства з дорученням від короля фей Оберона ...”. Наприкінці сторінки є пояснення: *“Легендарний король тіней і фей. Найбільш відомий з п'єси В. Шекспіра “Сон літньої ночі””* [7].

(Актуальні питання перекладознавства [Aktual'ni pytannja perekladoznavstva])

Психолінгвістичні параметри сприйняття тексту у разі перекладу англійської історично маркованої лексики українською мовою (Українською) [Psycholingvistychni parametry sprynjattja tekstu u razi perekladu anglijs'koi' istorychno markovanoi' leksyky ukrai'ns'koju movoju]

© Ласінська Т. А. [Lasins'ka T. A.], lasinskat@ukr.net

“Можє, вони їдуть із Чарівного краю і послав їх король Обєрон ...”

Наприкінці книги бачимо примітку: *“Обєрон – казковий володар лісових духів – єльфів”* [6].

4. про уникнення зайвої інформації.

Розрізняючи специфіку перекладів (для дитячої чи дорослої аудиторії), зазначимо, що переклад історично маркованої лексики для дітей має бути зрозумілим, освітньо-розвивальним, емоційним і необтяженим надмірною інформативністю і, навпаки, для дорослого читача (можливо, фахівця) він має містити найповнішу та максимально точну інформацію про історичні події без перевантаження текста деталями.

Проблемна аспектологія перекладу архаїзмів та історизмів пов'язана з їх відтворенням у різних текстових жанрах: художня та наукова література, історичні документи, художній та документальний кінематограф тощо. Акцентуємо, що історично маркована лексика виконує насамперед просвітницьку функцію, а також інформаційно-консервативну. Така специфіка функціонування історично маркованої лексики має різні кваліфікаційні вияви стосовно жанророзрізнявальних ознак. Зокрема, характер текстової реалізації історично маркованої лексики виявляється в певному масштабі охоплення дійсності певною жанровою формою. Наприклад, історизми з *“Гаррі Поттера”* (Джоан Роулінг), *“Віднесених вітром”* (Маргарет Мітчелл) та інші доносять багато інформації і є значущими для сучасного читача.

Архаїзми та історизми є частиною усного й писемного мовлення, тому вони часто виявляють свої властивості у таких риторичних формах, як промови, крилаті вислови, приказки та інші різновиди риторичних висловлювань, де збереження експресивності та контексту, зреалізованих ритором (промови); конотативних зв'язків, значущих для мовця (авторські висловлювання) мають велике значення для якості перекладу. Слід зазначити, що в свою чергу, писемний художній текст потребує своїх особливих підходів до відбиття часових та національно-культурних конотацій, наприклад, врахування індивідуальної мети вживання історизму чи архаїзму мовцем – інтенції.

(Current issues in translation studies [Aktual'ni pytannja perekladoznavstva])

Psycholinguistic Parameters of Text Perception in the Case of Translating English Historically Marked Vocabulary into the Ukrainian Language (in Ukrainian) [Psycholingvistychni parametry sprynjattja tekstu u razі perekladu anglijs'koi' istorychno markovanoi' leksyky ukrai'ns'koju movoju]

© Lasinska T. A. [Lasins'ka], lasinskat@ukr.net

У промовах можуть зустрічатись історизми-латинізми у складі фразових структур, біблеїзми, історизми з цитат віршованих та прозових творів.

“Though thou hast ever so many counsellors, yet” [10] – *“Не зраджуй свою власну душу!”* (Переклад власний – Т. Л.)

У наведеному вище прикладі через важливість передавання емоційного складника висловлювання спостерігаємо відтворення історизму окличним реченням, а для підкреслення експресивного відтінку застосовано синоніми “свій”, “власний”.

“Today me, tomorrow thee” [10].

Ця приказка має повчальний характер, а саме: те, що відбувається з певною людиною, може колись трапитися й з іншою, яка за цим спостерігає, особливо, якщо ці люди схожі. Пропонуємо наступні варіанти перекладу:

“Де сьогодні я, там завтра Ви” (переклад власний – Т. Л.) – варіант перекладу засновано на риторичному прийомі повторення синонімів, а саме вказівних прислівників “де” і “там”. Якщо людина застосувала цю приказку, звертаючись до групи людей, то доцільно передати архаїчний займенник *thee* словом *Ви*, бо це сприймається як групою, так і кожним окремо.

“Сьогодні я, а завтра ти” (переклад власний – Т. Л.) – акцент у перекладі зроблено на зручності вимови і простоті звертання до людини, що інтимізується.

“To thine own self be true” [10].

Зміст цього висловлювання та цитати у тому, що немудро бути неправдивим із собою. У сучасному контексті це означає бути вірним, відданим, дотримуватися своїх інтересів, особистісних і матеріальних, іншими словами, ставити свої інтереси на перше місце.

“Правдивим будь до себе сам” (переклад власний – Т. Л.). Ми вважаємо, що у перекладі цього цитатного вислову, зреалізованого у повсякденному мовленні чи у виступі, варто зберегти віршовану структуру та застосувати інверсію – *“до себе сам”*.

Архаїзми у прислів'ях часто живуть набагато довше, ніж у інших видах мовлення, бо вони мають експресивне навантаження, легше запам'ятовуються, швидко підхоплюються і передаються завдяки наявному в них потенціалу різних риторичних ефектів.

(Актуальні питання перекладознавства [Aktual'ni pytannja perekladoznavstva])

Психолінгвістичні параметри сприйняття тексту у разі перекладу англійської історично маркованої лексики українською мовою (Українською) [Psycholingvistychni parametry spryjnjattja tekstu u razі perekladu anglijs'koi' istorychno markovanoi' leksyky ukrai'ns'koju movoju]

© Ласінська Т. А. [Lasins'ka T. A.], lasinskat@ukr.net

Отже, основним завданням перекладача є найповніше відтворення таких ефектів та впливів, що досягається за допомогою застосування подібних оригіналу риторичних прийомів на кшталт повторів, експресивних елементів, наприклад, окличними реченнями та інверсією.

Література:

1. Попова, З. Д., Стернин, И. А. *Когнитивная лингвистика* (2007), chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://sterninia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publicacii/Kognitivnaja_lingvistika/Kognitivnaja_lingvistika_2007.pdf.
2. Whitman, W. *The Complete Poems*, edited by Francis Murphy (Penguin Books 1986), 892.
3. Робин, Ж.-М. *Геишальт-терапия* (1996), 64, <https://psylib.org.ua/books/robij01/index.htm>
4. Уїтмен, У. *Листя трави: поезії*, під. ред. В. Коптілова (Київ, Дніпро, 1969), 196.
5. Scott, W. *Ivanhoe* (Ware, Wordsworth Edition Ltd, 1995), 390.
6. Скотт, В. *Айвенго*, пер. з англ. Ю. Лісняка та Г. Лозинської (Київ, Школа, 2007), 494.
7. Скотт, В. *Айвенго*, пер. з англ. І. Давиденко (Київ, Країна Мрій, 2014), 400.
8. Скотт, В. *Айвенго*, пер. з англ. І. Чернової (Харків, Клуб сімейного дозвілля, 2001), 240.
9. Scott, W. *Ivanhoe* (Ware, Wordsworth Edition Ltd, 1995), 390.
10. *The Tragedy of Hamlet, Prince of Denmark*, <http://shakespeare.mit.edu/hamlet/> full.html.

References:

1. Popova, Z. D., Sternin, I. A. *Kognitivnaja lingvistika* (2007), chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://sterninia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publicacii/Kognitivnaja_lingvistika/Kognitivnaja_lingvistika_2007.pdf.
2. Whitman, W. *The Complete Poems*, edited by Francis Murphy (Penguin Books 1986), 892.
3. Robin, Zh.-M. *Geshtal't-terapija* (1996), <https://psylib.org.ua/books/robij01/index.htm>
4. U'i'tmen, U. *Lystja travy: poezii'*, pid. red. V. Koptilova (Kyi'v, Dnipro, 1969), 196.
5. Scott, W. *Ivanhoe* (Ware, Wordsworth Edition Ltd, 1995), 390.
6. Skott, V. *Ajvengo*, per. z angl. Ju. Lisnjaka ta G. Lozyns'koi' (Kyi'v, Shkola, 2007), 494.
7. Skott, V. *Ajvengo*, per. z angl. I. Davydenko (Kyi'v, Krai'na Mrij, 2014), 400.
8. Skott, V. *Ajvengo*, per. z angl. I. Chernovoi' (Harkiv, Klub simejnogo dozvillja, 2001), 240.
9. Scott, W. *Ivanhoe* (Ware, Wordsworth Edition Ltd, 1995), 390.
10. *The Tragedy of Hamlet, Prince of Denmark*, <http://shakespeare.mit.edu/hamlet/> full.html.

(Current issues in translation studies [Aktual'ni pytannja perekladoznavstva])

Psycholinguistic Parameters of Text Perception in the Case of Translating English Historically Marked Vocabulary into the Ukrainian Language (in Ukrainian) [Psycholingvistychni parametry sprynjattja tekstu u razi perekladu anglijs'koi' istorychno markovanoi' leksyky ukrai'ns'koju movoju]

© Lasinska T. A. [Lasins'ka], lasinskat@ukr.net

УДК 811.134

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 19.07.2022 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 20.07.2022 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 99.08 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2022.42.10>

ФРАНЦУЗЬКА ЕНАНТІОСЕМІЯ: ВІД ЛАТИНИ ДО СУЧАСНОСТІ

Ірина Вікторівна Смущинська (м. Київ, Україна)

valerijs@ukr.net

доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри
теорії та практики перекладу романських мов імені Миколи Зерова

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

Емілія Ніколаєску (м. Київ, Україна)

emilie.nicolaescou@gmail.com

старший викладач кафедри східноєвропейських мов

Національна академія Служби безпеки України

(Служба безпеки України)

03066, м. Київ, вул. М. Максимовича, 22

У статті аналізуються види, джерела і особливості походження сучасної французької енантіосемії. Звертається увага на шляхи і причини її появи у французькій мові. Аналіз матеріалу дозволив виокремити різні види енантіосемії, перш за все, мовна – мовленнєва, семантична – емоційно-оцінна, лексична – фразеологічна, синхронічна – діяхронічна; денотативна – конотативна тощо. Встановлено, що основними причинами розвитку енантіосемії є як екстралінгвістичні, так і лінгвістичні фактори: когнітивні механізми людської діяльності, суперечливість самого об'єкта пізнання, критичне осмислення дійсності, «психічна» амбівалентність, культурний переворот тощо. Джерелами енантіосемії є лексика різних прошарків: розмовні звертання та слова-характеристики, вигуки, суспільно-політичні чи соціокультурні поняття, нейтральна лексика, що може отримати позитивну чи негативну конотацію, гіперболи, перифрази, оксюмори тощо, що працюють на створення іронічного ефекту.

Ключові слова: полісемія, енантіосемія, енантіолексема, семантика,

(Актуальні питання перекладознавства [Aktual'ni pytannja perekladoznavstva])

Французька енантіосемія: від латини до сучасності (Українською)

[Francuzka enantiosemya: vid latini do suchasnosti]

© Смущинська І. В. [Smushhins'ka I. V.], valerijs@ukr.net,

Ніколаєску Е. [Nikolayesku E.], emilie.nicolaescou@gmail.com

біполярність, іронія, контекст.

FRENCH ENANTIOSEMY: FROM LATIN TO THE PRESENT

Iryna V. Smushchynska (Kyiv, Ukraine)

valerijs@ukr.net

Doctor of Philological Sciences, Professor, Head at Department of
Theory and Practice of Romance Language Translation by Mykola Zerov

Taras Shevchenko National University of Kyiv
(Ministry of Education and Science of Ukraine)
14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

Emiliia Nikolaiesku (Kyiv, Ukraine)

emilie.nicolaescu@gmail.com

Senior teacher of Eastern-European languages department,
National academy of Security Service of Ukraine
(Security Service of Ukraine)

22 Mykhaila Maksymovycha street, Kyiv, Ukraine, 03066

The article analyzes the types, sources and features of the origin of modern French enantiosemy. Attention is drawn to the ways and reasons of its appearance in the French language. The analysis of the material made it possible to single out different types of enantiosemy, first of all, linguistic – speech, semantic – emotional-evaluative, lexical – phraseological, synchronic – diachronic; denotative – connotative, etc. It has been established that the main reasons for the development of enantiosemy are both extralinguistic and linguistic factors: cognitive mechanisms of human activity, the contradiction of the very object of knowledge, critical understanding of reality, "psychic" ambivalence, cultural revolution, etc. Sources of enantiosemy are vocabulary of various layers: colloquial appeals and characteristic words, exclamations, socio-political or socio-cultural concepts, neutral vocabulary that can acquire a positive or negative connotation, hyperboles, paraphrases, oxymorons, etc., which work to create an ironic effect.

Key words: polysemy, enantiosemy, enantiolexeme, semantics, bipolarity, irony, context.

(Current issues in translation studies [Aktual'ni pytannja perekladoznavstva])

French Enantiosemy: from Latin to the Present (in Ukrainian)

[Francuzka enantiosemya: vid latini do suchasnosti]

© Smushchynska I. V. [Smushhins'ka I. V.], valerijs@ukr.net,
Nikolaiesku E. [Nikolayesku E.], emilie.nicolaescu@gmail.com

Вступ. Термін «енантіосемія» походить з грецької мови (від *enantios* «протилежний» + *sema* «знак») і позначає *розвиток у одного слова протилежних антонімічних значень*, так звану «*внутрішню*» *антонімію* (або *антонімію значень*). Тобто йдеться про наявність у полісемантичного слова протилежних значень.

Актуальність наукової розвідки зумовлена необхідністю вивчення енантіосемії, малодослідженого дискурсивного явища, яке реалізується у різних часових зрізах і у різних контекстах, що сприятиме розкриттю причин його виникнення, прагматичних функцій та типології у французькій мові.

Мета дослідження – проаналізувати та запропонувати власну типологію сучасної французької енантіосемії, виявити джерела, особливості походження, причини появи.

Об'єктом дослідження є енантіолексеми французької мови, **предметом** – способи мовного та мовленнєвого вираження енантіолексем.

Матеріал дослідження – сучасна французька мова.

Наукова новизна дослідження полягає у запропонованій класифікації французьких енантіолексем, виявленні причин і способів появи енантіосемії у французькій мові.

Огляд наукової літератури. На позначення таких лексем з кінця XIX століття пропонувалося багато різних термінів як-от *енантіоантоніми*, *омоантоніми* (В. В. Виноградов, 1953), *авто-антоніми*, *контроніми*, *антагонізми*, *внутрішні / внутрішньослівні / внутрішньолексемні антоніми*; *антонімічні омоніми* (Ю. Г. Скиба, 1958); *автоконверсиви*; *внутрішньослівна поляризація* Е. Х. Жаркова, 1988); *негативна полярність*; *енантіосемізми*, *енантіосеми*, *енантіосемічні лексеми / слова / фразеологізми / лексичні одиниці / елементи*; *антонімосеми* (О. М. Соколов, 1980); *антисеми*, *слова-януси* тощо, але до більш-менш широкого вжитку (оскільки це семантичне явище не є широко відомим і дослідженим) можна віднести все ж таки *енантіосемію* і, як результат, *енантіолексему*.

Чех В. І. Шерцль (праця «Про слова з протилежними значеннями (або про так звану енантіосемію)» (1883-1884)) був першим, хто зацікавився цією проблемою в кінці XIX ст., запропонувавши і сам термін. Вслід за ним на це явище звернули увагу багато науковців: Карл Абель, Клод Ажеж, Ролан Барт, Л. А. Булаховський (1953), Р. О. Будагов, В. В. Виноградов, І. М. Горелов (1986),

(Актуальні питання перекладознавства [Aktual'ni pytannja perekladoznavstva])

Французька енантіосемія: від латини до сучасності (Українською)

[Francuzka enantiosemya: vid latini do suchasnosti]

© Смушинська І. В. [Smushhins'ka I. V.], valerijs@ukr.net,

Ніколаєску Е. [Nikolayescu E.], emilie.nicolaescu@gmail.com

С. Ульман, М. М. Шанський (розглядає як «омоніми», 2009), О. Д. Шмельов, З. Фрейд та інші. Засновник сучасної стилістики Шарль Баллі також звертав увагу на такі «важкі», як він їх називав, але «дуже типові» випадки. Він писав, що *fierté* в одному контексті сприймається як позитивна якість, а в іншому звучить неохвално [1, с. 210]. Він також зауважує, що блакитне небо нам здається прекрасним, тому що воно без хмар, які можуть закривати сонце, але, якби небо було сірим при сонці і блакитним в погану погоду, все сприймалося б навпаки [1, с. 211].

Серед сучасних українських дослідників, хто цікавиться цією проблематикою, можна назвати Т. О. Федоренко (2010), В. Л. Іващенко (2009), О. О. Тараненко, М. М. Донець, В. С. Червоножку (2000; 2002), І. В. Смушинську, Е. В. Ніколаєску та інших.

Виклад основного матеріалу.

Спочатку такі слова з антонімічними значеннями визначали як залишки нерозвинених мов (В. І. Шерцль, А. К. Абель), за М. Я. Марром, первісні мови мали дифузний характер [цит. за: 12, с. 61]. Але ці слова продовжують існувати і у сучасних розвинених мовах, зокрема у французькому розмовному мовленні: наприклад, про дитину «*Petit monstre !*» (*fam.*). До речі, енантіосемія може спостерігатися і в близько і в далеко споріднених мовах: (*lat*) *hostis* «ворог» – (*укр.*) *гість*.

З іншого боку, француз Мішель Бреаль вважав полісемію «ознакою надбаної цивілізації» [цит. за: 2, с. 118]. Зі збільшенням кількості слів удосконалюються засоби вираження думки людиною, уточнюється їхнє значення.

Стосовно французької мови, яка свій первісний фонд успадкувала, в основному, від латини, можна сказати, що багато енантіолексем:

1) або запозичили енантіосемію від латинських слів, які теж були енантіосемічними: *sacer* – *священний, святий // безславний, окаянний, проклятий* → (*fr.*) *sacré*,

2) або розвинули її в період переходу від латини і становлення французької мови як нової романської: (*lat.*) *monstrum* «*signe avertisseur, prodige, chose incroyable*» → (*fr.*) *monstre* (1180, «*être terrible*»); на думку Ж. Марузо [19, р. 77], через «важке звучання» відбувається процес погіршення

(Current issues in translation studies [Aktual'ni pytannja perekladoznavstva])

French Enantiosemy: from Latin to the Present (in Ukrainian)

[Francuzka enantiosemya: vid latini do suchasnosti]

© Smushchynska I. V. [Smushhins'ka I. V.], valerijs@ukr.net,
Nikolaiesku E. [Nikolayesku E.], emilie.nicolaescou@gmail.com

значення.

Таку енантіосемію можна назвати історичною. Як правило, йдеться про зміну знаку оцінки з *позитивного на негативний*, протилежний перехід від негативного до позитивного є менш поширеним [13, с. 79]. Схожі зміни спостерігаються і у наступні періоди, при запозиченні з інших мов, наприклад:

chrétien (« *innocent* ») > (1754) *crétin* (« *personne stupide* ») [20],

avatar (з санскриту «*réincarnation, transformation*») у XX ст. через процес погіршення значення отримує у французькій мові значення « *malheur* » тощо.

Щодо історичної енантіосемії, на нашу думку, необхідно розрізняти:

1) діахронічну енантіосемію, коли *одне значення перейшло в інше*, одне зникло, інше залишилося (*plancher* – 1) XVI-XVII ss., « *plafond* », 2) « *sol* »), більше прикладів спостерігається в аксіологічному напрямку позитивне – негативне (чи негативне – позитивне, але таких прикладів практично немає): у давньофранцузький період латинське *Bulgare* («*болгарин*») отримує значення « *albigeois, sodomite* » [20], які пізніше, у свою чергу, зникає,

2) власне історичну, полісемічну, коли *зберігаються обидва значення*, але:

а) *одне може бути більш уживаним*: *louer un appartement* // (*vieilli*) *louer un guide*,

б) або *вони співіснують рівноцінно*: *être de bon / de mauvais augure* (*augure* < *lat. augurium* (mil. XII s.)).

Серед *основних причин таких змін* можна відзначити:

1) розвиток полісемії, коли поряд із старою семантикою слова створюється нове протилежне значення,

2) зміну аксіології, погіршення значення слова,

3) злиття фонетично схожих слів з протилежними значеннями в одне слово-омонім, що зустрічається дуже рідко, як правило, навпаки, протилежні значення розходяться, розриваються, утворюючи окремі слова.

Таким чином, енантіосемія є результатом *семантичного розвитку слів*, при якому значення можуть змінюватися в мові «до прямої своєї протилежності» [3, с. 77], що *стосується як денотації, так і конотації*. Протилежне значення виявляється *похідним* від основного, належного слову, а одне із протилежних значень часто зникає з вжитку [3, с. 81].

Сучасна французька мова показує існування різних типів енантіосемії,

(Актуальні питання перекладознавства [Aktual'ni pytannja perekladoznavstva])

Французька енантіосемія: від латини до сучасності (Українською)

[Francuzka enantiosemya: vid latini do suchasnosti]

© Смушинська І. В. [Smushhins'ka I. V.], valerijs@ukr.net,

Ніколаєску Е. [Nikolayescu E.], emilie.nicolaescu@gmail.com

перш за все, можна говорити про розрізнення: *мовної – мовленнєвої; повної – неповної; денотативної – конотативної; семантичної – емоційно-оцінної; граматичної (частиномовної – морфологічної); лексичної – фразеологічної; нейтральної – стильової тощо.*

На сьогодні основними її видами вважаються мовна і мовленнєва енантіосемія: у першому випадку йдеться про наявність у слова двох протилежних значень, закріплених словником (найчастіше через *нерозрізнення об'єкта і суб'єкта дії в дієслові чи віддієслівних формах*: *vu de Kiev* (euronews, 26.01.2021) – з Києва /чи про Київ?),

у другому випадку слово в певному контексті (чи виразі):

або *змінює своє значення на протилежне* (наприклад, *caviar* з позитивною конотацією і *passer au caviar* – облисти брудом (про цензуру) з негативною; *l'idole du jour* («*personne qui excite l'admiration*») // *Il est là comme une idole* («*qui se tient à ne rien faire*»)),

– або слово з нейтральною семантикою отримує в мовленні *позитивне / негативне значення*, залежно від контексту твору і модальності мовця: тут одразу можна назвати більшість *розмовних образних звертань* типу *mon petit chou, mon petit rat, mon cornichon, etc.*, при чому те саме слово, наприклад, *chien*, в одному контексті несе позитивну конотацію, а в іншому – негативну: *avoir du chien* (+) // *froid de chien* (-).

Мовленнєву енантіосемію з протилежними емоційно-оцінними компонентами – меліоративним і пейоративним – називають емоційно-оцінною [див., напр.: 5, с. 372]. Отже, енантіосемія стосується як *власне семантичних*, так і *прагматико-модальних компонентів значення* багатозначного слова чи виразу. Але можливість зміни модальності:

1) або існує *в межах конотації* значення (див. попередні приклади),

2) або твориться безпосередньо в контексті *через асоціації*, пов'язані зі сприйняттям певного концепту: так, розуміння чи ставлення до багатьох суспільно-політичних чи соціокультурних понять залежить від ідеології мовця (зрозуміло, що *анархія, пандемія*, це погано, а *революція, соціалізм, карантин, романтизм, лібералізм?*); як сприймати таку перифразу, позитивно чи негативно: *Rome, citadelle du catholicisme* [20, р. 319]? Як пише Ш. Баллі, чи можна впевнено сказати, що *liberté* нейтральне, а *licence* негативне, «в одному

(Current issues in translation studies [Aktual'ni pytannja perekladoznavstva])

French Enantiosemy: from Latin to the Present (in Ukrainian)

[Francuzka enantiosemya: vid latini do suchasnosti]

© Smushchynska I. V. [Smushhins'ka I. V.], valerij@ukr.net,
Nikolaiesku E. [Nikolayesku E.], emilie.nicolaescu@gmail.com

контексті так, а в іншому інакше» [1, с. 210].

Вжиток таких слів у мовленні може призвести до неясності, непрозорості чи двозначності [5, с. 372]:

Я прослухав доповідь (почув чи не почув?),

Я продивився (швидко ознайомився чи не побачив?),

Позичив (дав в борг чи взяв?) тощо.

Вважається, **біполярність ставлення** до певних об'єктів, предметів чи явищ закладена в самій природі людини, оскільки те, що подобається одному, зовсім не подобається іншому. Наприклад, для В. Гюго, слово *citadelle* було « *un grand mot terrible* », для Л. Толстого слово *ізіум* було пов'язане з «багатством», «грошима», а *шишка* – з чимось «витонченим» [цит. за: 2, с. 122]. У парадоксальному сприйнятті Марі Кардіналь, слово **mort** викликає позитивні емоції, воно пов'язане з чимось гарним, приємним:

«*La mort c'est beau. J'ai vu mon père mort. Mort il était reposé, beau. C'est beau la mort*» [18, р. 201],

зі свободою: «*Alors que ma mère est morte sans que cela me touche. Je n'ai été vraiment libre qu'après la mort de ma mère*» [18, р. 209].

Як робить висновок Р. О. Будагов (там само), «емоційні асоціації тих чи інших слів з тими чи іншими поняттями можуть бути суб'єктивними». Отже, розмежовуємо:

- **енантіосемію конотативну** і

- **енантіосемію суб'єктивну**, коли йдеться про різні **точки зору на об'єкт і модальне ставлення мовця**.

Індивідуальна мовленнєва енантіосемія називається **адгерентною** [5, с. 372] на відміну **інгерентної, мовної, узуальної** [13, с. 79-80]. В мовленні з додаванням відповідної іронічної інтонації практично будь-яка одиниця може змінити свою конотацію, наприклад: *C'est intelligent !* (= « *c'est stupide* »).

Частотне використання в іронічних контекстах може призвести до того, що такий вжиток стане **узусним**, фіксованим словником, а енантіосемія мовною (Л. Булаховський).

В. І. Шерцль писав про різні особливості пізнання людиною навколишнього світу, який сприймався як єдність протилежного. Тому **основними причинами розвитку енантіосемії** називають:

1) когнітивні механізми людської діяльності, особливості мислення людей

(Актуальні питання перекладознавства [Aktual'ni pytannja perekladoznavstva])

Французька енантіосемія: від латини до сучасності (Українською)

[Francuzka enantiosemya: vid latini do suchasnosti]

© Смушинська І. В. [Smushhins'ka I. V.], valerij@ukr.net,

Ніколаєску Е. [Nikolayesku E.], emilie.nicolaescu@gmail.com

(В. Шерцль, К. Абель),

2) те, що поняття в людей виникали внаслідок порівняння з іншим, протилежним, що і фіксувалося в одному корені, за К. Абелем [цит. за: 12, с. 62; див. також 15, с. 56],

3) суперечливість самого об'єкта пізнання [6],

4) можливість знаходити різні аспекти того самого поняття, критично осмислювати оточуючу дійсність [5, с. 372],

5) суперечливість сприйняття певної якості (так званий «закон відносності»): *тепла зима* і *тепла кава*, *старе вино* і *стара рушниця* (приклади Т. О. Федоренко, с. 69) сприймаються по-різному,

6) природу людських почуттів [3, с. 79], здатність по-різному сприймати й оцінювати той самий об'єкт чи поняття в залежності від різних об'єктивних і суб'єктивних факторів;

Існують певні *вигуки*, які можуть означати як позитивне, так і негативне ставлення чи сприйняття: *C'est incroyable !* Тобто вигуки часто біполярні самі по собі, оскільки той самий вигук може виражати як задоволення, так і незадоволення, сміх і плач тощо. *Bravo !* може означати як схвалення, так і несхвалення чогось;

7) «психічна» амбівалентність, наявність у людини протилежних бажань (З. Фрейд),

8) крім того, культурний переворот, причини культурно-історичного характеру [15, с. 57], коли через зміну соціальної ситуації, змінюється і ставлення до представників різних народів, культур, прошарків суспільства. *Гість* як «ворог» (колись на чужоземців дивились як на ворогів), пізніше, з розвитком торгівлі, ворожнеча поступається гостинності [М. М. Покровський, цит. за: 12, с. 65]. Наприклад, у часи Наполеона *boire comme un Polonais* сприймалося позитивно, у наш час – негативно,

9) вплив художньої літератури, творчості відомих письменників, мас медіа на зміну конотації чи асоціації певного слова чи виразу.

Отже, причини поляризації значень можуть бути як *екстралінгвістичними*, так і *лінгвістичними* [15, с. 56]. Зупинимось тепер на способах появи сучасної дискурсивної енантіосемії, її джерелах. Як правило, йдеться про творення іронії, сарказму чи гри слів, парадоксу різними

(Current issues in translation studies [Aktual'ni pytannja perekladoznavstva])

French Enantiosemy: from Latin to the Present (in Ukrainian)

[Francuzka enantiosemya: vid latini do suchasnosti]

© Smushchynska I. V. [Smushhins'ka I. V.], valerij@ukr.net,
Nikolaiesku E. [Nikolayesku E.], emilie.nicolaescu@gmail.com

способами, назвемо перш за все такі.

1. Антифразис, який може змінити позитивну характеристику на суто негативну в залежності від ситуації і модальності автора: *Як тут чисто!* може означати категорично протилежне. *Знімаю перед Вами капелюха!* – або, дійсно, з поваги, або іронічно. В. П. Москвін [9, с. 224] взагалі розглядає енантіосемію у вимірі антифразиса, він визначає її як розвиток прямо протилежних значень слова в результаті регулярного **антифразисного** використання.

2. Оксюмори як стилістичні одиниці, що в одній синтагмі намагаються поєднати не поєднуване типу *peige chaude* - *гарячий сніг*, *bien mal*, etc.

3. Морфологічний розвиток, деривацію, коли завдяки суфіксу, наприклад, від іменника твориться прикметник чи дієслово з протилежним значенням: *щіль*, але *щільний* (що добре прилягає) (приклад Булаховського, с. 78). Або *minois* – *мордочка*, тобто **накладання негативного кореневого значення і пестливого суфікса**. Надмірне вживання пестливих слів з суфіксами *-еньк-* чи *-оньк-* (зозуленько, зіронько тощо) перетворює контекст на іронічний.

4. Іронічне використання позитивно забарвлених прикметників в протилежному значенні, до цього виду енантіосемії належать слова, які від самого початку не мають енантіосемічного значення: *bravo*, *formidable*, *magnifique*, *charmant*, *joli*, *beau* тощо, у зв'язку з чим іронічне значення отримали ідіоми *le beau malheur*, *un beau salaud*, *un beau oiseau*, *beau demande*, *un beau monsieur*, *un bel outil*, *belle excuse*, *belle histoire*, *beau malheur*, *bonne continuation*, *bonne langue*, *avoir bonne mine*, *joli monde*, *un joli cadeau*, *la crème des crèmes* тощо.

5. Гіперболи: *безцінний* – *дуже дорогий*, *дуже дешевий*. Наприклад, *inestimable*, *colossale*. Як відомо, надмірна гіпербола-перебільшення позитивної якості, як правило, дає протилежний результат і перетворюється на негативну оцінку: «перебільшена позитивна якість сприймається як недолік» [1, с. 210]: *économie* перетворюється в *avarice*, *générosité* в *prodigalité*, а *habileté* в *ruse*; поняття оцінки дуже легко може бути «вивернуто навиворіт».

Il a une vogue extraordinaire (приклад Ш. Балли, с. 205).

6. Творення не іронії, а гумористичного жарту через використання негативних, часом лайливих, слів як пестливих [див. 3, с. 77]: *хуліган*, *розбійник*, *дурник*, *зłodий*, *bandit*, *diable*, *coqueluche*, *mal sacré*, *chien*, *cochon*, *loup*, *crotte*, *crachet*, etc. Перш за все, йдеться про розмовний реєстр, художній стиль, а

(Актуальні питання перекладознавства [Aktual'ni pytannja perekladoznavstva])

Французька енантіосемія: від латини до сучасності (Українською)

[Francuzka enantiosemya: vid latini do suchasnosti]

© Смушинська І. В. [Smushhins'ka I. V.], valerij@ukr.net,

Ніколаєску Е. [Nikolayescu E.], emilie.nicolaescu@gmail.com

також про **фразеологічні** розмовні вирази, де відбувається переосмислення образу.

7. Гра слів, наприклад, *відійти* може означати «відчути себе краще» і «відійти в інший світ, померти». Перш за все йдеться про слова **суб'єктивної оцінки, що виражають модальне ставлення мовця, емоційно-оцінну лексику**. Наприклад, *цяця – красуня, показна дівчина // розбещена. Рoupée – лялечка // з іронічним смислом*. Тобто це **розбіжність позитивної семантики слова і негативної модальної конотації, мовленнєва енантіосемія є навмисною, такою що має контекстуальний характер, є частковою**.

8. Розмовні образні звертання і слова-характеристики, про що вже йшлося раніше, типу *mon petit chou, mon petit rat, mon cornichon, ce gavroche* може сприйматися як позитивно, так і негативно через **chleuisme, mirliflor** (щиголь, франт) (Balzac, Eugénie Grandet, p. 70).

9. Визуки, про що вже теж йшлося, вони часто біполярні самі по собі: «*Vaurien !* » *turmura-t-elle en souriant* » (Zola, *La Curée*, p. 41) – протилежність мовлення персонажа «негідник!» і близький контекст, що показує емоцію мовця.

10. Залежність від ідеології мовця суспільно-політичних чи соціокультурних понять,

11. Нейтральна лексика типу **назви квітів чи фруктів** сприймається асоціативно, як правило, позитивно, але змінює значення у контексті. Нейтральна лексика може отримати позитивну чи негативну конотацію **у складі фразеологізма** : *cruche – глечик // quelle cruche ! – ну й телепень!*

12. Прислівники, що характеризують певну дію чи стан: *чисто, весело, страшно, красиво*. Переважання оцінних іменників та якісних прислівників серед енантіолексем говорить про їх більш широкі можливості творення іронічної чи гумористичної конотації, вони більш семантично рухливі [див. 12, с. 68]. Крім того, слова, що мали значення впевненості, точності (типу *мабуть, напевно*) з часом втрачають первинне значення і починають передавати вірогідність, приблизність, невпевненість [3, с. 78-79].

13. Прийоми повтору, коли те саме слово повторюється, тільки вкладається інший смисл, типу: *Є гроші і гроші ...*

14. Перекручення слів задля комічного звучання, наприклад, французьких слів в українській мові, в діалогах типу *мерсі, мусью, бонжур, лямур тощо*.

(Current issues in translation studies [Aktual'ni pytannja perekladoznavstva])

French Enantiosemy: from Latin to the Present (in Ukrainian)

[Francuzka enantiosemya: vid latini do suchasnosti]

© Smushchynska I. V. [Smushhins'ka I. V.], valerij@ukr.net,
Nikolaiesku E. [Nikolayesku E.], emilie.nicolaescu@gmail.com

Конотований смисл відповідає афективній реакції, яку слово може породити у читача, він додає мовленню виразності, експресивності.

15. Символізм: так, Т. О. Федоренко [12, с. 66] наводить приклади символічно-образної семантики лексеми *осика* в етнопросторі української культури : «нечисте дерево» / «оберіг від нечистої сили» і пояснює цей символізм; *гречка* – асоціюється з добробутом, достатком / з бідністю; *журавель* (інша назва – *веселка*) – з журитися / з веселитися.

Висновки.

Як свідчить зібраний та проаналізований фактичний матеріал, контекст грає велику роль при інтерпретації енантіосемії. Він є засобом відбору та актуалізації значення, модифікує смисл, уточнює його, розширюючи або обмежуючи клас денотатів, слугує засобом синкретизації значень полісемічного слова, формує оказіональне значення тощо. Між значенням слова і контекстом існує динамічний зв'язок, оскільки контекст дає можливість слову проявити свої приховані потенційні можливості і водночас має виборчу й уточнюючу роль.

Як було з'ясовано, енантіосемія – це закономірне явище у французькій мові, притаманне розмовному, художньому та публіцистичному стилям. Багато енантіолексем запозичили протилежність значень з латини або розвинули її при переході з латини. Як правило, найчастіше йдеться про опозицію позитивний / негативний типу *d'enfer* – *пекельний* / розм. *класний*, *неймовірний*.

Перспективою подальших досліджень є аналіз появи і розвитку енантіосемії в інших романських мовах, зокрема, іспанській, португальській, італійській, румунській.

Література:

1. Балли, Ш. *Французская стилистика*, 3-е изд. (Москва: Либроком, 2009), 384.
2. Будагов, Р. А. *Человек и его язык* (Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1974), 262.
3. Булаховский, Л. А. *Введение в языкознание* (Москва: Учпедгиз, 1953), 178.
4. Виноградов, В. В. «Основные типы лексических значений слова.» *Вопросы языкознания* 5 (1953): 3–29.
5. *Выразительные средства русского языка и речевые ошибки и недочеты: энциклопедический словарь-справочник (ВСРЯ)*, под. ред. А. П. Сковородникова (Москва: Флинта, 2005), 480.
6. Горелов, И. Н. «Энантисемия как столкновение противоречивых тенденций языкового развития.» *Вопросы языкознания* 4 (1986): 86–96.
7. Жаркова, Е. Х. «Энантисемия лексико-грамматического и словообразовательного

(Актуальні питання перекладознавства [Aktual'ni pytannja perekladoznavstva])

Французька енантіосемія: від латини до сучасності (Українською)

[Francuzka enantiosemyia: vid latini do suchasnosti]

© Смушинська І. В. [Smushhins'ka I. V.], valerij@ukr.net,

Ніколаєску Е. [Nikolayesku E.], emilie.nicolaescu@gmail.com

- типа в кругу смежных явлений: на материале имен существительных русского языка.» (Дис. канд. филол. наук, Москва, 1988), 170.
8. Іващенко, В. Л. «Енантіосемія в лексикографічній ієрархії лінгвістичних термінопонять.» *Наукові записки Нац. ун-ту «Острозька академія»*. Серія «Філологічна» (2009): 164–174.
 9. Москвин, В. П. *Выразительные средства современной русской речи: Тропы и фигуры*. Терминологический словарь-справочник (Москва: Едиториал УРСС, 2004), 248.
 10. Скиба, Ю. Г. «К вопросу о так называемое антонимической омонимии в славянских языках.» *Вопросы истории и философии восточно-славянских языков. Сер. ФН*, т. 31. вып. 7 (1958): 42–57.
 11. Соколов, О. М. «Про дієслівну енантіосемію в російській та болгарській мовах.» *Проблеми слов'янознавства* 21 (1980): 90–97.
 12. Федоренко, Т. О. «Джерела енантіосемії в українській мові на загальномовному тлі.» *Українська мова* 2 (2010): 60–75.
 13. Цоллер, В. Н. «Эмоционально-оценочная энантиосемия в русском языке.» *Филологические науки* 4 (1988): 79–80.
 14. Червоножка, В. С. «Енантіосемія в сучасній болгарській мові.» Автореф. дис. канд. філол. наук, Київ, 2002.
 15. Червоножка, В. С. «Причини появи енантіосемії в сучасній болгарській мові.» *Наукові записки НАУКМА. Філологічні науки* 18 (2000): 56–63.
 16. Шанский, Н. М. *Лексикология современного русского языка*, 4 изд. (Москва: Либроком, 2009), 312.
 17. Шерцль, В. І. «О словах с противоположными значениями (или о так называемой энантиосемии).» *Филологические записки*, вып. 5–6 (1883): 1–39, вып. 1 (1884): 42–84.
 18. Cardinal, M. *La clé sur la porte* (Editions Grasset & Fasquelle, 1972), 246.
 19. Marouzeau, J. *Précis de stylistique française* (Paris: Masson et Cie, 1969), 191.
 20. Petit Robert (Paris: Le Robert, 1987), 2173.

References:

1. Balli, Sh. *Francuzskaja stilistika* [French Stylistics] 3 e izd. (Moskva: Librokom, 2009), 384.
2. Budagov, R. A. *Chelovek i ego jazyk* [Man and his Language] (Moskva: Izd-vo Mosk. un-ta, 1974), 262.
3. Bulahovskij, L. A. *Vvedenie v jazykoznanie* [Introduction to linguistics], ch. II. (Moskva: Uchpedgiz, 1953), 178.
4. Vinogradov, V. V. «Osnovnye tipy leksicheskikh znachenij slova [The main types of lexical meanings of the word].» *Voprosy jazykoznanija* 5 (1953): 3–29.
5. *Vyrazitel'nye sredstva russkogo jazyka i rechevye oshibki i nedochety: jenciklopedicheskij slovar'-spravochnik (VSRJa)* [Expressive means of the Russian language and speech errors and shortcomings: encyclopedic dictionary-reference book (VSRYA)] (Moskva: Flinta, 2005), 480.

(Current issues in translation studies [Aktual'ni pytannja perekladoznavstva])

French Enantiosemy: from Latin to the Present (in Ukrainian)

[Francuzka enantiosemya: vid latini do suchasnosti]

© Smushchynska I. V. [Smushhins'ka I. V.], valerij@ukr.net,
Nikolaiesku E. [Nikolayesku E.], emilie.nicolaescu@gmail.com

6. Gorelov, I. N. «Jenantiosemyja kak stolknovenie protivorechivyh tendencij jazykovogo razvitija [Enantiosemy as a collision of contradictory tendencies of language development].» *Voprosy jazykoznanija* 4 (1986): 86–96.
7. Zharkova, E. H. «Jenantiosemyja leksiko-grammaticheskogo i slovoobrazovatel'nogo tipa v krugu smezhnyh javlenij: na materiale imen sushhestvitel'nyh russkogo jazyka.» Dis. kand. filol. nauk [Enantiosemy of the lexico-grammatical and word-formation type in the circle of related phenomena: on the material of nouns in the Russian language] (Moskva, 1988), 170.
8. Ivashhenko, V. L. «Enantiosemyja v leksykografichnij ijerarii' lingvistichnyh terminoponjat' [Enantiosemy in the lexicographic hierarchy of linguistic terms.].» *Naukovi zapysky Nac. un-tu «Ostroz'ka akademija»*. Serija «Filologichna». (2009): 164–174.
9. Moskvina, V. P. *Vyrazitel'nye sredstva sovremennoj russkoj rechi: Tropy i figury. Terminologicheskij slovar'-spravochnik* [Expressive means of modern Russian speech: Paths and figures. Terminological dictionary-reference book] (Moskva: Editorial URSS, 2004), 248.
10. Skiba, Ju. G. «K voprosu o tak nazyvaemoe antonimicheskoy omonimii v slavjanskih jazykah [To the question of the so-called antonymic homonymy in the Slavic languages].» *Voprosy istorii i filosofii vostochno-slavjanskih jazykov. Ser. FN*. 31 (7) (1958): 42–57.
11. Sokolov, O. M. «Pro dijeslivnu enantiosemyju v rosijs'kij ta bolgars'kij movah [On verb enantiosemy in Russian and Bulgarian languages].» *Problemy slov'janovedstva* 21 (1980): 90–97.
12. Fedorenko, T. O. «Dzherela enantiosemyi' v ukrai'ns'kij movi na zagal'nomovnomu tli [Sources of enantiosemy in the Ukrainian language on a universal background].» *Ukrai'ns'ka mova* 2 (2010): 60–75.
13. Collier, V. N. «Jemocional'no-ocenochnaja jenantiosemyja v russkom jazyke [Emotional-evaluative enantiosemy in the Russian language].» *Filologicheskie nauki* 4 (1988): 79–80.
14. Chervonozhka, V. S. *Enantiosemyja v suchasnij bolgars'kij movi*. Avtoref. dys. kand. filol. nauk [Enantiosemy in the modern Bulgarian language] (Kyiv, 2002), 20.
15. Chervonozhka, V. S. «Prychyny pojavy enantiosemyi' v suchasnij bolgars'kij movi [Reasons for the appearance of enantiosemy in the modern Bulgarian language].» *Naukovi zapysky NaUKMA. Filologichni nauky* 18 (2000): 56–63.
16. Shanskij, N. M. *Leksikologija sovremennogo russkogo jazyka* [Lexicology of the modern Russian language], 4 izd. (Moskva: Librokom, 2009), 312.
17. Shercl', V. I. «O slovah s protivopozhnyimi znachenijami (ili o tak nazyvaemoj jenantiosemyi) [About words with opposite meanings (or about the so-called enantiosemy)].» *Filologicheskie zapiski*. 5–6 (1883): 1–39, 1 (1884): 42–84.
18. Cardinal, M. *La clé sur la porte* [The key on the door] (Editions Grasset & Fasquelle, 1972), 246.
19. Marouzeau, J. *Précis de stylistique française* [Precis of French stylistics] (Paris: Masson et Cie, 1969), 191.
20. *Petit Robert* [Little Robert] (Paris: Le Robert, 1987), 2173.

(Актуальні питання перекладознавства [Aktual'ni pytannja perekladoznastva])

Французька енантіосемія: від латини до сучасності (Українською)

[Francuzka enantiosemyja: vid latini do suchasnosti]

© Смушинська І. В. [Smushhins'ka I. V.], valerij@ukr.net,Ніколаєску Е. [Nikolayescu E.], emilie.nicolaescu@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS
[PROBLEMY SEMANTYKY, PRAHMATYKY TA KOHNITYVNOI LINHVISTYKY]

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>**ВИМОГИ ДО ПУБЛІКАЦІЙ:**

Надсилати матеріали для публікації на електронну скриньку журналу **zbirnykninako@ukr.net:**

- статтю у форматі A4 (Microsoft Word);
- назву статті та відомості про автора (*прізвище, ім'я, по батькові, назва статті, місце роботи, науковий ступінь і вчене звання / навчання в аспірантурі, докторантурі, адреса для листування, телефон, e-mail, факс* (за наявності) трьома мовами;
- дві відскановані рецензії на статтю.

Усі три файли повинні бути прикріплені до одного листа. Назви файлів пишуться тільки латиницею. Наприклад: **Ivanenko_article** для статті, **Ivanenko_details** для відомостей про автора, **Ivanenko_reviews** для рецензій.

Мови публікації – **українська, англійська, німецька, іспанська, італійська, новогрецька, французька**. Обсяг статті – від 8 сторінок

Згідно з вимогами до фахових видань, текст статті повинен містити: «постановку проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями; аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується ця стаття; формулювання цілей статті (постановку завдання); виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів; висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямку».

У статті обов'язковими є розділи, назви яких подаються напівжирним шрифтом:

Вступ, який охоплює постановку проблеми, короткий огляд найновіших публікацій з теми дослідження, актуальність, мету, об'єкт та предмет дослідження, наукову новизну, матеріали та методи дослідження.

Огляд наукової літератури.

Основний зміст.

Отримані результати, їх обговорення.

Висновки дослідження.

Перспективи подальших наукових розвідок.

Література та джерельна база дослідження (мовою оригіналу).

References.

Структура статті:

- номер УДК (верхній лівий кут);
- поряд з УДК – зазначається розділ, в якому має бути розміщено статтю:

Актуальні питання ЗАГАЛЬНОГО МОВОЗНАВСТВА;

Актуальні питання ПОРІВНЯЛЬНО-ІСТОРИЧНОГО І

ТИПОЛОГІЧНОГО МОВОЗНАВСТВА;

Актуальні питання ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВА;

Актуальні питання СОЦІОЛІНГВІСТИКИ;

Актуальні питання ПСИХОЛІНГВІСТИКИ;

Актуальні питання ЛІНГВІСТИЧНОЇ СЕМАНТИКИ;

**ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ
[PROBLEMY SEMANTYKY, PRANMATYKY TA KOHNITYVNOI LINHVISTYKY]**

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemanitics>

Актуальні питання ПРАГМАЛІНГВІСТИКИ;
 Актуальні питання КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ;
 Актуальні питання КОМУНІКАТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ;
 Актуальні питання ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЇ;
 Актуальні питання ЕТНОЛІНГВІСТИКИ;
 Актуальні питання ЛІНГВОДИДАКТИКИ;
 Актуальні питання ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА;
 МАЙСТЕРНЯ МОЛОДОГО ПЕРЕКЛАДАЧА.

- назва статті, прізвище, ім'я та по батькові двома мовами: українською, англійською (вирівнювання по центру, великими літерами, напівжирним шрифтом Times New Roman 14 пт);
- анотації та ключові слова двома мовами: українською (до 100 слів), , англійською (200–250 слів). Якщо стаття написана іншою мовою, то анотація наводиться також мовою статті. Вирівнювання за шириною, курсив, Times New Roman 14 пт;
- основний текст статті (міжрядковий інтервал – мінімум 12 пт, вирівнювання за шириною, відступ першого рядка – 1 см., шрифт – Times New Roman: основний текст – 14 пт; поля: верхнє – 1,9 см., нижнє – 1,9 см., лівє – 1,7 см., правє – 1,7 см). Формат графічних файлів: рисунки повинні бути збережені у форматі jpeg із роздільною здатністю 300 точок на дюйм. Їх необхідно додатково надіслати в окремому файлі.
- Література (Chicago Style: Notes and Bibliography): Література у списку повинна бути розташована в алфавітному порядку (Times New Roman 12 пт). Назви джерел подаються мовою оригіналу.
- Джерела ілюстративного матеріалу: За нумерацією цей список продовжує список літератури.
- References (Chicago Style: Notes and Bibliography): Список оформлений згідно вимог (Chicago Style: Notes and Bibliography) з транслітерованими кириличними назвами (система транслітерації BGN (Board of Geographic Names). Можна використовувати автоматичні конвертори: <http://translit.net/ua/> – для української мови. У квадратних дужках подається переклад назви англійською.

У тексті слід **чітко розрізняти дефіс (-) і тире (–)**.

Приклади у тексті друкуються курсивом, для виділення окремих елементів у прикладах використовується підкреслення.

Посилання в тексті подаються у квадратних дужках, наприклад, [11, с. 8], де номер збігається з порядковим номером джерела у списку літератури; якщо необхідно зазначити кілька джерел, їхні номери відокремлюються крапкою з комою, наприклад, [1; 5; 9].

Під рисунками спочатку повинен бути загальний підпис, а потім пояснення усіх наявних на них цифрових та буквених позначень.

Положення про конфіденційність

Імена та електронні адреси, які вказують користувачі сайту цього журналу, використовуються виключно для виконання внутрішніх технічних завдань цього журналу і не передаються стороннім особам.

PUBLISHING REQUIREMENTS:

Submit your materials to the journal's email **zbirnykninako@ukr.net**:

- manuscript in A4 format Microsoft Word;
- title of the article and the author's details (first name, patronymic, last name, title of the article, affiliation, academic degree, academic rank, doing a postgraduate course, working for a DSc's degree, address, telephone, email, fax (if available) in three languages;
- two reviews of the article (scanned copies).

All three files should be attached to one letter. Names of the files are Romanized.

E.g. **Ivanenko_article** for the article, **Ivanenko_details** for the author's details, **Ivanenko_reviews** for reviews.

Manuscripts are accepted in Ukrainian, English, German, Spanish, Italian, Greek, French.

Minimum length of paper – 8 pages.

In accordance with requirements for specialized journals, each paper should have such essential elements as introduction of the issue and its link to current research issues and practical tasks, overview of recent findings and publications that have initiated the issue and influenced the study, indicating the gap in the previous research and outlining the purpose of the present research, the body, discussing the research findings, the conclusions and recommendations for future implementation or future research in the area.

The paper should have such sections as:

Introduction (introducing the issue, giving overview of recent research, stating topicality, purpose, subject matter and object of the research, its novelty, materials used and methods applied);

Findings and Their Discussion;

Literature review Conclusions;

Prospects for Further Research;

References and Illustrative Materials (in the original language);

References.

The section headings in the text of the article are given in bold.

Paper structure:

Margins: top – 1.9 cm., bottom – 1.9 cm., left – 1.7 cm., right – 1.7 cm.

- UDC number (top left corner);
- near UDC number it is desirable to indicate the section, to which the article belongs:

Current issues IN GENERAL LINGUISTICS;

Current issues IN COMPARATIVE AND HISTORICAL

LINGUISTICS AND LINGUISTIC TYPOLOGY;

Current issues IN LITERARY STUDIES;

Current issues IN SOCIOLINGUISTICS;

Current issues IN PSYCHOLINGUISTICS;

Current issues IN LINGUISTIC SEMANTICS;

Current issues IN PRAGMALINGUISTICS;

Current issues IN COGNITIVE LINGUISTICS;

Current issues IN COMMUNICATIVE LINGUISTICS;

Current issues IN LINGUOCULTURAL STUDIES;

Current issues IN ETHNOLINGUISTICS;

Current issues IN LINGUODIDACTICS;

Current issues IN TRANSLATION STUDIES;

YOUNG TRANSLATOR'S WORKSHOP.

- title of the article, name and first name in two languages: Ukrainian, English (Times New Roman 14 pt, capitalized, bold, center justified);
- abstracts and key words in two languages: Ukrainian (up to 100 words) and English (200–250 words). If the paper is in any other language, the abstract in the original language is provided as well. The text of the abstract is in Times New Roman 14 pt, italicized, fully justified.
- body of the article (Times New Roman 14 pt, spaced – at least 12 pt, fully justified, a 1 cm first line indent,). Figures (graphs, charts, diagrams) and pictures are saved in the jpeg format with 300 dpi resolution and are additionally sent in a separate file.
- References (Chicago Style: Notes and Bibliography): References are given in alphabetical order, with items in Cyrillic script (Times New Roman 12 pt). Titles are provided in the original language.
- Sources of Illustrative Material. The counter continues from the reference list.
- References (Chicago Style: Notes and Bibliography): References in Cyrillic script are transliterated using BGN (Board of Geographic Names) transliteration system <http://translit.net/ua/> for Ukrainian and followed by the English translation in square brackets.
- Hyphens (-) and dashes (–) are to be **consistently differentiated**.
- Text fragments provided as illustrations should be given in italics, with underlining used to distinguish certain elements from the text.
- In-text citations are provided in square brackets with the first figure indicating the number of the source in the reference list, for example [11, p. 8]; if it is necessary to mention several sources, their numbers are separated with a semicolon, for example [1; 5; 9].

All tables and pictures should have their titles or labels.

ЗМІСТ

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПОРІВНЯЛЬНО-ІСТОРИЧНОГО І
ТИПОЛОГІЧНОГО МОВОЗНАВСТВА

Корбозерова Н. М. Багатоплановість методу міжмовного порівняльного аналізу споріднених / не споріднених мов7

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВА

Лактіонова К. М. “Золотий вік” італійської літературної та філософської думки14

Оксак Г. Л. Авторський стиль Умберто Еко в романі “Празький цвинтар” та проблеми перекладу18

Сайфутдінова О. Ю. Справжня історія “Кривавого весілля” та художнє узагальнення Ф. Гарсія Лорки22

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЛІНГВІСТИЧНОЇ СЕМАНТИКИ

Гейко Т. М. Лексичні запозичення у неологічному вимірі сучасної французької мови31

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПРАГМАЛІНГВІСТИКИ

Артемova Л. В. Альмудена Грандес і Хав'єр Маріас: два справжніх і неповторних колумніста [Artemova L. V. Almudena Grandes y Javier Marías: dos columnistas genuinos e irrepetibles]49

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

Клименко Л. В., Юзва С. О. Концептуальні межі категорії *espace cosmique*60

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

Бовсунівська А. Ю. Лінгвістичні особливості слоганів міст як комунікативних складників сучасної іспаномовної урбаністичної бренд-комунікації72

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА

Ласинська Т. А. Психолінгвістичні параметри сприйняття тексту у разі перекладу англійської історично маркованої лексики українською мовою86

Смуцинська І. В., Ніколаеску Е. Французька енантіосемія: від латини до сучасності93

Вимоги до публікацій 106

Publishing requirements 108

ЗМІСТ110

CONTENTS111

CONTENTS

CURRENT ISSUES IN COMPARATIVE AND HISTORICAL LINGUISTICS AND LINGUISTIC TYPOLOGY

Korbozerova N. M. Multiplanning of the Method of the Interlingual Comparative Analysis of the Related / Unrelated Languages 7

CURRENT ISSUES IN LITERARY STUDIES

Lakhtionova K. M. The “Golden Age” of the Italian Literature and Philosophical Thinking 14

Oksak G. L. Author’s Style of Umberto Eco in the Novel “The Prague Cemetery” and the Problems of Translation 18

Saifutdinova O. Yu. The Real Story of “Blood Wedding” and the Artistic Transformation by F. Garcia Lorca 22

CURRENT ISSUES IN LINGUISTIC SEMANTICS

Heiko T. M. Lexical Borrowing in Neology Dimension of Contemporary French 31

CURRENT ISSUES IN PRAGMALINGUISTICS

Artemova L. V. Almudena Grandes and Javier Marías: two genuine and unrepeatable columnists [**Artemova L. V.** Almudena Grandes y Javier Marías: dos columnistas genuinos e irrepetibles] 49

CURRENT ISSUES IN COGNITIVE LINGUISTICS

Klymenko L. V., Yuzva S. O. Modern Conceptual Framework of the Cosmic Space Category 60

CURRENT ISSUES IN LINGUISTIC COMMUNICATIONS

<i>Bovsunivska A. Yu.</i> Linguistic Features of City Slogans as Communicative Components of Modern Spanish-Language Urban Brand Communication	72
--	----

CURRENT ISSUES IN TRANSLATION STUDIES

<i>Lasinska T. A.</i> Psycholinguistic Parameters of Text Perception in the Case of Translating English Historically Marked Vocabulary into the Ukrainian Language	86
--	----

<i>Smushchynska I. V., Nikolaiesku E.</i> French Enantiosemy: from Latin to the Present	93
---	----

<i>Вимоги до публікацій</i>	106
-----------------------------------	-----

<i>Publishing requirements</i>	108
--------------------------------------	-----

ЗМІСТ	184
--------------------	-----

CONTENTS	186
-----------------------	-----

Збірник наукових праць вміщує статті, в яких досліджуються сучасні проблеми мовознавства, проблеми порівняльно-історичного і типологічного мовознавства, лінгвосемантики, лінгвопрагматики, лінгвокогнітології, лінгвокомунікації та перекладознавства, лінгвокультурології. Розраховано на широке коло філологів, викладачів, перекладачів, докторантів, аспірантів та студентів вищих навчальних закладів.

The collection of scholarly articles includes articles on current issues in general linguistics, comparative and historical linguistics, linguistic typology, literary studies, linguistic semantics, pragmalinguistics, cognitive linguistics, communicative linguistics, translation studies, linguocultural studies. It is intended for linguists, translators, interpreters, teachers, lecturers, postgraduate students, persons pursuing a doctor's degree, and university students.



semantics.knu.ua