

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

2025. № 47

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47>

ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ



PROBLEMY SEMANTYKY, PRAHMATYKY TA COHNITYVNOI LINGVISTYKY

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

УДК 81, ББК 81я43, П78
ISSN 2413-5593 (Print); ISSN 2663-6530 (On-line)

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:

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

ICV 2019: 62.92, Google Scholar,

Resource
Index
ResearchBib

Research Bib,

Open Science in Ukraine

Crossref.

Друкується за рішенням Вченої ради Інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка (протокол № 6 від 25 лютого 2025 року).

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

Наказом МОН України від 26.11.2020 № 1471 збірника 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. – (2002–2025). – К. : Юстон, 2025. – Вип. 47. – 248 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/prblmsemantics>

E-mail : zbirnykninako@ukr.net

Редакційна колегія:

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

Буає Анрі, 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., канд. 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)**

2025. № 47

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2024.45>

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS



PROBLEMY SEMANTYKY, PRAHMATYKY TA COHNITYVNOI LINVIVISTYKY

<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:

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

ICV 2019: 62.92,

Google Scholar

Google Scholar ,

Resource Index
ResearchBib

Research Bib ,

Open Science in Ukraine

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 № 6, 25 February 2025).

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. – (2002–2025). – Kyiv : Uston, 2025. – Issue 47. – 248 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

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., PhD (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 81(072.8)

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 21.01.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 26.01.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 92 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.01>

VÍAS ACTUALES DE LA COMPARACIÓN DE LAS LENGUAS MUNDIALES

Nina M. Korbozerova (Kyiv, Ucraina)

ninakor@ukr.net

Doctora en Letras, Profesora Titular Catedrática 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

Olena P. Obruchnikova (Kyiv, Ucraina)

obruchnikovaep@gmail.com

Docente 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 el artículo se estudian cuatro tipos principales de comparación de sistemas lingüísticos: genética, tipológica, genético-tipológica y areal que son aspectos de un único proceso de comparación de las lenguas mundiales. Cada uno de estos tipos se diferencia por su propio objetivo, objeto y método de investigación.

La comparación genética se basa en el concepto del parentesco lingüístico que apareció en el resultado del origen común de las lenguas. La comparación tipológica de sistemas y subsistemas usa el método tipológico comparativo y tiene por objetivo el estudio de las lenguas relacionadas y no relacionadas. La comparación genético-tipológica persigue el objetivo de explorar las conexiones genéticas y similitudes tipológicas entre lenguas. Por

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

Сучасні шляхи порівняння світових мов (Іспанською)
[Vías Actuales de la Comparación de las Lenguas Mundiales]

© Корбозерова Н. М. [Korbozerova N. M.], ninakor@ukr.net,
Обручницька О. П. [Obruchnykova O. P.], obruchnikovaep@gmail.com

fin, la comparación areal permite comparan los sistemas lingüísticos de una determinada proximidad, es decir, el área geográfica.

Palabras clave: *la comparación genética, la comparación tipológica, la comparación genético-tipológica, la comparación areal.*

СУЧАСНІ ШЛЯХИ ПОРІВНЯННЯ СВІТОВИХ 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

Олена Петрівна Обручникова (Київ, Україна)

obruchnikovaep@gmail.com

доцент кафедри романської філології
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
(Міністерство освіти і науки України)
01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

У статті досліджуються чотири основні типи зіставлення мовних систем: генетичний, типологічний, генетико-типологічний та ареальний, які являють собою аспекти єдиного процесу порівняння мов світу. Кожен тип характеризується конкретними цілями, об'єктом та методами дослідження. Генетичне зіставлення базується на понятті мовного споріднення, що виникло на основі спільного походження. Типологічне зіставлення мовних систем, що послуговується методом типологічного зіставлення, має на меті дослідження споріднених та не споріднених мов. Генетико-типологічне зіставлення має на меті дослідити одночасно генетичні зв'язки та типологічні схожості між порівнюваними мовами. Ареальне зіставлення дозволяє порівнювати мовні системи географічно близьких територій.

Ключові слова: *генетична компаративістика, типологічна компаративістика, генетико-типологічна компаративістика, ареальна компаративістика.*

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

Current Ways of Comparing World Languages (in Spanish)
[Vías Actuales de la Comparación de las Lenguas Mundiales]

© Korbozerova N. M. [Korbozerova N. M.], ninakor@ukr.net,
Obruchnikova O. P. [Obruchnikova O. P.], obruchnikovaep@gmail.com

CURRENT WAYS OF COMPARING WORLD 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

Olena P. Obruchnikova (Kyiv, Ukraine)

obruchnikovaep@gmail.com

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

This article examines four main types of linguistic system comparison: genetic, typological, genetic-typological, and areal, which are aspects of a single process of comparing the world's languages. Each of these types is differentiated by its own objective, subject matter, and research method.

Genetic comparison is based on the concept of linguistic kinship, which emerged from the common origin of languages. Typological comparison of systems and subsystems uses the comparative typological method and aims to study related and unrelated languages. Genetic-typological comparison seeks to explore genetic connections and typological similarities between languages. Finally, areal comparison allows for comparisons of linguistic systems within a given proximity, i.e., a geographic area.

Keywords: *genetic comparison, typological comparison, genetic-typological comparison, areal comparison.*

Hoy, la comparación lingüística ocupa un lugar importante en el análisis moderno de sistemas de las lenguas. Es una investigación multifacética y atrae la atención de diferentes científicos a lo largo de los últimos siglos [1; 2; 3].

Actualmente, en la ciencia existen cuatro tipos principales de comparación de sistemas lingüísticos: genético, tipológico, genético-tipológico y areal. Estos tipos

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

Сучасні шляхи порівняння світових мов (Іспанською)
[Vías Actuales de la Comparación de las Lenguas Mundiales]

© Корбозерова Н. М. [Korbozerova N. M.], ninakor@ukr.net,
Обручникова О. П. [Obruchnikova O. P.], obruchnikovaep@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

principales constituyen aspectos de un único proceso de comparación, éstos se añaden uno a otro y se enriquecen mutuamente. Cada uno de estos tipos pilares tiene su propio objetivo de la investigación, el objeto de estudio y los métodos para alcanzar los fines del análisis y corresponde a varias etapas del desarrollo de la ciencia lingüística.

La comparación *genética* además se denomina como la comparación genealógica comparada, o la comparación histórica comparativa. Ésta se basa sobre el concepto del parentesco lingüístico que apareció como consecuencia del origen común de las lenguas. En este caso las lenguas siguen conservando las relaciones lingüísticas genéticas, surgidas como la relación de origen y se continúan consolidando durante la misma comunidad linguoétnica dada por el origen durante un periodo bien estable y perdurable.

El método aprovechado en la comparación lingüística genética tiene como objetivo reconstruir formas ancestrales comunes de lenguas relacionadas. La protoforma, o así llamado el arquetipo, es la forma lingüística inicial que engendró las formaciones posteriores, se reconstruye sobre la base de correspondencias regulares en lenguas relacionadas.

El objetivo del método genético comparativo es restaurar la lengua base a partir de la cual se desarrollaron las lenguas en estudio y establecer las leyes del desarrollo de estas lenguas.

El objeto de este método son exclusivamente los idiomas relacionados. De tal manera pueden analizarse tanto las lenguas estrechamente relacionadas, por ejemplo, el alemán y el inglés, el francés y el español, etc., como las lenguas parientes lejanas, por ejemplo, el alemán y el búlgaro, el inglés y el polaco, etc.

Con este método se pueden identificar genéticamente las palabras, raíces y formas. Por ejemplo: *drei* (alemán), *three* (inglés), *trois* (francés); *two* (inglés), *deux* (francés), *два* (ucraniano), etc.

El método de comparación genética es utilizado por la ciencia de la lingüística histórica comparada, que estudia el grado de parentesco y el origen común de las lenguas.

La comparación *tipológica* de sistemas y subsistemas de lenguas usa el método tipológico comparativo que tiene como objetivo estudiar lenguas relacionadas y no

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

Current Ways of Comparing World Languages (in Spanish)
[Vías Actuales de la Comparación de las Lenguas Mundiales]

© *Korbozerova N. M.* [*Korbozerova N. M.*], ninakor@ukr.net,
Obruchnikova O. P. [*Obruchnykova O. P.*], obruchnikovaep@gmail.com

relacionadas a un cierto nivel de su desarrollo. El propósito de este método es identificar la convergencia y la divergencia de las estructuras del lenguaje, formas de expresar los mismos significados, diferencias en las funciones de elementos similares de la estructura del lenguaje, por ejemplo, el español y el lituano.

Las convergencias tipológicas no están directamente relacionadas con la relación genética de las lenguas. Se llevan más allá del marco de las lenguas genéticamente relacionadas, ampliando así los límites de la investigación lingüística a través de una amplia gama de lenguas de diferente estructura. Como resultado, no solo se permite juzgar las diferencias tipológicas de las lenguas comparadas, sino que también se puede ayudar a resolver serios problemas lingüísticos generales. Por lo tanto, la tipología comparada puede ser tanto una tipología de lenguas relacionadas como no relacionadas.

De tal manera, pueden investigarse: *idiomas no relacionados* (por ejemplo, el ucraniano y el japonés); *idiomas lejanos* (por ejemplo, el ucraniano y el alemán, el ucraniano, el inglés y el francés); *idiomas estrechamente relacionados* (por ejemplo, el alemán y el inglés, el francés y el español, el alemán y el holandés); *variantes de un idioma* (por ejemplo, el alemán en Austria y Suiza) y *diferentes etapas históricas* del desarrollo de una lengua (por ejemplo, el alemán moderno y el alemán antiguo; el inglés moderno y el inglés antiguo; el francés moderno y el francés antiguo).

Este método nos permite identificar una rama separada de la lingüística: la lingüística tipológica comparada.

La comparación *genético-tipológica* es una mezcla entre los métodos de la comparación genética y la tipológica que tiene como objetivo explorar conexiones genéticas y similitudes tipológicas entre lenguas. Hay que tener en cuenta que el objeto de dicha investigación siempre es la comparación los idiomas relacionados. Por eso, el propósito del estudio es identificar puntos en común estructurales, el grado de convergencia y divergencia en un grupo de lenguas relacionadas, por ejemplo, el español moderno y el portugués moderno. Se considera que este método corresponde a la ciencia de la lingüística tanto comparada, como genética y sirve de un puente peculiar entre dos primeros métodos con diferentes metas de la investigación.

La comparación *areal*, o de áreas, se utiliza cuando se comparan sistemas lingüísticos de una determinada proximidad o área geográfica. El método de

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

Сучасні шляхи порівняння світових мов (Іспанською)
[Vías Actuales de la Comparación de las Lenguas Mundiales]

© Корбозерова Н. М. [Korbozerova N. M.], ninakor@ukr.net,
Обручникова О. П. [Obruchnykova O. P.], obruchnikovaep@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

comparación de áreas permite comparar lenguas independientemente del grado de su relación para determinar elementos comunes en ellas. El método genético comparativo se utiliza para estudiar la afinidad primaria de las lenguas, mientras que el método areal examina su afinidad secundaria, o afinidad formada como resultado de la influencia adstrática mutua de las propias lenguas y las culturas, por ejemplo, el español y el vasco.

Podemos concluir que estos cuatro métodos de investigación comparativa a pesar de la base común se diferencian mucho por el fin, por el carácter del análisis y por el resultado obtenido. Así, el método genético se ocupa de la relación de las lenguas; el método tipológico está orientado al estudio de la similitud, o isomorfismo, y el alimorfismo de cualquier lengua, tanto relacionada como no relacionada; el método genético-tipológico se aprovecha para identificar el parentesco y la similitud de lenguas emparentadas y el método areal está encaminado a descubrir la proximidad o afinidad de lenguas en toda una zona concreta.

En consecuencia, en función de los tipos de comparación, así como en función del objeto y finalidad del estudio, se distinguen las siguientes ramas de la lingüística que utilizan métodos de comparación de lenguas: la lingüística comparada histórica, la lingüística comparada tipológica y la lingüística areal en un contacto estrecho con otras ramas como la lingüística general, la psicolingüística, la sociolingüística, la lingüística aplicada y la lingüística informática.

Literatura:

1. *Familia indoeuropea*, <http://www.proel.org/index.php?pagina=mundo/indoeuro>
2. Verba, G. (2021). *Curso de lexicología comparada (español-ucraniano)*. Vinnytsia: Nova Knyha. 232 p.
3. *Lenguas romances*, https://es.wikipedia.org/wiki/Lenguas_romances

References:

1. *Familia indoeuropea*, <http://www.proel.org/index.php?pagina=mundo/indoeuro>
2. Verba, G. (2021). *Curso de lexicología comparada (español-ucraniano)*. Vinnytsia: Nova Knyha. 232 p.
3. *Lenguas romances*, https://es.wikipedia.org/wiki/Lenguas_romances

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

Current Ways of Comparing World Languages (in Spanish)
[Vías Actuales de la Comparación de las Lenguas Mundiales]

© Korbozerova N. M. [Korbozerova N. M.], ninakor@ukr.net,
Obruchnikova O. P. [Obruchnykova O. P.], obruchnikovaep@gmail.com

УДК 81'373.41 + 81'343.42

*Стаття надійшла до редакції [Article received] – 28.02.2025 р.**Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]**Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 06.03.2025 р.**Оригінальність тексту [The originality of the text] – 97 %*<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.02>

АНГЛОМОВНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ У СУЧАСНИХ ФРАНЦУЗЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

Віра Олександрівна Рубан (м. Київ, Україна)

orcid.org/0000-0002-4708-0656

vira.ruban@knlu.edu.ua

кандидат філологічних наук, доцент

кафедри романських мов,

Київський національний лінгвістичний університет

(Міністерство освіти і науки України)

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

Розвиток мови, її еволюція, яка полягає у зникненні застарілих і появі нових елементів на всіх рівнях мовної системи є основною умовою існування будь-якої національної мови як основного засобу спілкування народу. У своїй еволюції мова збагачується різними засобами, серед яких переважне місце належить її контактам з іншими мовами. У час, коли процес глобалізації стає визначальною рисою розвитку людства, питання взаємодії та взаємовпливу мов набули особливої актуальності. У статті розглянуто вплив англійської на розвиток сучасних французької та української мов, представлено порівняльний аналіз процесу запозичення та адаптації англомовних елементів у мові, що їх приймає, проаналізовано причини відмінностей цього процесу у романських та слов'янських мовах. У ході дослідження було доведено, що саме екстралінгвальні чинники стали визначальними у процесі запозичення лексичних елементів на сучасному етапі розвитку мов.

Ключові слова: англомовні запозичення, англіцизм, адаптація запозичень, франгле, надмірні запозичення, мовні контакти, мова-джерело.

(Актуальні питання порівняльно-історичного і типологічного мовознавства

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

Англомовні запозичення у сучасних французькій та українській мовах (Українською)

[Anhlomovni zapozychennia u suchasnykh frantsuz'kiy ta ukrayins'kiy movakh]

© Рубан В. О. [Ruban V. O.], vira.ruban@knlu.edu.ua.

ENGLISH BORROWINGS IN MODERN FRENCH AND UKRAINIAN LANGUAGES

Vira O. Ruban (Kyiv, Ukraine)

orcid.org/0000-0002-4708-0656

vira.ruban@knlu.edu.ua

PhD (Philology), Associate Professor at Department of Romance Languages,
Kyiv National Linguistic University
(Ministry of Education and Science of Ukraine)
03150, Kyiv, 73, Velyka Vasylkivska Str.

The evolution of the language while some obsolete elements disappear and new elements appear is the fundamental condition for the existence of any national language which is the main means of communication of the people. In its evolution, the language is enriched by various means, and the linguistic contacts play an important role in the enrichment of languages. Today when the process of globalization is becoming a defining feature of the development of humanity, the issues of interaction and mutual influence of languages have acquired a particular relevance. The end of the 20th and the beginning of the 21st century are characterized by the intensive diffusion in the world of English which, due to the economic, technical, military and political power of the United States, has become the language of international communication and so, the main source of borrowings for languages throughout the world. The article considers the influence of English on the development of modern French and Ukrainian languages, presents a comparative analysis of the process of borrowing and adaptation of English elements in the receiving language, analyzes the reasons why this process is different in Romance and Slavic languages. The study shows that these are the extralinguistic factors that have become decisive in the process of lexical borrowings at the current stage of language development.

We can see that European languages, are going through a particular period in their history, accepting a large number of lexemes from English. That is why linguists from different countries have started to focus on the question of preserving this precious and important heritage for each national culture. There are attempts to use internal means of the language to enrich it, but the created lexemes are still not as attractive to speakers due to the external factors that come into play and promote the penetration and integration of Anglicisms into European languages.

Keywords: *English borrowings, anglicism, adaptation of borrowings, frenglish, excessive borrowings, language contacts, source language.*

(Current issues in comparative and historical linguistics and linguistic typology

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

English Borrowings in Modern French and Ukrainian Languages (in Ukrainian)

[Anhlomovni zapozychennia u suchasnykh frantsuz'kiy ta ukrayins'kiy movakh]

© Ruban V. O. [Ruban V. O.], vira.ruban@knlu.edu.ua.

Кінець 20-го і початок 21-го століття характеризуються інтенсивним поширенням у світі англійської мови, яка завдяки економічній, технічній, військовій і політичній могутності Сполучених Штатів стала мовою міжнародного спілкування і, відповідно, основним джерелом запозичень для мов усього світу, які все більше збагачувалися англійськими словами та виразами, а також їх американськими варіантами. Невиправдане використання великої кількості англійських елементів спровокувало навіть своєрідну боротьбу з цими запозиченнями. Рене Етьємбль, відомий французький лінгвіст, вигадав термін *franglais*, який використовувався для опису сучасного стану мови у Франції [1]. За аналогією з *franglais*, що перекладається на англійську як *frenGLISH*, колеги Рене Етьємбля з інших країн називали свої мови *japGLISH*, *spanGLISH*, *gerGLISH* тощо, підкреслюючи за допомогою цих термінів проблему надмірного захоплення запозиченням лексичних одиниць з англійської мови.

Питання запозичення є одним із ключових у лінгвістиці, воно по-різному розглядалося представниками різних лінгвістичних шкіл у контексті досліджень: мовних контактів та запозичення в умовах двомовності; основних причини проникнення іншомовних лексем у мову; принципи класифікації запозичених лексичних одиниць згідно з різними критеріями; процес інтеграції та адаптації іншомовних елементів до мови, що запозичує. Однак слід зазначити, що процес запозичення, причини, проникнення та адаптація англіцизмів відрізняються від однієї мови до іншої [1; 2; 3; 5]. Тому видається цікавим проаналізувати та порівняти це явище в європейських мовах різних груп, зокрема на прикладі французької як романської та української як слов'янської мови.

Перш за все, слід зазначити, що перші англіцизми з'явилися в обох мовах дуже давно, і є багато запозичень з англійської, які ввійшли до цих мов, адаптувались до їх систем і широко використовуються сьогодні. До них належать: *сейф, бюджет, бізнес, хокей, теніс, матч, футбол, боулінг, трамвай, диспечер, джаз, фільм, джемпер, плед, імідж, комп'ютер, маркетинг, продюсер, саміт, сервіс, смокінг, спікер, біфштекс, светр, пуловер, інтерв'ю; budget, business, hockey, tennis, match, football, bowling, tramway, jazz, film, marketing, bifteck, rail, tunnel, week-end, smoking, jogging, pull (-over), interview, redingote, paquebot.*

Але, як бачимо, ці запозичені слова найчастіше використовувалися для назви нових речей і понять (*jazz, film, tramway, комп'ютер, бізнес* тощо), для

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

Англомовні запозичення у сучасних французькій та українській мовах (Українською)

[Anhlomovni zapozychennia u suchasnykh frantsuz'kiy ta ukrayins'kiy movakh]

© Рубан В. О. [Ruban V. O.], vira.ruban@knu.edu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

позначення предметів, властивих культурі носіїв мови-джерела (*bifteck, jogging, smoking, etc.*). Цікавим є те, що мови не запозичують однакові слова, деякі англіцизми, які вживаються в українській мові, відсутні у французькій мові, яка має власні лексичні засоби для позначення цих предметів і явищ. Йдеться, наприклад, про слово *сейф*, відповідником якого є *un coffre fort* у французькій мові, *джернер, светр* – *un chandail, un pull*, *комп'ютер* – *ordinateur*, *плед* – *couverture* тощо; а *jogging* не використовується в українській мові, де це явище називають *легкою пробіжкою вранці, легкою пробіжкою*). При цьому англійська мова також має у своєму словнику велику кількість запозичень з інших мов. Звичайно, частка французької є значно більшою порівняно з іншими мовами, що пов'язано з історією відносин між Францією та Великою Британією: *to administer, empire, state, government, service, mutton, pork, veal, advocate, petition, inquest, sentence* тощо. Що стосується запозичень з української мови, то їх небагато з історичних причин, йдеться скоріше про екзотизми, які ілюструють українську культуру та слов'янську культуру загалом: *borscht, halušky, varenyky, horilka, pysanka, Maidan* тощо. Отже, протягом історії людства під час мовних контактів відбувався взаємообмін. Сьогодні ж ми бачимо, що дуже часто процес запозичення відбувається лише в одному напрямку, саме англійська мова виступає мовою-джерелом. Але процес запозичення і адаптації іншомовних елементів в романських мовах і слов'янських мовах характеризується різним темпом і швидкістю.

Як правило, вчені виділяють два шляхи проникнення запозичень у мову: усний та письмовий. Більш нестійкими є усні запозичення, оскільки в письмових запозиченнях за лексичною одиницею вже закріплена певна форма, а усні запозичення лише набувають відповідної фонетичної концепції, яка може відрізнитися серед мовців через відсутність чітких правил вимови іншомовних слів. Тож, письмові запозичення мають більше шансів потрапити в систему мови-запозичення.

Отже, першою причиною, чому ми можемо спостерігати відмінності в процесі запозичення, є алфавіт. Французька та англійська мови використовують латинський алфавіт, що полегшує інтеграцію елементів однієї мови в іншу, навіть якщо необхідно адаптувати ці запозичення до граматичної структури приймаючої мови. А українська мова належить до слов'янських мов, які

(Current issues in comparative and historical linguistics and linguistic typology

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

English Borrowings in Modern French and Ukrainian Languages (in Ukrainian)

[Anhlomovni zapozychennia u suchasnykh frantsuz'kiy ta ukrayins'kiy movakh]

© Ruban V. O. [Ruban V. O.], vira.ruban@knlu.edu.ua

використовують кирилицю, тому запозичені слова мають спочатку набути відповідної графічної форми, що потребує часу та зусиль.

Друга причина полягає у морфологічній будові мов. Романські мови, слов'янські мови та англійська належать до групи флективних мов, але представляють різні підгрупи. Французька та англійська мови вважаються анатилічними, оскільки ступінь синтетизму значно зменшився в ході їх еволюції, і, отже, лексичне значення виражається самостійними словами, а граматичне – службовими словами (артиклями, займенниками, сполучниками, частками, допоміжними дієсловами тощо), порядком слів та інтонацією. Українська мова – це синтетична мова, граматичне значення якої виражається за допомогою закінчень, афіксів, чергувань, доповнень. Таким чином, французька легше адаптує англійські запозичення, що передбачає:

1) присвоїти іменникам рід і артикль: рід запозичень, що використовуються для опису людей, мотивується статтю – *une barmaid, un cowboy, une girl, un gentleman, une miss, un steward*, англіцизми з відповідником у французькій мові набувають того ж роду – *une star (une vedette), une party (une soirée), une agency (une agence)*, в інших випадках цей процес набагато складніший через відсутність усталених критеріїв і мотивації визначення роду;

2) віднести дієслова до певної групи, додаючи закінчення, щоб мати можливість їх відмінювати. Переважна більшість запозичених дієслів (повних або неповних) належить до 1-ї групи, яка вважається найбільш оптимальною у французькій граматиці: *to boost – booster, to clip – clipper, to deal – dealer, to dope – doper, to dribble – dribbler, to pose – poster*;

3) знайти відповідники звукам, які не існують у французькій мові, коли йдеться про фонетичну адаптацію тощо.

Щодо української мови та слов'янських мов взагалі, які мають різні граматичну і фонетичну структури з англійською мовою, адаптація є більш складною:

1) для адаптації іменників також потрібно визначити рід, але в українській мові їх три. Як і у французькій мові, запозичення для іменування людей, мотивовані статтю. Для лексем, що використовуються для назви предметів, саме кінцевий звук слова відіграє вирішальну роль у визначенні категорії роду запозичення, тобто використовуються загальні правила, характерні для мови, що запозичує: якщо іменник, що позначає неживий предмет, має в кінці голосний,

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

Англомовні запозичення у сучасних французькій та українській мовах (Українською)

[Anhlomovni zapozychennia u suchasnykh frantsuz'kiy ta ukrayins'kiy movakh]

© Рубан В. О. [Ruban V. O.], vira.ruban@knu.edu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

він належить до жіночого роду (*вінда* – *Windows*, *інста* – *Instagram*, *гіфка* – *GIF*, *аватарка* – *avatar*, *супервізія* – *supervision*), якщо ж слово закінчується на приголосний, то його відносять до чоловічого роду (*блог* – *blog*, *блогер* – *bloger*, *гугл* – *google*, *дисконт* – *discount*, *зум* – *zoom*, *гаджет* – *gadget*, *квест* – *ques*). За семантичним принципом іменник отримує рід відповідно до синоніма в українській мові (якщо він є): наприклад, слово *селфі* належить до середнього роду, оскільки є синонімом свого українського відповідника *фото*. Отримавши рід, слово буде слідувати правилам змін за відмінками, слід зазначити, що адаптовані запозичення відмінюються за правилами української мови. Іноді асиміляція передбачає не лише додавання сполучних зворотів, характерних для певних іменників, а й суфіксів або заміну вихідних суфіксів на суто українські: *gaming* – *геймерство*, *dealership* – *дилерство*, *option* – *опція*;

2) щодо дієслів, то в українській, як і в інших слов'янських мовах, дієслова мають доконаний і недоконаний вид. І щоб утворити дієслово доконаного виду, ми додаємо префікс, іноді суфікс:

“*Він завжди постив багато фото*” – чоловічий рід, 3 особа, однина, недоконаний вид; → *il postait (to post)*;

“*Вчора він запостив надзвичайну новину*” – чоловічий рід, 3 особа, однина, доконаний вид; → *il a posté (to post)*;

лайкнути – *залайкати (to like)*;

шерити – *розшерити (to share)*.

Цілком логічно поставити питання щодо того, чи мови, де адаптація англіцизмів є складнішою, мають менше запозичених слів у своєму словнику. Виявляється, цей фактор не є вирішальним. Саме екстралінгвальні чинники нині переважають у процесі розвитку мови. Узагальнюючи різні точки зору на це питання, можна констатувати, що серед основних позамовних факторів процесу запозичення вчені виділяють: 1) історичні міжнародні контакти між мовою-джерелом і мовою, що запозичує; 2) політичне значення країни мови-джерела; 3) двомовність і володіння іноземною мовою; 4) сприйняття лексеми іншомовного походження як більш престижної, так званий мовний снобізм; 5) інноваційність нації в окремих сферах діяльності; 6) соціально-економічні зміни в країні мови, що запозичує, тощо [2; 4; 5]. Тому кількість лексем, запозичених з англійської в українській мові, постійно збільшується. Історично українська мова тривалий час

(Current issues in comparative and historical linguistics and linguistic typology

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

English Borrowings in Modern French and Ukrainian Languages (in Ukrainian)

[Anhlomovni zapozychennia u suchasnykh frantsuz'kiy ta ukrayins'kiy movakh]

© Ruban V. O. [Ruban V. O.], vira.ruban@knlu.edu.ua

не була відкритою для контактів з іншими мовами і, не перебуваючи в безпосередньому контакті з англійською, адаптувала англіцизми через інші слов'янські мови. Але наразі йдеться про прямі запозичення у великій кількості. Ми дійшли до того моменту, коли лінгвісти та деякі мовці почали сумніватися в необхідності такої кількості англіцизмів в українській мові, як Рене Етьємбль у 1960-х роках сумнівався щодо потреби у таких лексемах для французької мови. Це спонукало вчених намагатися мінімізувати кількість іншомовних слів, замінюючи їх лексемами українського походження.

На думку деяких сучасних лінгвістів, якщо ми обмежимося запозиченнями для позначення нових понять і не створимо нових слів, то ризикуємо втратити власну мову. Тому, намагаючись зберегти дорогоцінну спадщину, якою є національна мова, ми створили відповідники цих слів засобами їхніх мов: *скіл, скіли (skills)* – навичка, вміння, навик; *дедлайн (deadline)* – кінцевий термін, крайчас; *тьютор (tutor)* – наставник; *скріншот (screenshot)* – знімок екрану; *гаджет (gadget)* – пристрій; *акаунт (account)* – обліковий запис; *софт (software)* – програмне забезпечення; *email – le courriel; software – le logiciel; hashtag – le mot-dièse; booster – stimuler; airbag – un coussin gonflable; week-end – une vacancelle; blog – un bloc-notes; marketing viral – une bouche à oreille électronique; web – la Toile; star – une vedette.*

Деякі еквіваленти увійшли до загального вжитку, тоді як інші були відкинуті мовцями (наприклад, *week-end – une vacancelle, хайп (hype) – галас, лемент, дедлайн (deadline) – крайчас*), які все ще віддають перевагу англійським варіантам. Іноді обидві лексеми залишаються в мові і використовуються одночасно, наприклад: *email, mél, courriel, гаджет (gadget) – пристрій, мобільний додаток (application) – застосунок, акаунт (account) – обліковий запис, челендж (challenge) – виклик*).

Однак буває так, що англіцизм додає нюанс, для вираження якого немає слова у мові, що запозичує: *повідомлення – меседж (eng. message)* – в українській мові це не звичайне, а дуже важливе повідомлення, основна ідея, яку хоче донести мовець; *вихідні – вікенд (eng. week-end)* – це не просто вихідні, коли ти залишаєшся вдома і займаєшся домашніми справами та сім'єю, а невелика втеча кудись із незвичними заняттями; *shopping (eng. shopping)* – французькою не значить *ходити по магазинах*, це означає ходити в магазини, щоб подивитися асортимент, порозглядати вітрини, і, можливо, зробити певні покупки.

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

Англомовні запозичення у сучасних французькій та українській мовах (Українською)

[Anhlomovni zapozychennia u suchasnykh frantsuz'kiy ta ukrayins'kiy movakh]

© Рубан В. О. [Ruban V. O.], vira.ruban@knu.edu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

Оскільки в Україні не існує офіційної термінологічної комісії, написання деяких запозичених лексем може відрізнятися: *message* – *месидж* / *месідж* / *меседж*, *offshore* – *офшор* / *офф-шор* / *оф-шор*, *іміджмейкер*/імідж-мейкер – *imagemaker*, *мас-медіа* / *масмедіа* – *mass media*.

Крім лексичних запозичень, які переважають в обох мовах, французька, будучи дуже близькою до англійської, також фіксує структурні запозичення, які важче помітити у французькій мові, але вони, ймовірно, більш небезпечні, оскільки можуть вплинути на саму структуру мови, яка ризикує втратити свою унікальність.

Таким чином, на прикладі французької та української мов ми бачимо, що європейські мови, до якої б групи вони не належали, переживають особливий період своєї історії, приймаючи велику кількість лексем з англійської мови. Тому мовознавці різних країн почали ставити перед собою питання збереження цієї дорогоцінної та важливої для кожної національної культури надбання. Є спроби використати внутрішні засоби мови для її збагачення, але створені лексеми все ще не є такими привабливими для мовців, особливо у контексті, коли на перший план виходять зовнішні фактори, що сприяють проникненню та інтеграції англомовних запозичень у європейські мови.

Література та джерельна база дослідження:

1. Etiemble, R. (1964). *Parlez-vous franglais*. Gallimard.
2. Léopold, J. (2021) Sommes-nous [réellement] envahis par les anglicismes ? Deux décennies d'anglicismes, *Lengas*, 89. DOI : <https://doi.org/10.4000/lengas.5200>
3. Pergnier, M. (1989). *Les anglicismes*. PUF.
4. Saugera, V. (2017). La fabrique des anglicismes. *Travaux de linguistique*, 75(2), 59–79. DOI: [10.3917/tl.075.0059](https://doi.org/10.3917/tl.075.0059)
5. Zanola, M. T. (2008) Les anglicismes et le français du XXI siècle: La fin du franglais? *Synergies Italie*, № 4, 87–96.

References:

1. Etiemble, R. (1964). *Parlez-vous franglais*. Gallimard.
2. Léopold, J. (2021) Sommes-nous [réellement] envahis par les anglicismes ? Deux décennies d'anglicismes, *Lengas*, 89. DOI : <https://doi.org/10.4000/lengas.5200>
3. Pergnier, M. (1989). *Les anglicismes*. PUF.
4. Saugera, V. (2017). La fabrique des anglicismes. *Travaux de linguistique*, 75(2), 59–79. DOI: [10.3917/tl.075.0059](https://doi.org/10.3917/tl.075.0059)
5. Zanola, M. T. (2008) Les anglicismes et le français du XXI siècle: La fin du franglais? *Synergies Italie*, № 4, 87–96.

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

English Borrowings in Modern French and Ukrainian Languages (in Ukrainian)

[Anhlomovni zapozychennia u suchasnykh frantsuz'kiy ta ukrayins'kiy movakh]

© Ruban V. O. [Ruban V. O.], vira.ruban@knlu.edu.ua

УДК 371.13.81

*Стаття надійшла до редакції [Article received] – 08.02.2025 р.**Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]**Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 17.02.2025 р.**Оригінальність тексту [The originality of the text] – 89 %*<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.03>**CONCEPT “ACQUAINTANCE” (ON THE MATERIAL OF UKRAINE, ENGLAND AND USA)***Nataliia Dmitrivna Tkachenko (Kyiv, Ukraine)**PhD (Philology)**lbyjpfddh@ukr.net*

The purpose of the article is to describe the concept “acquaintance” to improve the people’s understanding of semiotic means of meeting people in Ukraine, Great Britain and the USA spreading them to the social norms of communication and international collaboration. The research engages the comparative analysis of people’s verbal or nonverbal means of meeting people in Ukraine, Great Britain and the USA, lexical semantics, interpretation, conceptual analysis which reveal the cultural stereotypes of different nations. People contact due to their origin, likings, knowledge of conventions and social situations. Verbal and nonverbal semiotics in implied senses can orient, prevent, provoke or stimulate acquaintance. The fatic function (of meeting people comprises cognitive, emotional and social (conventional) information. Communication performs various functions in life disclosing the implied senses of symbols and sayings: security, warning, calling, agreeing or refusing, relaxing or straining, pleasing or displeasing, attracting or repulsing, etc. Verbal and nonverbal signals can stimulate or provoke acquaintance, they can be deceiving or misunderstood. Observing meeting traditions in Ukraine, GB and USA one can notice the similar requirements of good disposition in words and face, some difference in expressions and nonverbal signals. The concept “acquaintance” reflects the space, time and person reference. In meeting traditions in Ukraine, GB and USA the similar requirements of good attitude are observed as the principal cultural element at the core of the concept as well as difference in verbal and nonverbal reference.. Changes in the conceptual semantics can be determined as mutual penetration of the contact making traditions in communication.

Key words: *semiotics, verbal and nonverbal means, meeting people, social and national distinctions, comparative analysis.*

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

Концепт “знайомство” (на матеріалі України, Англії та США) (Англійською)

[Kontsept “znayomstvo” (na materiali Ukrayiny, Anhliyi ta SSHA)]

© *Ткаченко Н. Д. [Tkachenko N. D.], lbyjpfddh@ukr.net*

КОНЦЕПТ “ЗНАЙОМСТВО” (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНИ, АНГЛІЇ ТА США)

Наталія Дмитрівна Ткаченко (Київ, Україна)

кандидат філологічних наук

lbyjpfddh@ukr.net

Призначенням статті було описати вербальні та невербальні засоби фатичної функції знайомства в Україні, Англії та США для покращення порозуміння людей в умовах дефіциту часу, суспільних та національних бар'єрів комунікації. Це дослідження вимагало порівняльного культурологічного аналізу національних традицій, лексико-семантичного, інтерпретаційного та концептуального аналізу вербальних та невербальних засобів спілкування. Концепт “знайомство” відображає референцію простору, часу та особи. У традиціях знайомства в Україні, Англії та США спостерігаються однакові вимоги до доброго відношення як основного культурного елемента в ядрі концепту “знайомство” а також різниця у вербальній та невербальній референції. Зміни в концептуальній семантиці може бути визначені як взаємний обмін контактовстановчими традиціями в комунікації.

***Ключові слова:** семіотика, вербальні та невербальні засоби, знайомство, суспільні та національні відмінності, порівняльний аналіз.*

Introduction. The object of the article is an attempt to describe the concept “acquaintance”, compare the traditions of meeting people in Ukraine, England and USA engaging both the informative sources and in vivo observations towards the conclusion about the common and different traditions in conceptualizing the procedure of acquaintance. We believe that the significance of the comparative researches of the concept “acquaintance” in the integrating international community is high as influencing languages, contacts and the world outlook. **The purpose** of the article is to describe the semiotic means of the concept “acquaintance” to improve people’s understanding in Ukraine, Great Britain and USA, spreading the topic to the social norms of communication and international collaboration. **Methods.** The research engages collecting lingual material in the dictionaries and internet resources, as well as in vivo observations, the cultural comparative analysis of people’s verbal or nonverbal acquaintance in Ukraine, Great Britain and the USA to study similarity and difference in the cultural expressions of the concept “acquaintance”, lexical semantic, interpretation and conceptual analysis. The

research engages the analysis of people's intention to choose verbal or nonverbal communication leading to classification of the national stereotypes as talkative and not talkative, friendly or not friendly, disposed or indisposed to speaking, including the social preferences, such as gender, age, nationality, etc. resulting in the decision to address or not to address a stranger. The scientific significance of the research is explained by the contribution into cultural linguistics and comparative linguistics

Literature review. Ethnic cognition is reflected in the cultural semantics of the lingual means (V. V. Vorobiov, V. I. Karasik, Yu. A. Karaulov, Ye. S. Kubriakova, V. A. Maslova, Yu. S. Stepanov, etc.). The cultural researches contain separate descriptions of Ukrainian, British and American traditions including those of meeting travelers. Ethnic communication in Great Britain was studied by A. R. U. Rum (1999), USA by G. D. Tomakhin (1982, 1991, 1999), the comparative research of English and USA meeting traditions belongs to A. D. Shveitser (1971). Nonverbal communication was described by A. Pease, (1988); O. O. Baibakova (2015), I. V. Kovalinska (2014), L. M. Korneva (2004), M. Y. Zabolotnia (2019), N. Solariova (2016), etc. In her comparative studies of Russian and English traditions of meeting people T. G. Tochilkina (2007) points out the absence of the comparative research of the concept “acquaintance”.

Presenting the main material. Ethnic research belongs to the sphere of cultural

linguistics, its principal term is known to be “cultural linguistic concept”. Cultural linguistic concept is treated as an abstract structure including object, image and evaluation [8], its another term is culturema (culture unit) – “the general notion denoting the unit of description of the cultural phenomena in the science of culture” [13], “the stable structure repeated in ethnic community, uniting the rich social historical experience and reflecting the social valuable goals” [4]. This definition links the traditions of the past and present, accumulating innovations in the lexical reflection of the concept “acquaintance” leading to the changes in its content. The concept “acquaintance” reveals the fatic (contact establishing) function described as the activity of the speaker “relating to language used for social purposes rather than to give information or ask questions” [10]. After the Dictionary of linguistic terms by O. S. Ahmanova, the social purpose of acquaintance is attracting attention and preparing a person for perceiving information. So, the concept “acquaintance” is treated as “process of getting people acquainted” [15], “make somebody’s

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

Концепт “знайомство” (на матеріалі України, Англії та США) (Англійською)

[Kontsept “znayomstvo” (na materiali Ukrayiny, Anhliyi ta SSHA)]

© Ткаченко Н. Д. [Tkachenko N. D.], lbyjpfddh@ukr.net

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

acquaintance , to meet somebody for the first time” [10] and larger as “establishing certain relations, contacts with somebody, maintaining contacts; receiving certain information, knowledge about somebody, getting acquainted with something” [18], The concept “acquaintance” includes age, gender, social, national, time, space relations as well as interpersonal reference in the linguistic representations by the pronouns and personal nouns [14, 282]. Its signifying function is expressed in the discourse formulas of starting communication.

The concept “acquaintance” denotes the starting point of the discourse, structured on the axis of time and space, space being static or dynamic condition, cf.: restaurant and the spaces of the officials on travel, the time and space of the meeting depends on the speakers, that is on the subjective factor. The concept “acquaintance” is determined by the crossing of time and space, as meeting a person is only possible in the point of definite time and place, missing one of this conditions results in loss of acquaintance, the third element of the concept structure is the desire or readiness to start communication which comprises the aim and / or emotional stimulus.

The desire to contact is explained by the social and material reasons: by the need of information, jobs, friends and family. Contacting people is a science taught in some families and never thought of in other families. That is why some people strike a communication easily, other can have a problem with it which belongs on family relations, due to the restrained behavior as different from dynamic, active behavior; the social and national media can also hamper communication. Leaders in communication engage people by the lingual tactics of stimulating, provoking, challenging by suggesting, offering, inviting, asking, trading something, etc.

T. G. Tochilkina in her comparative research reveals the typical conceptual traditions of Russians: “close and specifics relations”, “mutual assistance”, “common participation in something, pastime” and “long term relations” and the conceptual traditions of English: “close and specifics relations” and “common participation in something, pastime” [16]. T. G. Tochilkina considers that the mentality dominant is becoming mutual understanding and not just cognition, though without knowledge there can be no mutual understanding, especially because of different languages (after O.S.Akhmanova). Communication involves the factors of language, culture and personality, language being an attribute of culture (after V.N.Teliya). Communication includes verbal and nonverbal system. Language reflects the social dynamics, introducing casual lingual means into publicity and official language, and

(Current issues in linguistic communications [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])
Concept “Acquaintance” (on the Material of Ukraine, England and USA) (in English)
[Kontsept “znayomstvo” (na materialy Ukrayiny, Anhliyi ta SSHA)]

© Tkachenko N. D. [Tkachenko N. D.], lbyjpfddh@ukr.net

we agree with T. G. Tochilkina that the changes in the semantic field expressing the concept “acquaintance” result in the changes in the concept’s content [after, 16].

The Ukrainian traditions are widely popularized in the prospects for travelers, fiction and in the cultural linguistic studies. Comparing the Ukrainian traditions of making friends with those in England it is necessary to point out the specific conditions of war in Ukraine influencing communication, making people more reserved and silent. Even under the hard times the Ukrainians “are always glad to guests, they believe it necessary to show all the historical monuments in their town and care to feed the guests, the Ukrainians smile heartily when addressed. The greeting “*How are you*” is not excepted in Ukraine or used between relatives or close friends and “requires longer conversation”, or “it can mean that you are not interested”. So, it is better to use the traditional greetings “*Dobriden*”, “*Privit*”, etc. When they ask “*Iak washi spravy?*” they will receive a detailed report [9]. The words “*Poka, poka*” are colloquial for the traditional “*Do pobachennia*” signifying parting. First presentation is unique as it “makes first impressions which help to dispose people and improve your life and career. The nonverbal effects in meeting people can be produced by straight posture creating impression of the strong, successful and assured person. The polite, overt smile, without coquetry and visual efforts evaluates the person as attractive. The culture level is believed to pleasantly impress people, it implies etiquette, language and behavior [17]. One can argue that culture level in all times was considered the social standard and only unethical behavior impress people as unusual.

The concept “acquaintance” interpersonal reference is expressed by the pronouns, addressing to the second person *you* is common in the Ukrainian and Western culture, historically expressing respect for the person as the representative of his family. Addressing all ages with the pronoun *ty* in Ukraine denotes one person in place of the official *you*, used between relatives and friends, and can have the purpose of expressing equality with the communicant or humiliating him, sounds provocative and can be responded with abuse or conflict. The personal nouns: *girl, boy, woman, etc.* express gender and temporal reference. Temporal reference can be demonstrated by the example of the attitude to genders and old people in Ukraine: an old woman can be addressed as *granny*, which can imply either sympathy or humiliation and can be objected as it is not always true. In contrast, and old man is called *man* and not *grandfather* which difference reveals higher respect for men and

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

Концепт “знайомство” (на матеріалі України, Англії та США) (Англійською)

[Kontsept “znayomstvo” (na materiali Ukrayiny, Anhliyi ta SSHA)]

© Ткаченко Н. Д. [Tkachenko N. D.], lbyjpfddh@ukr.net

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

less respect for women. The official reference possesses the first name used with the father's name, the latter can be neglected by the abuser. Calling someone's relative a bad name is provocative, punished the world over, and in the social practice this abuse is the signal of the aggressive intentions of the abuser and can follow by his criminal behavior.

Space relations can reflect the social rate of morality, some men enjoy standing close to a woman or walking behind her back which does not favor acquaintance, usually people prefer to keep some distance. Distance Internet or telephone acquaintances can be success for some people, but many reports evidence of fooling and robbing, the following closer contacts can end in dishonest treating a woman.

The prohibited topics in Ukraine are few, e. g. nationality (probably because of the multinational origin of Ukrainians). Many Ukrainians, especially men like talking politics, some religion, women choose more casual topics. "In Ukraine it is actual to speak on war and peace, prices, travelling abroad". "Health, money and personal affairs are discussed in close circle" [9]. Bragging, begging and complaining, are, alas, unpleasant traditions. It is popular in Ukraine to look and sound "clever" by indirect answers, silent hinting, implied senses, changing topic or meaning.

The preferred language in Ukraine is Ukrainian as an official language in offices, shops, in catering, etc., but close family, friendly and business "contacts with Russia spread the Russian language, especially in the South of Ukraine", the North, e. g., Lviv, all Zakarpattia speak Ukrainian mostly. Because "two languages are rather alike" "people can communicate in Ukrainian and Russian and understand each other [9].

"Business contacts in Ukraine are regulated by the preliminary telephone calls, can be personal and end in the restaurant. The official communication is more restraint than in many other countries but establishing the emotional contacts is believed important in visiting restaurant, some cultural or sport events". The same relations are observed between colleges, formal in the office and private out of it, giving moral support. Celebrating holidays and birthdays in the offices are practiced with tea or "serious" table [9]. Friendly relations are highly estimated in Ukraine, warmer than in Europe, friends can be few, they are trusted, and acquaintances can be many. The Ukrainians say about friendship that "A man without friends is like a tree without roots" (traditionally – "without family"), "The friend's water is sweeter

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

Concept "Acquaintance" (on the Material of Ukraine, England and USA) (in English)

[Kontsept "znayomstvo" (na materialy Ukrayiny, Anhliyi ta SSHA)]

© Tkachenko N. D. [Tkachenko N. D.], lbyjpfddh@ukr.net

than the enemy's honey", "I have found a friend whom I can follow to the hell". Contacting friends is given a lot of time, meetings can be planned or unplanned [9]. So, the Ukrainian concept "acquaintance" can be represented by the lexemes *hospitality, food, sightseeing, friendship, emotions*.

"Gender relations are more traditional in Ukraine than in Europe and USA. The aggressive feminism is said is not typical of Ukraine" (though I heard one woman said that we have got women's matriarchy here). "The traditional signs of men's attention are complement, opening doors before a woman, offering hand to a woman leaving a bus, paying for a woman in restaurant" [9], women often attend to each other in the same way. Observations in vivo of gender distinctions in contacts reveal, e. g., that men are more reserved, whether of pride or modesty. In Ukraine, at least, in Kyiv, men are more restraint in starting communication, prefer keeping silence and waiting for a woman to pay attention to him and start to speak. In case she did no speaking to him within several seconds he will pass and never turns to see if a woman follows him. The modern advice stimulates to run after a man of your liking which is proper mostly for the young girls. A local woman sometimes can hear a brutal word to provoke her to the verbal reaction. The war influenced the population, the supporters of Russian occupation can behave aggressively with the supporters of Ukraine, military complained of attacking by men and tricking out money by women. Besides, the chance acquaintances in Ukraine as everywhere else can be as unsafe, even dangerous, the criminals provoke people for contacts selling them fictive cars or devices with the pragmatic purpose of robbing, women risk to be robbed and violated.

To prevent risky and dangerous contacts acquaintances for matching girls and women are often made by their relatives and friends. Youngsters make matches at school, at events, sometimes one can see a group of boys led by an energetic girl or a couple of boys courting a young girl till marriage. In our days unregistered marriages, sometimes till the childbirth, are typical in Ukraine as in other countries. The Ukrainian psychologists generously advise girls and women on the topic of meeting a man for serious contacts. It is recommended to a woman at first to keep herself from expressing serious feelings, mental distance is aimed at determining compatibility. Much depends upon the place of meeting, surrounding people or their absence. The partners should be friendly, the topics should be common for both: hobby, work, no much touching is recommended [12]. Waiting for transport can

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

Концепт "знайомство" (на матеріалі України, Англії та США) (Англійською)

[Kontsept "znayomstvo" (na materiali Ukrayiny, Anhliyi ta SSHA)]

© Ткаченко Н. Д. [Tkachenko N. D.], lbyjpfddh@ukr.net

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

stimulate acquaintance, and transport absence can provoke a long walk and talk. People make contacts in the cinema, theatre, exhibition, zoo, etc.

People can get in touch without words due to their knowledge of conventional nonverbal language and the emotions exchange by eyes and face expression. Nonverbal provocation is a great aid in establishing contacts. People prefer to keep silence in public, and their silence is intentional and meaningful, directed to protect themselves from undesired influence and not to irritate others or just of lacking desire to communicate. Silence as a norm of “peaceful” behavior in society serves many purposes: signaling of different meanings, e. g.: 1. “*We keep silence, keep silence too*”, 2. “*We have everything necessary*”, 3. “*No questions, have you any?*”. Sometimes it requires efforts to break the silence and address someone. Silent communication introduced the tradition of sending dogs to the passer-byes, stimulating or provoking conversation or to threaten for fun. It is notable, that some send a dog to men, other to women. Dog can be the precedent for making acquaintance, such communication is counted on the reaction – positive, caressing a dog or negative, blaming the master.

People provoke each other’s speaking by appearance, pleasant facial expression, by objects, cars, dogs, people can misunderstand the others’ mimic and movements but the same may happen with words implying more than said. The civil discourse is stimulated by positive communicative gestures: smile, nice eye expression, unstrained mouth, unaggressive approaching, verbalizing the intention to contact in greeting, questions on popular topics, neutral talk, invitation. They say that even a fish will not bait if it learns to keep her mouth shut. Many people communicate practically without nonverbal means and show no emotions or motions, their semiotics is restrained by education, experience or just their will.

Often people are uninterested in new acquaintance and answer politely in the negative, then it is necessary to invent something that can provoke their interest. It became a good tradition in war times to greet the sellers in the shop and strange people when asking them a question. But its’ a bad historical tradition to choose to greet or not to greet even the known people, the younger wait greetings from the old, men from women. Face to face communication can be unsuccessful because strange people do not know each other’s aims of communication, and choose whether to proceed or end the meeting. So, the concept “acquaintance” is reflected lexically by:

(Current issues in linguistic communications [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])
Concept “Acquaintance” (on the Material of Ukraine, England and USA) (in English)
[Kontsept “znayomstvo” (na materialy Ukrainy, Anhliyi ta SSHA)]

© Tkachenko N. D. [Tkachenko N. D.], lbyjpfddh@ukr.net

the Ukrainian language, hospitality, food, sightseeing, war and peace, prices, travelling abroad, no national topics.

Communication in foreign countries serves the common purpose of “sharing information and ideas with each other” [1]. Meeting people in different countries involves the preliminary stage of learning the ways and lingual standards as the key to mutual understanding and friendship. The right greetings, questions, suggestions and offers can stimulate mutual interest. It is not always easy to do it and can be impossible hampered by various social factor: etc.

Both the inhabitants of England and the travelers recognize that “it is difficult to make friends in England. They are extremely reserved but then once you get to know them (native English people) they can be very loyal and they keep friendship for life” [6]. The citizen of England remark that “a lot of Brits are socially awkward with strangers” (Wayne Prewett). Nevertheless, many citizens and travelers in England remark that the traditions of meeting people in England are mostly the same as in the most civilized countries. Among the basic traditions are; “*first, speak English. Next, indicate to an English person that you are friendly, and that you would like to communicate with him or her. The chances are that you will succeed*”. British people are spoken of as “well behaved and good people” and the variety of English is not an obstacle (Karim Mahmoud). Age and gender reference is implied in the personal nominations: *girl, boy, woman, lady, Miss, Mrs, “mother”, guy, lad, Mr. Man and boy* are not used in *addressing* males as impolite.

Among the popular English greetings in their fatic function are: *Hi, excuse me, madam, sir, girl, boy*, though the last address can be taken as abuse, *guy* or *lad* are preferable. The colloquial expressions include: *Take it easy “Have a good day” (also used to say “relax”)*. Typical response is: “*You too*”, “*Goodbye*” “*Have a good one*”; “*Pip pip*” means “*Goodbye*” answered: “*Goodbye*”; “*Ta-ta*” / “*Ta-ra*” means “*Goodbye*” answered “*Goodbye*” [3].

Among the specifics of getting closer with the English are the following stimuli:

“1) *They don't like self promoters – so don't brag. 2) Learn something about football and cricket. 3) Make fun of the French*” (Anonymous). Some people recommend “*to break the ice with British people in a social context*” by ridiculing the Irish pride (Ivan Rorick, American citizen).

The topics recommended in G. B. “*exclude anything personal, include food, mobile phones, downtime, football team, retro computing. British English... is*

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

Концепт “знайомство” (на матеріалі України, Англії та США) (Англійською)

[Kontsept “znayomstvo” (na materiali Ukrayiny, Anhliyi ta SSHA)]

© Ткаченко Н. Д. [Tkachenko N. D.], lbyjpfddh@ukr.net

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

spoken, but a touch technically ignorant on grammar.” (Miles Dolphin), “make small talk on weather, sports, nothing too heavy or serious”, “try finding hobbies you like or try a book club etc”. (Wayne Prewett). In G. B. bragging “about your life, possessions, social status, wealth, former country etc.” is not approved. “Never start comparing your former country with the UK. Brits are far less egoistically patriotic about their country” (Sèonaid Maia Elizabeth, J-S).

Among the popular ways of making new acquaintances alike in many countries, in particular in GB, one should “*Be Approachable: Smile and be open to conversations. A friendly demeanor can encourage others to engage with you. Join Social Groups: Participate in clubs or groups that interest you, such as sports teams, book clubs, or hobby classes. This provides a natural setting for meeting people. Attend Local Events: Look for community events, festivals, or gatherings. These are great opportunities to meet locals and strike up conversations. Use Humor: The English often appreciate wit and humor.*” (Karim Mahmoud, Beirut). The straightforward talk is recommended as elsewhere: “*be friendly, open, honest, and interested in them*” [6].

Humour is highly estimated in any country not only for good disposition but also in solving strained relations and conflicts. “*Tell them you think they have a great sense of humour. Having a great sense of humour in Britain is hitting the Jackpot. It is flattering because a sense of humour is viewed as the most admirable quality, it is the equivalent of telling someone they have good looks, wealth, sexual prowess and intelligence in other countries*” (Paul Putney, lives in England). Friendship requires tolerance whether one is mocked or insulted which attitude means among English that party feels comfortable and straightforward though it can sometimes “*mean hostility*” (David Hawley, American) [6]. In Ukraine as everywhere humour depends on the company but misunderstanding can also occur.

The social surrounding is marked as favorable or unfavorable for friendship and the locality is important: “*The countryside had more earnest, interesting, interested people; especially when compared to London. There is more risk of racism, though, sadly*” (Todd Gardine). In Ukrainian villages lower culture is also observed mostly in impolite remarks.

Emotionally it is advised in GB “*not to be too loud and try to play down the American thing. Do more listening than talking. Concentrate on the language differences, they are important. Most of all, don't refer to your backside as your*

fanny, it doesn't have the same meaning here and it's quite an important difference" (Jeff Dray, lives in England) [6]. To sum up the GB concept "acquaintance" is expressed lexically by: *language, politeness, openness, humour, sports, hobbies, no personal, bragging or comparing countries*.

Communicating in the USA reminds of many traditions of GB and Ukraine in verbal and nonverbal referential stimuli and "depends on the situation and the content of the saying, which can comprise the object, aim, emotions including verbal and nonverbal expression, the latter includes face and eyes expressions and gestures, voice tone and evoke feelings shared by the party. Eye contact shows respect and interest in the party", with strangers "it is polite to say "hi," smile, or nod" [1]. The common gestures in the USA are: "Smiling frequently is a way to be polite and show warmth. Waving a hand is a way to greet or say *hello* and *goodbye*. Nodding your head up and down is a way to say *yes*. Shaking your head from side to side is a way to say *no*. Putting your hand facing out is a way to say stop. Leaning forward is a way to show interest. Putting your thumb up is a way to show approval. Crossing your arms is a way to show discomfort. High-fiving (slapping your raised hand with the other person's raised hand) is another way to greet someone or show excitement" [1]. This tradition is copied in Ukraine too. The examples reassure of the high referential value of nonverbal semiotics due to its international similarity.

The American women are evaluated as most attractive at look and ways and incarnate the men's dream [5]. Of course, the authors underestimate other nations, but the American women's attraction is worth describing. The Americans are known "as the most smiling nation which is not often observed in Ukraine, the first thing to please in the American women is their broad and open smile. They take care of their teeth and mouth hygiene. They experiment in love games, adventures incentive, say what they think, which makes them charming and men are sure they will not feel boring with the American woman. Washing is the point with the American women, they smell well, take shower 2-3 times a day, care of their smooth, clean skin and spend much money on hygiene and cosmetics. The beauty cult goes parallel with health care by visiting clinics, dentists, for it is the universal truth that a healthy woman is a beautiful woman. The American women do not flirt, the openly and decisively say what they want from men and men should not think about the purpose of contacts. The American women respect the man's interests and hobbies and wait

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

Концепт "знайомство" (на матеріалі України, Англії та США) (Англійською)

[Kontsept "znayomstvo" (na materiali Ukrayiny, Anhliyi ta SSHA)]

© Ткаченко Н. Д. [Tkachenko N. D.], lbyjpfddh@ukr.net

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

until a man will share his inner world with him. Men, in their turn, value such attitude and learn to respect the freedom of his beloved” [5].

Some older Ukrainian and Russian traditions of meeting people were retained in USA, e. g.: “greeting requires shaking hands with both genders, hugging or kissing. Saying *good bye* is practiced with family and friends or *okay* or placing a hand on your heart in case you feel uncomfortable”. Personal space of Americans is said “rather large, at arm’s length”, similar as in Ukraine and Russia, “closer with family or friends, and can be controlled by the facial or bodily reaction” [1]. Americans rely mostly on the verbal communication which reveals information and emotions. “Silence can be unpleasant and compensated by a smile or bodily language”. Americans prefer direct, clear, honest communication expressed in few words about the object, purpose, person and form to “share their intentions, opinions and feelings openly”, refusing should be clear too” [1]. In casual talk Americans can use personal names, slang and colloquialisms with strangers, e. g., “some Americans say *gonna* instead of *going to* or say *y’all* instead of *you all* when talking to two or more people” [1]. With strangers small talk is preferred on weather, sports, food, books, and movies. “You can ask a simple question like “*How about this weather?*” “Asking questions is necessary to confirm mutual understanding. Active listening is accompanied with smile or nod, make eye contact and watching the partner’s nonverbal reactions” [1].

The most common expressions with Americans are the internationally adopted words of politeness: *please, thank you, I’m sorry, excuse me*. The popular colloquialisms have the transferred metaphoric meaning: “*What’s up* is a way to ask someone how they’re doing. “*Under the weather*” means that someone feels unwell. “*It’s not rocket science*” stands for “something is not hard to understand”. “*Piece of cake*” denotes that something is easy to do [1]. Understanding American humor requires questions. One should evade personal topics on “age, weight, or income”, questions or comments “provoking arguments and conflict” [1]. The examples allow to conclude that USA concept “acquaintance” is expressed verbally by: *direct and honest, shaking hands, smiling frequently, small talk, confirmed mutual understanding, no silence, personal topics*.

Conclusion. The concept “acquaintance” reflects the space, time and person reference. In meeting traditions in Ukraine, GB and USA the similar requirements of good attitude are observed as the principal cultural element at the core of the concept

as well as difference in verbal and nonverbal reference. The Ukrainian concept “acquaintance” can be represented by the lexemes *language, hospitality, food, sightseeing, emotions*. The GB concept “acquaintance” includes *language, politeness, openness, humor, sports, hobbies, no personal, no bragging or comparing countries*. The USA concept “acquaintance” previews: *language, smiling frequently, openness, direct and honest, shaking hands, small talk, confirmed mutual understanding, no silence, personal topics*. Changes in the conceptual semantics can be determined as mutual penetration of the contact making traditions in communication.

Література:

1. Бугаєва І. В. (2007). Праздники в Росії: концепт и культурема. *Інновації в дослідженнях російського мови, літератури и культури*, 68-73. Plovdiv.
2. Знайомство. (n.d.). *Великий тлумачний словник сучасної мови*. Retrieved from <https://slovnyk.me/dict/vts/>
3. Ніконова, В. Г. (n.d.). Художній концепт: процедура реконструкції та моделювання (на матеріалі трагедій В. Шекспіра). *Вісник КНЛУ. Серія Філологія*, 14(2), 113-123.
4. Медвідь, Н., & Цінько, С. (2021). Термінологічна система сучасних лінгвокультурологічних досліджень. *Актуальні проблеми гуманітарних наук*, 36(2), 147-152. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/36-2-23>
5. Особливості спілкування по-українському. (n.d.). *See You in UA*. Retrieved from <http://see-you.in.ua/ua/page/osoblivosti-spilkuvannya-po-ukrainskomu>
6. Правило перших п'яти побачень, що б не розчарувати й не розчаруватися. (2025, February 5). *Lifestyle*.
7. Терехова, С. І. (2015). Функціональні особливості репрезентацій системи просторових, часових й особових координат: принципіальні зауваження. *Проблеми семантики, прагматики, речення та тексту*, 34, 65-76.
8. Тлумачний словник української мови. (n.d.). Retrieved from <https://slovnyk.ua/index.php?swrd>
9. Точилкіна, Т. Г. (2007). Концепт “Знакомство” как элемент картины мира в русскоязычном и англоязычном лингвокультурологическом пространстве. *Диссертация и автореферат на соискание ученой степени кандидата филологических наук*.
10. Чим американські жінки притягують до себе погляди. (2025, February). *Lifestyle*. Retrieved from <https://best-home-ideas.com/2025/02/chim-amerikanski-zhinki-prityaguyut-do-sebe-poglyadi>

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

Концепт “знайомство” (на матеріалі України, Англії та США) (Англійською)

[Kontsept “znayomstvo” (na materialі Ukrayiny, Anhliyi ta SSHA)]

© Ткаченко Н. Д. [Tkachenko N. D.], lbyjpfddh@ukr.net

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

11. Як навчитися розташовувати до себе людей: фахівці розкрили 3 “секрети”. (n.d.). *Женский портал*. Retrieved from <https://zhenskiy.kyiv.ua/lifestyle/yak-navchitisya-roztashovuvati-do-sebe-lyudej-fahivtsi-rozkrili-3-sekrety-2/>
12. A guide to communication in USA. (n.d.). *USA Hello*. Retrieved from <https://usahello.org/life-in-usa/culture/communication/>
13. Brasier, J. (2024). 19 British Phrases You Need to Know Before You Visit UK. *Insightful by Insight vacation*. Retrieved from <https://www.insightvacations.com/blog/british-phrases-and-slang-words/>
14. British Greetings: Common Colloquial Phrases in Communication in England. (n.d.). Retrieved from <https://www.google.com/search?q=common+colloquial+phrases+in+communication+in+England>
15. How do I make friends with English people? (n.d.). *Quora*. Retrieved from <https://www.quora.com/How-do-I-make-friends-with-English-people>
16. Oxford Learner’s Dictionaries. (n.d.). *Acquaintance*. Retrieved from <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/acquaintance>
17. Pease, A. (1988). *Body Language: How to Read Others’ Thoughts by Their Gestures*. Adobe Reader.
18. Slovaronline. (n.d.). *Terms of Intercultural Communication*. Retrieved from <https://terms-intercultural-communication.slovaronline.com/330>

References:

1. USAHello. (n.d.). *A guide to communication in USA: Life in the USA > American culture > Communication in the USA*. Retrieved from <https://usahello.org/life-in-usa/culture/communication/>
2. Brasier, J. (2024). *19 British Phrases You Need to Know Before You Visit UK*. *Insightful by Insight Vacation*. Retrieved from <https://www.insightvacations.com/blog/british-phrases-and-slang-words/>
3. British Greetings: Common Colloquial Phrases in Communication in England. (n.d.). Retrieved from <https://www.google.com/search?q=common+colloquial+phrases+in+communication+in+England>
4. Bugayova, I. V. (2007). *Prazdniki v Rossii: kontsept i kul'turema* [Holidays in Russia: concept and cultural terms]. *Innovatsii v issledovaniyakh russkogo yazyka, literatury i kul'tury*, 68-73. Plovdiv.
5. *Chim amerikanski zhinki prityaguyut do sebe poglyad* [Why the American women attract the eyes]. (2025). *Lifestyle*. Retrieved from <https://best-home-ideas.com/2025/02/chim-amerikanski-zhinki-prityaguyut-do-sebe-poglyad>

(Current issues in linguistic communications [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])
 Concept “Acquaintance” (on the Material of Ukraine, England and USA) (in English)
 [Kontsept “znayomstvo” (na materialy Ukrayiny, Anhliyi ta SSHA)]

© Tkachenko N. D. [Tkachenko N. D.], lbyjpfddh@ukr.net

6. How do I make friends with English people? (n.d.). *Quora*. Retrieved from <https://www.quora.com/How-do-I-make-friends-with-English-people>
7. Medvid', N., & Tsinko, S. (2023). *Terminisystema suchasnyh lingvokulturologichnoh doslidzhen'* [Terminosystem of the modern studies in cultural linguistics]. *Aktualni problemy humanitarnykh nauk*, 36(2), 147-152. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/36-2-23>
8. Nikonova, V. G. (2011). *Hudozhnii concept: procedura rekonstruktsii ta modeluvannia (na materialii tragedii W. Shekspira)* [The artistic concept: the procedure of reconstruction and modeling (on the material of the tragedies by W. Shakespeare)]. *Visnyk KNLU. Serii Philologiya*, 14(2), 113-123.
9. *Osoblyvosti-spilkuvannya-po-ukrainskomu* [The specifics of Ukrainian communication]. (n.d.). Retrieved from <http://see-you.in.ua/ua/page/osoblyvosti-spilkuvannya-po-ukrainskomu>
10. Oxford Learners Dictionaries. (n.d.). *Acquaintance*. Retrieved from <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/acquaintance>
11. Pease, A. (1988). *Body Language: How to Read Others' Thoughts by Their Gestures*. Adobe Reader.
12. *Pravilo pershyh piaty pobachen, schob ne rosacharuvati i ne rozachruvatisia* [The rule of the first five meetings not to disappoint and be disappointed]. (2025). *Lifestyle*.
13. Slovaronline. (n.d.). *Terms of Intercultural Communication*. Retrieved from <https://terms-intercultural-communication.slovaronline.com/330>
14. Terekhova, S. I. (2015). *Functionalni osoblyvosti representatsiy sistemi prostorovih, chasovih i osobovih koordinat: printsipialni zauvazhennia* [The functional specifics of the representations of the system of space, time and person coordinates: the principle remarks]. *Problemy semantiki, pragmatiky, rechnnia textu*, 34, 65-76.
15. *Tlumachnyi slovnik ukrains'koi movy* [The interpretative dictionary of the Ukrainian language]. (n.d.). Retrieved from <https://slovyk.ua/index.php?swrd>
16. Tochilkin, T. G. (2007). *Kontsept "Znakomstvo" kak element kartiny mira v russkoyazichnom i angloyazichnom lingvokulturologicheskome prostranstve* [Concept "Acquaintance" as an element of the world picture in the Russian and English cultural linguistic space]. *Diss. kand. philol. nauk*.
17. *Yak navchitisya roztashovuvati do sebe lyudej: fahivtsi rozkrili 3 "sekreti"* [How to learn to dispose people: the specialists disclosed 3 "secrets"]. (n.d.). Retrieved from <https://zhenskiy.kyiv.ua/lifestyle/yak-navchitisya-roztashovuvati-do-sebe-lyudej-fahivtsi-rozkrili-3-sekrety-2/>
18. *Znayomstvo: Velikiy tlumachny slovnik suchasnoi movy* [Acquaintance: The Big Explanatory Dictionary of the Modern Language]. (n.d.). Retrieved from <https://slovyk.me/dict/vts/>

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

Концепт "знайомство" (на матеріалі України, Англії та США) (Англійською)

[Kontsept "znayomstvo" (na materialii Ukrayiny, Anhliyi ta SSHA)]

© Ткаченко Н. Д. [Tkachenko N. D.], lbyjpfddh@ukr.net

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПСИХОЛІНГВІСТИКИ
[CURRENT ISSUES IN PSYCHOLINGUISTICS]**

УДК 81`23:811.111

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 01.02.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 04.02.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 90 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.04>

**SENSORY VOCABULARY IN MULTIMODAL DIGITAL BRAND
STORYTELLING (BASED ON THE ENGLISH-LANGUAGE WEBSITES
AND SOCIAL MEDIA)**

Daria D. Kiriakova (Kyiv, Ukraine)

dariakiriakova_5@knu.ua, dkiryakova@kse.org.ua

PhD Student (Philology) at Department of English Philology
and Intercultural Communication

Taras Shevchenko National University of Kyiv

(Ministry of Education and Science of Ukraine)

14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

This article investigates the use of sensory vocabulary within multimodal digital brand storytelling, analysing how linguistic choices, in conjunction with visual, auditory, and interactive elements, contribute to brand perception and consumer engagement. Employing a mixed-methods approach, we combine multimodal and contextual discourse analysis with quantitative data and empirical observations of brand websites and social media content. We have analysed how leading brands across industries, including spheres such as technology, cosmetics, and food and beverage, utilise sensory language, in conjunction with visual, auditory, and interactive modes, to construct compelling digital narratives. Findings reveal that the effective integration of sensory vocabulary significantly enhances brand perception by creating immersive and emotionally resonant experiences, tailored to specific product offerings and brand identities. The article reveals usage of distinct sensory strategies, demonstrating the importance of contextual factors and the complex interplay of multimodal elements. Furthermore, the study underscores the emotional impact of sensory language, particularly in fostering brand loyalty and consumer engagement, highlighting the

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

Sensory Vocabulary in Multimodal Digital Brand Storytelling (Based on the English-Language Websites and Social Media) (in English) [Sensorna leksyka v multimodal'nomu tsyfrovomu storitelinhu brendiv (na materialih anhlomovnykh veb-saytiv ta sotsial'nykh merezh)]

© Kiriakova D. D. [Kir'yakova D. D.], dariakiriakova_5@knu.ua, dkiryakova@kse.org.ua

connection between tactile descriptions and emotional narratives. This research contributes to a deeper understanding of digital brand communication, offering insights for strategic sensory storytelling and digital branding, and provides a framework for future research into the evolving landscape of digital sensory marketing.

Key words: *sensory vocabulary, sensory marketing, multimodality, storytelling, digital communication, narrative, social media, marketing.*

СЕНСОРНА ЛЕКСИКА В МУЛЬТИМОДАЛЬНОМУ ЦИФРОВОМУ СТОРІТЕЛІНГУ БРЕНДІВ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ВЕБ-САЙТІВ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ)

Дар'я Дмитрівна Кір'якова (м. Київ, Україна)

dariakiriakova_5@knu.ua, dkiryakova@kse.org.ua

аспірантка кафедри англійської філології та міжкультурної комунікації

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

У цій статті досліджується використання сенсорної лексики в мультимодальному цифровому сторітелінгу брендів, аналізується, як лінгвістичний вибір у поєднанні з візуальними, аудіо та інтерактивними елементами сприяє сприйняттю бренду та залученню споживачів. Використовуючи змішаний підхід, ми проаналізували, як провідні бренди в різних галузях використовують сенсорну мову в поєднанні з візуальними, аудіо та інтерактивними елементами для побудови переконливих цифрових нарративів. Результати дослідження показують, що ефективна інтеграція сенсорної лексики значно покращує сприйняття бренду, створюючи захоплюючий та емоційно резонансний досвід, адаптований до конкретних продуктових пропозицій та ідентичності бренду. Це дослідження сприяє глибшому розумінню цифрової бренд-комунікації, пропонує ідеї для стратегічного сенсорного сторітелінгу та цифрового брендингу, а також створює основу для майбутніх досліджень у сфері цифрового сенсорного маркетингу, що еволюціонує.

Ключові слова: *сенсорна лексика, сенсорний маркетинг, мультимодальність, сторітелінг, цифрова комунікація, нарратив, соціальні медіа, маркетинг.*

Introduction. In the contemporary digital landscape, brands are increasingly leveraging multimodal storytelling to forge deeper connections with consumers.

(Актуальні питання психолінгвістики [Aktual'ni pitannja psiholingvistiki])

Сенсорна лексика в мультимодальному цифровому сторітелінгу брендів (на матеріалі англійськомовних веб-сайтів та соціальних мереж) (Англійською) [Sensorna leksyka v multymodal'nomu tsyfrovomu storitelinhu brendiv (na material'ni anhlomovnykh veb-saytiv ta sotsial'nykh merezh)]

© Кір'якова Д. Д. [Kir'yakova D. D.], dariakiriakova_5@knu.ua, dkiryakova@kse.org.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

Businesses rely heavily on multisensorial marketing, which emphasizes the engagement of multiple senses, in order to create a powerful image serving as a catalyst for purchase-making decisions. However, the digital landscape offers only limited opportunities for multisensorial marketing. That is where sensory vocabulary comes forward, as it encompasses words and phrases that appeal to the five senses (sight, sound, smell, taste, and touch) and can be adapted to specifics of e-marketing.

Relevance of the research topic. Digital platforms' inherent multimodality creates new challenges for the traditional branding, and researching how sensory language integrates with these modes is crucial for effective communication. This research contributes to the field of multimodal discourse analysis by examining how language interacts with other modes in digital communication.

As a result multimodal digital brand storytelling constitutes **the object** of this article; encompassing digital marketing content, the ways in which brands use various digital platforms to tell stories and the combination of different modes (text, visuals, audio, interactive elements) within those digital stories, as well as digital artifacts produced by brands to communicate with consumers and vice versa. The **subject** of this research, we identify as sensory vocabulary, the language used in digital brand storytelling that appeals to the five senses (sight, sound, smell, taste, touch), and how this sensory vocabulary interacts with other modes to create meaning.

The **aim** of this research is to analyse the strategic use of sensory vocabulary within multimodal digital brand storytelling, and to understand its impact on consumer perception and engagement across various digital platforms.

Nowadays, brands increasingly communicate and engage with consumers through digital channels which makes understanding of how to optimize these interactions crucial. Herein lies the scientific novelty of this article. Although sensory vocabulary and multimodal analysis are considered to be truly well established spheres of research, their combined application specifically to digital brand storytelling is novel and offers fresh insights into the new areas for research.

This research uses the following **methods**: multimodal and contextual analysis, elements of discourse analysis, quantitative analysis and empirical observations; in order to analyse multimodal elements in digital storytelling, as well as to study the

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

Sensory Vocabulary in Multimodal Digital Brand Storytelling (Based on the English-Language Websites and Social Media) (in English) [Sensorna leksyka v multymodal'nomu tsyfrovomu storitelinhu brendiv (na materialy anhlomovnykh veb-saytiv ta sotsial'nykh merezh)]

© Kiriakova D. D. [Kir'yakova D. D.], dariakiriakova_5@knu.ua, dkiryakova@kse.org.ua

effectiveness of specific business cases (specifically branding of the websites and social media accounts of English-speaking businesses).

This article examines the strategic use of sensory vocabulary within multimodal digital brand storytelling, exploring its potential to enhance brand engagement, build brand loyalty, and drive consumer behavior; as well as opens the perspectives of further studies combining linguistic and multimodal analysis in the sphere of digital marketing.

Analysis of recent publications. As the overview of the latest publications reveals, for at least twenty years Multimodality Studies have encouraged blooming academic research in multiple fields, of which Sensory Linguistics is one [2, p. 7]. The multisensorial marketing came into view of many prominent researchers (Kotler and Lindstrom, 2005; Booth, 2014; Lindstrom, 2006; Malhotra, 1984) contributing to the development of the Sensory Marketing Theory. Multi-Sensory Marketing was discovered to be tightly bound to consumers' behaviour by Pareek et al. (2024) and Nguyen Le et al. (2024) in their respective scientific works. As for digital storytelling, it has been separately investigated on the scientific scene, since Dana Atchley's definition of the said phenomenon [8], by B. Robin (2006), Meadows, D. (2003), O'Halloran, K. (2008), Robin and McNeil (2024).

Presenting the main material. In today's competitive digital marketplace, brands must transcend traditional marketing strategies in order to cultivate meaningful connections with their audiences. As a result sensory marketing, which emphasizes the engagement of multiple senses, has emerged as a powerful approach.

The American Marketing Association defines sensory marketing as “the marketing techniques that aim to seduce the consumer by using senses to influence the consumer's feelings and behaviors” [4, p. 2]. So we can say that sensory marketing, within the framework of consumer behavior and neuromarketing, represents a strategic approach that leverages stimuli across the five primary sensory modalities – visual, auditory, olfactory, gustatory, and tactile – to elicit specific cognitive and affective responses. Sensory marketing attempts to ensure lasting product success by identifying, measuring, and understanding consumers' emotions; capitalizing on new markets; ensuring first and repeated purchases (brand loyalty) [7]. The consumer's mind and senses are approached from both a cognitive and an emotional point of view in the sensory tactics, which distinguish the products and services [9, p. 205].

(Актуальні питання психолінгвістики [Aktual'ni pitannja psiholingvistiki])

Сенсорна лексика в мультимодальному цифровому сторітелінгу брендів (на матеріалі англomовних веб-сайтів та соціальних мереж) (Англійською) [Sensorna leksyka v multymodal'nomu tsyvrovomu storitelinhu brendiv (na materialih anhlomovnykh veb-saytiv ta sotsial'nykh merezh)]

© Кір'якова Д. Д. [Kir'yakova D. D.], dariakiriakova_5@knu.ua, dkiryakova@kse.org.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

According to Martin Lindstrom in the retail environment, customers' three primary senses are called into action, when visual (80 %), olfactory (45 %), and auditory (41 %) stimuli are named to be the most impactful [6]. In addition, Lindstrom claims that harmonious combinations of multiple senses influence customers' buying decisions way more effectively.

Among visual elements that are being used in sensory marketing we can count textual elements, images, videos (without sound), which makes them the most effective tools for digital branding, as their implementation does not necessitate physical presence. Colors and figures play a crucial role in describing and identifying a brand. As a result, customers associate brands with specific colors (*Coca-Cola*, *Kit-Kat* – red; *Milka*, *FedEx* – purple, *Starbucks*, *Land Rover* – green, etc). Despite the fact that visual modality has multiple ways of representation in digital landscape (and, in fact, being heavily represented in the form of various digital artifacts such as short- and long-form content videos, photos, infographics, illustrations, etc. featured across multiple digital platforms), sensory vocabulary (as a key element of sensory marketing) is being used in crafting the story of the brand in order “to shape the customers' perception” [5, p. 1765]. Adjectives such as *gleaming*, *dazzling*, *shimmering*, *vibrant*, *shadowy*, *blurred*, *radiant* [17; 20], etc. with the purpose of evoking particular emotion involving a customer in the brand's story and guiding them toward particular buying behaviour.

Smell is believed to be the most powerfully linked to emotion (over 75 % of our feelings being generated by odors (depending on the research data) [7]. Various fragrances may create different impact on human senses (e.g. cinnamon and lavender possess calming properties, while peppermint and rosemary can stir excitement). However, this mighty tool is unavailable due to the limitations of the digital landscape. Instead, brands successfully utilise olfactory adjectives to express olfaction with it being an essential sensory sensation [2, p. 15]. Some of the examples of olfactory adjectives provided by Online Writing Resources are: *aromatic*, *foul*, *fragrant*, *fresh*, *clean*, *zesty*, *tantalizing*, *sweet*, *stinky* (with taste and smell adjectives usually being quite closely related) [17; 20]. Most often these adjectives act as substitutes for the words giving positive or negative assessment of the odor.

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

Sensory Vocabulary in Multimodal Digital Brand Storytelling (Based on the English-Language Websites and Social Media) (in English) [Sensorna leksyka v multymodal'nomu tsyfrovomu storitelinhu brendiv (na materialy anhlomovnykh veb-saytiv ta sotsial'nykh merezh)]

© Kiriakova D. D. [Kir'yakova D. D.], dariakiriakova_5@knu.ua, dkiryakova@kse.org.ua

According to the research conducted by *Statista*, “in the initial quarter of 2023, over three-quarters of global internet users turned to social media as their primary avenue for accessing brand-related information” [10]. The form of the content transmitted through social networks (as well as other digital means) in most cases involves short-form video content which can be consumed both with and without sound track. Therefore, the cohesiveness of the written text (for example, captions or transcript) and video clip plays a crucial role in customers’ perception of the brand. As such videos shot by the international companies within marketing strategies attract attention due to stories they tell and, thus, contribute to the legend and the image of the brand [1, p. 23]. Sensory adjectives such as crashing, thumping, deafening, piercing, loud, tingling, squeaky, etc. are often used to evoke the feel of the sound when physical perception is not available or as a commentary or an intensifier of the soundtrack, which quite often may include onomatopoeic words to mimic sounds.

Taste and touch are also difficult senses to represent in the digital landscape. Unlike the in-store the tactile experience of interacting with a product, digital sensory marketing has to rely on sensory vocabulary (usually combined with appealing visuals or auditory elements) in order to evoke feelings and describe textures and specific shapes as abstract concepts (e.g. *gritty, creepy, fruity, luscious, slimy, savory, fluffy, moist, sticky* [17; 20], etc.)

Findings and discussion. Employing a comprehensive methodological approach, we investigated how brands leverage sensory language, in conjunction with visual, auditory, and interactive modes, to cultivate immersive and persuasive online narratives. Having conducted multimodal and contextual analysis with elements of discourse analysis, quantitative data, and empirical observations of brand websites and social media accounts, we aimed to illuminate how brands leverage sensory language, in conjunction with visual, auditory, and interactive modes, to cultivate immersive and persuasive online narratives.

The *Coca-Cola* website, and particularly its approach to online content, is a significant example of brand storytelling. Unlike other global corporations, *Coca-Cola* doesn't just use its website to list products. It crafts narratives around its brand, emphasizing its history, values, and global impact. They focus on creating emotional connections, and telling stories of how *Coca-Cola* has been a part of people's lives.

(Актуальні питання психолінгвістики [Aktual'ni pitannja psiholingvistiki])

Сенсорна лексика в мультимодальному цифровому сторітелінгу брендів (на матеріалі англomовних веб-сайтів та соціальних мереж) (Англійською) [Sensorna leksyka v multymodal'nomu tsyfrovomu storitelinhu brendiv (na materialih anhlomovnykh veb-saytiv ta sotsial'nykh merezh)]

© Кір'якова Д. Д. [Kir'yakova D. D.], dariakiriakova_5@knu.ua, dkiryakova@kse.org.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

The website employs strong visuals and emotional cues to engage visitors. This reinforces the brand's association with happiness, connection, and shared experiences.

The brand marketing specialists actively employ sensory vocabulary in *Coca-Cola's* brand storytelling creating a strong association with beverage's *refreshing* qualities: “138+ years of *refreshing* the world”, “Our purpose is to *refresh* the world and make a difference”, “Ready for a burst of *refreshment* with a twist?”, “the *refreshment* of Coca-Cola with zero sugar”.

The company relies heavily on the cohesive branding as the social media account serves the extension of the website (and vice versa), creating the cross referencing of imagery and textual elements. The textual representation of “*freshness*” is reinforced by the visuals (videos and photos) featured on both – website and their social media account, depicting people thirstily drinking the beverage, bottles or cans covered in sparkling dew drops in various settings (mostly in public settings (at the stadium and on the train) or at home with friends and family when reinforcing the image of “happiness”). In addition the feeling of freshness and crispness is supported by videos containing auditory effects (snap of the lid, music with catchy bits).

To create the feeling of actual taste of the beverage the following vocabulary is used: “a *delicious taste* of Coca-Cola”, “the *alluring taste* of new Coca-Cola”, “a *delicious duo*” (describing *Coca-Cola® Zero Sugar OREO™ Limited Edition Creations®*), “the *crisp and refreshing taste* of Coca-Cola Original”; “*sweet, smooth cherry flavor*”, “*specially crafted flavors*”, “*dash of unique flavors*” [14].

The company puts special effort into crafting *Limited Editions* narratives, binding the multimodal promo materials into a common cohesive story, which in addition usually corresponds to the brand's image (“happiness”, “friends”, “freshness”, etc). For example, when marketing *Coca-Cola® Zero Sugar OREO™ Limited Edition Creations®*, company featured black and white photos with friends holding the products redirecting customers to the website [13], where they can find more about product (described using sensory vocabulary as stated above), interactive activities and textual encouragements such as “*Taste it while it lasts!*” [14], creating a sense of urgency, and offerings to subscribe for further limited editions.

The digital presence of another beverage company, *Starbucks*, focuses on creating a sensory experience, modelling their physical stores. Their website and

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

Sensory Vocabulary in Multimodal Digital Brand Storytelling (Based on the English-Language Websites and Social Media) (in English) [Sensorna leksyka v multymodal'nomu tsyfrovomu storitelinhu brendiv (na materialy anhlomovnykh veb-saytiv ta sotsial'nykh merezh)]

© Kiriakova D. D. [Kir'yakova D. D.], dariakiriakova_5@knu.ua, dkiryakova@kse.org.ua

social media often feature visuals and descriptions that evoke the aroma and taste of their products. Sensory vocabulary used in product descriptions creates the perception of taste (“*fresh flavors*”, “*subtle floral accents*”, “*sweet blackberry flavors*”, “*savory fillings*”, “*spicy herb sauce*”) and touch/texture (“*creamy cold foam*”, “*smoothest, brightest coffee*”) [24] combined with visuals on depicting beverages and linking them with their Instagram account [23], where the brand features the stories of people sharing their experience consuming the products or the preparation process of the product, reinforcing the circuitous narrative of the brand experience.

In addition to taste and touch modalities, *Starbucks* uses sensory vocabulary expressing motion (active words, words describing movement), mostly describing cooking and serving process: “*Hand-folded, toasted lavash flatbreads*”, “*Three ristretto shots of Starbucks® Blonde Espresso combined with steamed whole milk and served in an 8 fl oz short cup.*”, “*Sweet blackberry flavors and notes of sage are shaken with real blackberry pieces*”, “*a crunchy topping meets our signature chai tea latte*”, “*finished with lavender cream cold foam*” [24]. Combined with the short-form video content featured on the brand’s Instagram page about the preparation process of the product, sensory marketing creates a feeling of “mystique” and “uniqueness” of the brand’s recipes, as they are not featured directly either on the website or social media account.

As it may seem, sensory vocabulary is inherently pervasive in Food and Beverage Brands, where digital landscape precludes the physical demonstration of the key modality of this sphere – olfaction). However, the specifics of the digital artifacts created for branding purposes creates new challenges for most of the businesses catering physical products (and even some of the services, e.g. Travel and Hospitality, Entertainment, etc.).

For instance, technology giants such as *Apple* and *Samsung* actively craft their brand narratives with the aid of multisensory marketing. *Apple* is known for their minimalist aesthetic and emphasis on user experience. Their product launch videos and website content are highly multimodal, focusing on visual appeal and sensory language related to touch and interaction: “*Super Retina XDR display. Everything looks stunning.*” (describing the iPhone display), “*Feels amazing. Looks even better.*” (describing the Apple Watch), “*The smooth unified design of the Macbook air.*” (describing the Macbook) [12], etc. The brand image is supported by seamless build–

(Актуальні питання психолінгвістики [Aktual'ni pitannya psiholingvistiki])

Сенсорна лексика в мультимодальному цифровому сторітелінгу брендів (на матеріалі англійських веб-сайтів та соціальних мереж) (Англійською) [Sensorna leksyka v multymodal'nomu tsyrovomu storitelinhu brendiv (na materialii anhlomovnykh veb-saytiv ta sotsial'nykh merezh)]

© Кір'якова Д. Д. [Kir'yakova D. D.], dariakiriakova_5@knu.ua, dkiryakova@kse.org.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

in animations depicting products in use featured on their website and Instagram account short-form video content containing visual representation of effortless usage and audio effects (camera snaps, demonstration of the sound heard in earphones, etc.) [11].

Samsung, while also focusing on aesthetics, often emphasizes their “cutting-edge” and “powerful” technology. Their sensory vocabulary is often more focused on the visual and auditory modalities: “it guarantees ultra-smooth visuals”, “revel in bright highlights, impeccable blacks, and incredible depth”, “vivid, lifelike colors” (describing the TVs); “powerful, cinematic sound”, “rich sound from the deep bass”, “cutting-edge computer modelling to give you perfectly balanced, space-filling sound” (describing their audio products) [22]. The product descriptions are accompanied by clear visuals, depicting the products. *Samsung’s* Instagram account [21] features short-form video content created in collaboration with influencers showing the products being used in real life. The promo videos created by the company use futuristic music and sound effects, which creates a cohesive image of the “cutting-edge” and “innovative” brand. In order to create an immersive experience, *Samsung* website also offers *Buying Guide* [22] for various products traveling through website pages getting answers to the questions using smooth animated transitions and visualisation in the form of photos, creating a strong narrative.

Cosmetics brands also actively incorporate multisensory vocabulary in their digital narratives. For example, *L’Oréal’s* approach is heavily focused on the transformative power of their products, emphasizing both the visual and tactile results, as well as the olfactory experience, particularly with fragrances of their products: “vibrant color with a single swipe”, “For a luminous, radiant glow and a smooth, even finish.”, “leaves hair soft, silky, and with a delicate scent” [19]. *L’Oreal’s* website uses holistic approach incorporating multisensory approach and catering to all types of audiences with their detailed and engaging descriptions, AI assistance and interactive elements. Their Instagram page follows the trend emphasising “transformative”, “luxurious”, “indulgent” and “sensual” image of the brand with the help of short form video content (including animations with smooth shapes) and photos visually demonstrating the textures of products [18].

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

Sensory Vocabulary in Multimodal Digital Brand Storytelling (Based on the English-Language Websites and Social Media) (in English) [Sensorna leksyka v multymodal'nomu tsyfrovomu storitelinhu brendiv (na materialy anhlomovnykh veb-saytiv ta sotsial'nykh merezh)]

© Kiriakova D. D. [Kir'yakova D. D.], dariakiriakova_5@knu.ua, dkiryakova@kse.org.ua

Another famous cosmetics brand, *Dove*, intertwines sensory language with their emotional narratives. They focus on the tactile sensations of their products and the feeling of care and comfort they provide: “*your skin feeling soft, smooth, and nourished””, “*reveal instantly soft skin*”, “*rich, creamy hydration for soothing comfort*” [16], etc.. *Dove* often uses more natural lighting in their visuals (on both website and their Instagram page), and less makeup, to convey a realistic look. They also use influencer-generated content on their social media [15] sharing experiences of the product usage, as well as promotional video content, where visual emphasis is made on the smooth texture of the products; in addition, they may include auditory elements such as chirping of birds or the sounds of water. As a result of the cohesive branding, the image of the comforting and caring aspects emphasises the gentle and nourishing tactile sensations and the emotional well-being associated with the products.*

The **results** presented here offer insights into the interplay of the multisensory elements, revealing the impact of sensory vocabulary on brand perception and consumer engagement within the dynamic digital landscape. Brands across industries utilise sensory language tailored to their specific products and brand identities. Brands specialising in the Food and Beverage industry pay more attention to visual and olfactory modalities when creating their brand narratives. Technology brands like *Apple* and *Samsung* emphasise visual and implied tactile/auditory experiences, while beauty brands like *L’Oréal* focus on visual, tactile, and olfactory cues, or prioritise tactile and emotional connections. Among the examples of the sensory vocabulary we identified usage of various parts of speech. As shown in this article, sensory words are not limited with adjectives, but also can include nouns and verbs. In some cases we can even note the usage of derivative chains in order to create the repetitive pattern and reinforce the idea in customers mind, without seeming redundant or repetitive (as in Coca-Cola’s case “*refresh–refreshing–refreshment*” contributes to brand image of “freshness”). Although research on sensory marketing has examined traditional advertising outcomes, less attention has been paid to the process of sensory marketing influencing consumer engagement with online posts [3]. However, we consider content engagement to be a reasonable indicator of positive emotional response (lacking though in more defined outcomes). While conducting this research, we analysed websites and social media accounts (Instagram) of 6 brands. As a result, we can conclude that posts with close-up imagery of a product and personalised narrative

(Актуальні питання психолінгвістики [Aktual'ni pitannja psiholingvistiki])

Сенсорна лексика в мультимодальному цифровому сторітелінгу брендів (на матеріалі англomовних веб-сайтів та соціальних мереж) (Англійською) [Sensorna leksyka v multymodal'nomu tsyfrovomu storitelinhu brendiv (na materialih anhlomovnykh veb-saytiv ta sotsial'nykh merezh)]

© Кір'якова Д. Д. [Kir'yakova D. D.], dariakiriakova_5@knu.ua, dkiryakova@kse.org.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

gain more public engagement, gaining in average twice more likes and comments on social media platform Instagram. In addition, video content (reels) containing auditory elements, in average, generates more engagement than traditional posts.

Conclusions. The conducted research allowed us to determine that sensory vocabulary is strategically interwoven with visual, auditory, and interactive modes to create immersive experiences. Visuals amplify textual sensory descriptions, and implied or stated audio and haptic experiences enhance product perception. It plays a crucial role in eliciting emotional responses and fostering brand loyalty, which utilise emotional narratives alongside tactile descriptions. The cohesiveness of the brand storytelling becomes one of the key elements in sensory marketing as the effectiveness of sensory vocabulary is significantly influenced by contextual factors, including target audience, brand positioning and accessibility. Furthermore, brands try to craft seamless narratives cross-referenced on various platforms using sensory vocabulary as a mediator between the dominant modalities of the communicative means in question and general specifics of the digital sphere. In conclusion, distinct sensory language patterns contribute to unique brand narratives, allowing brands to differentiate themselves in the competitive digital landscape. This research opens new opportunities for creating well-structured thesauruses that can be helpful for finding synonyms and related words that evoke sensory experiences, as currently this sphere is sadly underdeveloped, but provides new challenges for further studies of the subject.

References:

1. Belova, A. (2021). Storytelling in advertising and branding. *Cognition, Communication, Discourse*, (22), 13–26. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-22-01>
2. Belova, A. (2024). Multisensory perception of exotic fruits and flavour conveyability in English. *Cognition, Communication, Discourse*, (28), 7–23. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2024-28-01>
3. Cascio Rizzo, Giovanni Luca & Berger, Jonah & Deangelis, Matteo & Pozharliev, Rumen. (2023). How Sensory Language Shapes Influencer’s Impact. *Journal of Consumer Research*. <https://doi.org/50.1093/jcr/ucad017>.
4. Değermen Erenkol, Anıl. (2015). Sensory Marketing. *Journal of Administrative Sciences and Policy Studies*. 3. 1–26. <https://doi.org/10.15640/jasps.v3n1a1>
5. Le, Nguyen & Mai, Ngoc & Nguyễn, Như Ý & Vu, Huyen. (2024). Multi-Sensory Marketing and Impulsive Buying Behavior: The Role of Impulsive Buying Traits. *Emerging Science Journal*. 8. 1764–1782. <https://doi.org/10.28991/ESJ-2024-08-05-05>

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

Sensory Vocabulary in Multimodal Digital Brand Storytelling (Based on the English-Language Websites and Social Media) (in English) [Sensorna leksyka v multimodal'nomu tsyfrovomu storitelinhu brendiv (na materialy anhlomovnykh veb-saytiv ta sotsial'nykh merezh)]

© Kiriakova D. D. [Kir'yakova D. D.], dariakiriakova_5@knu.ua, dkiryakova@kse.org.ua

6. Lindstrom, Martin. (2006). Brand Sense: How to Build Powerful Brands Through Touch, Taste, Smell, Sight and Sound. Strategic Direction. 22. <https://doi.org/10.1108/sd.2006.05622bae.001>
7. Longley, Robert. "An Introduction to Sensory Marketing." ThoughtCo. <https://www.thoughtco.com/sensory-marketing-4153908> (accessed March 15, 2025).
8. McLellan, Hilary. (2006). Digital Storytelling: Bridging Old and New. Educational Technology, 46(5), 26–31. JSTOR. URL: <http://www.jstor.org/stable/44429328>. Accessed 22 Aug. 2024.
9. Pareek, Richa & Kumari, Lalita & Mongia, Anupal & Sharma, Meena. (2024). Sensory Marketing and Its Influence on Consumer Buying Behavior: A Comprehensive Analysis. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-9351-2.ch008>
10. Yltävä, L. "Share of Global Internet Users Who Primarily Used the Following Channels When Looking for More Information about Brands in 2023." Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/1455056/online-channels-for-brand-information-search-worldwide/#statisticContainer> (Accessed March 19, 2025)

Sources:

11. Apple official Instagram account: <https://www.instagram.com/apple?igsh=YTcyeHd6MDFtYzdr>
12. Apple official website: <https://www.apple.com/>
13. Coca-Cola official Instagram account: <https://www.instagram.com/cocacola?igsh=MTg1YXpvYXB3ZnI5Zg==>
14. Coca-Cola official website: <https://www.coca-cola.com/us/en/brands/coca-cola>
15. Dove official Instagram account: <https://www.instagram.com/dove?igsh=MWs3YmxlaXlnbzRpOQ==>
16. Dove official website: <https://www.dove.com/uk/home.html>
17. How to Arouse the Magic of Sensory Words (+ 75 Example Phrases): <https://www.enchantingmarketing.com/sensory-words/>
18. L'Oreal official Instagram account: <https://www.instagram.com/lorealparis?igsh=Z2NzdjZ5OHNwanMz>
19. L'Oreal official website: <https://www.lorealparisusa.com/>
20. Learning Resource Center – Writing Center: <https://www.msjc.edu/learningresourcecenter/documents/writing-handouts/grammar/WC-Sensory-Words.pdf>
21. Samsung official Instagram account: <https://www.instagram.com/samsung?igsh=MWY4YzJ5MXZscTZ4cw==>
22. Samsung official website: <https://www.samsung.com/uk/>
23. Starbucks official Instagram account: <https://www.instagram.com/starbucks?igsh=bTV6MGs5cWlmaDJ1>
24. Starbucks official website: <https://about.starbucks.com/>

(Актуальні питання психолінгвістики [Aktual'ni pitannya psiholingvistiki])

Сенсорна лексика в мультимодальному цифровому сторітелінгу брендів (на матеріалі англomовних веб-сайтів та соціальних мереж) (Англійською) [Sensorna leksyka v multymodal'nomu tsyrovomu storitelinhu brendiv (na materiali anhlomovnykh veb-saytiv ta sotsial'nykh merezh)]

© Кір'якова Д. Д. [Kir'yakova D. D.], dariakiriakova_5@knu.ua, dkiryakova@kse.org.ua

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЛІНГВІСТИЧНОЇ СЕМАНТИКИ
[CURRENT ISSUES IN LINGUISTIC SEMANTICS]**

УДК 81'255.2:81'37:004.738.5=111(73)

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 19.02.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 20.02.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 92 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.05>

**ВИКЛИКИ ПЕРЕКЛАДУ АМЕРИКАНСЬКОГО СЛЕНГУ
ІНФЛЮЕНСЕРІВ НА МАТЕРІАЛІ ТВОРУ ТІНКС (КРІСТІНИ НАДЖАР)
“THE SHIFT: CHANGE YOUR PERSPECTIVE, NOT YOURSELF”**

Катерина Іванівна Мегела (м. Київ, Україна)

k.mehela@knu.ua

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземних мов природничих факультетів
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
(Міністерство освіти і науки України)
01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

У статті досліджено специфіку перекладу американського сленгу інфлюенсерів на прикладі науково-популярного твору з психології та саморозвитку американської блогерки та авторки Тінкс (Крістіни Наджар). Проаналізовано ключові мовні особливості інфлюенсерського дискурсу: неформальну лексику, інтернет-сленг, авторські неологізми, поп-культурні референції та психологічно-бізнесову термінологію. Наукові спостереження засвідчують, що сленг інфлюенсерів, як продукт цифрової культури, відіграє соціокультурну роль, формуючи нові мовні норми, які впливають на сучасну літературу. Основними перекладацькими викликами визначено збереження іронії, експресивності тексту, відтворення скорочень, аббревіатур та передачу авторських метафор і термінів. Визначено основні методи перекладу: калькування, описовий переклад, використання функціональних відповідників, транслітерацію та культурну адаптацію. Доведено, що успішний переклад потребує не лише знання мовних норм, а й глибокого розуміння культурного контексту та творчого підходу для збереження інтерактивності та невимушеності – ключових елементів комунікації лідерів думок. Запропоновано практичні рекомендації для перекладачів текстів цифрової культури, з акцентом на

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

Translation Challenges of American Influencer Slang in Tinx's (Christina Najjar's) Work "The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself" (in Ukrainian) [Vykyky perekladu amerykanskoho slenhu influenseriv na materialii tvoruu Tinks (Kristyny Nadzhar) "The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself"]

© Mehela K. I. [Mehela K. I.], k.mehela@knu.ua

поєднання лінгвістичного аналізу, прагматичного підходу та культурної адаптації для збереження стилістичної виразності оригіналу.

Ключові слова: американський сленг, інфлюенсери, інтернет-сленг, неологізми, комунікація лідерів думок, цифрова культура, поп-культура, методи перекладу.

TRANSLATION CHALLENGES OF AMERICAN INFLUENCER SLANG IN TINX'S (CHRISTINA NAJJAR'S) WORK "THE SHIFT: CHANGE YOUR PERSPECTIVE, NOT YOURSELF"

Kateryna I. Mehela (Kyiv, Ukraine) k.mehela@knu.ua

PhD (Philology), Associate Professor,
Department of Foreign Languages of the Faculties of Natural Sciences
Taras Shevchenko National University of Kyiv
(Ministry of Education and Science of Ukraine)
14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

The article discusses the challenges of translating American influencer slang, with a focus on a self-help book by American blogger and author Tinx (Christina Najjar). It examines key features of influencer discourse—such as informal vocabulary, internet slang, author-coined neologisms, pop culture references, psychology and business terminology. The study argues that influencer slang, deeply embedded in digital culture, functions not only as a means of communication but also as a sociocultural instrument that fosters linguistic innovation and influences contemporary literary styles.

The article highlights primary challenges of translating Tinx's work into Ukrainian, including preserving irony, expressive nuances, and stylistic coherence; handling abbreviations and acronyms; effectively adapting pop culture allusions; and accurately capturing the author's figurative language and specialized terminology. These intricacies demand a creative translation approach and a thorough grasp of the cultural context embedded in the original text. The study identifies key translation strategies: literal word-for-word translation, descriptive rendering, functional equivalents, transliteration, cultural adaptation, and context-driven combinations of these techniques based on pragmatic objectives. The findings emphasize that successfully translating influencer slang requires a keen awareness of cultural subtleties, language evolution, and the unique stylistic features of the source text.

In order to convey Tinx's signature style—marked by humor, self-irony, and an engaging, colloquial narrative manner—the translator must blend precision with creativity. Beyond linguistic accuracy, the principal objective is to maintain the interactive and casual tone that defines influencer communication. The article provides practical recommendations for translating contemporary non-fiction texts infused with elements of internet culture.

Key words: American slang, influencers, internet slang, neologisms, influencer communication, digital culture, pop culture, translation methods.

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

Виклики перекладу американського сленгу інфлюенсерів на матеріалі твору тінкс (Крістіни Наджар) "The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself" (Українською) [Vykylyky perekladu amerykanskooho slenhu influenseriv na materialii tvoruu Tinks (Kristyny Nadzhar) "The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself"]

© Мезела К. І. [Mehela K. I.], k.mehela@knu.ua

Постановка проблеми. В епоху цифрових технологій і соціальних мереж англійська мова зазнає динамічних змін, адаптуючись до нових комунікаційних реалій. Одним із найпомітніших проявів цього процесу є сленг, який набув значного поширення в Інтернет-просторі, зокрема на соціальних платформах *Instagram, TikTok, Facebook* і *YouTube*. Стрімкий розвиток мережевого сленгу та його транснаціональний вплив засвідчують, що цифрові технології модифікують не лише мовні структури, а й культурні парадигми спілкування, формуючи нові моделі взаємодії в онлайн-середовищі.

Актуальність дослідження зумовлена зростаючим впливом інфлюенсерів – лідерів думок і творців контенту, які популяризують нові мовні тенденції та активно формують сучасні мовні норми. Їхній стиль спілкування, насичений сленгом, неологізмами, «вірусними» фразами, емодзі й хештегами, стає невід’ємною частиною інтернет-культури й особливо впливає на молодіжну аудиторію. Лексикон інфлюенсерів виконує не лише комунікативну, а й соціокультурну функцію, відображаючи стиль життя, систему цінностей та соціальні норми поведінки її носіїв. У творах, подібних до *The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself*, цей тип мовлення слугує важливим стилістичним засобом, що допомагає авторці вибудовувати власну ідентичність і встановлювати емоційний зв’язок із читацькою аудиторією. Втрата цих елементів у процесі перекладу може призвести не лише до порушення стилістичної єдності тексту, а й до зниження його емоційного впливу на читача.

Аналіз досліджень і публікацій. Серед ключових зарубіжних досліджень сленгу варто виокремити працю К. Ебл, яка аналізує його роль у формуванні «внутрішньої мови» онлайн-спільнот [10]. Такий мовний код сприяє згуртованості аудиторії та зміцненню групової ідентичності, що суттєво впливає на мовний стиль інфлюенсерів. Для перекладача це становить окремий виклик, адже потрібно не лише передати зміст, а й адекватно відтворити мовну специфіку, яка забезпечує відчуття належності до спільноти в цільовій мові.

У дослідженнях Д. Крістала та Г. Маккалох підкреслюється динамічний характер мовних змін в Інтернеті, зокрема активне формування нових форм сленгу, аббревіатур, хештегів, емодзі та мемів, які є ключовими елементами мовлення інфлюенсерів [9; 12]. Це створює додаткові труднощі для перекладача,

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

Translation Challenges of American Influencer Slang in Tinx's (Christina Najjar's) Work "The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself" (in Ukrainian) [Vykyky perekladu amerykanskoho slenhu influenseriv na materialii tvoriv Tinks (Kristyny Nadzhar) "The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself"]

© Mehela K. I. [Mehela K. I.], k.mehela@knu.ua

адже важливо забезпечити релевантність і зрозумілість сленгових одиниць у контексті цільової культури.

В. Еванс досліджує роль емодзі в комунікації інфлюенсерів і зазначає, що ці графічні символи відіграють ключову роль у передачі емоційної тональності повідомлень [11]. Це особливо важливо для перекладу творів на зразок *The Shift*, де авторка активно використовує емодзі для вираження інтонації, гумору й іронії. Перекладач повинен враховувати ці емоційні маркери та знаходити способи їх адекватної передачі в іншій мовній системі.

Ф. Саргент і К. Тегг досліджують вплив соціальних медіа на мовну самопрезентацію інфлюенсерів, яка характеризується активним використанням сленгу, мемів і візуальних засобів [13]. Висновки дослідників особливо важливі для аналізу стилю Тінкс, яка широко застосовує ці ресурси для формування власної онлайн-ідентичності – ключового елемента її тексту, що потребує ретельного й адекватного відтворення в перекладі.

Окрему увагу заслуговує дослідження А. Бхатті, яка аналізує, як б'юті-блогери на *YouTube* використовують мовні та семіотичні засоби для конструювання власної онлайн-ідентичності й автентичності, що сприяє їхньому успіху як інфлюенсерів [8]. Ці висновки є цінними для розуміння мовних стратегій, які Тінкс застосовує у своєму творі з метою створення впізнаваної та достовірної авторської персони.

У вітчизняних дослідженнях значну увагу приділено способам творення та перекладу сленгових неологізмів у цифровому середовищі. Зокрема, К. Бровко аналізує семантичні особливості англійського мережевого сленгу та його трансформацію в українському контексті [1], що має практичне значення для перекладу *The Shift* – твору, насиченого неологізмами, зокрема аббревіаціями та усіченнями.

І. Козубай підкреслює роль сленгу в соціальних мережах, зокрема на платформах *Twitter* та *Instagram*, у формуванні емоційної виразності та конструюванні ідентичності мовця [3], що характерно і для комунікативного стилю Тінкс.

О. Мельницька та О. Кудельська досліджують типові способи творення сленгу на платформі *Twitter*, зокрема метафоричне переосмислення, аббревіації та

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

Виклики перекладу американського сленгу інфлюенсерів на матеріалі твору тінкс (Крістіни Наджар) “The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself” (Українською) [Vyklyky perekladu amerykanskooho slenhu influenseriv na materialii tvoruu Tinks (Kristyny Nadzhar) “The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself”]

© Мезела К. І. [Mehela K. I.], k.mehela@knu.ua

графічні особливості (наприклад, використання великих літер або смайлів) [4]. Такі прийоми часто застосовуються інфлюенсерами для створення ефекту автентичності та емоційного залучення аудиторії.

О. Дзюбіна, аналізуючи морфологічні та семантичні особливості творення сленгових неологізмів у соціальних мережах *Twitter* і *Facebook*, наголошує на їхньому прагматичному потенціалі, який виявляється через емоційні та оцінні компоненти [2]. Це особливо важливо для перекладу сленгу інфлюенсерів, оскільки вони активно використовують його для передачі емоційних відтінків і суб'єктивних оцінок, що відіграє ключову роль у формуванні автентичного зв'язку з аудиторією.

У дослідженні Т. Ніколаєвої розглядаються методи перекладу «текст спіку» соціальних мереж, зокрема транскодування, еквівалентний та описовий переклад [7]. Ці підходи можуть бути корисними для відтворення сленгу в творі Тінкс, особливо коли ці сленгові елементи не мають точних відповідників в українській мові.

Хоча вищезгадані роботи пропонують важливий контекст для розуміння феномену американського сленгу інфлюенсерів і розробки ефективних стратегій його перекладу українською мовою, систематичних досліджень, присвячених перекладу саме сленгу інфлюенсерів, досі бракує. Актуальність цієї проблеми особливо помітна при аналізі науково-популярного твору Тінкс *The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself*, де мова лідерів думок не лише відображає культурні особливості, а й впливає на розвиток нових мовних норм. Важливим залишається подальше дослідження перекладацьких стратегій, які застосовуються для передачі індивідуально-авторських новотворів та оказіоналізмів, притаманних цьому типу дискурсу.

Метою дослідження є аналіз специфіки перекладу сленгу інфлюенсерів, представленого в творі *The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself*, та визначення ефективних підходів і стратегій його адаптації в українському перекладі. Для досягнення цієї мети визначено такі **завдання**:

– дослідити стилістичні особливості сленгу інфлюенсерів у тексті Тінкс із акцентом на неологізми, поп-культурні референції, іронію тощо;

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

Translation Challenges of American Influencer Slang in Tinx's (Christina Najjar's) Work "The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself" (in Ukrainian) [Vykyky perekladu amerykanskooho slenhu influenseriv na materialii tvoriv Tinks (Kristyny Nadzhar) "The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself"]

© Mehela K. I. [Mehela K. I.], k.mehela@knu.ua

– визначити основні труднощі, з якими стикається перекладач під час відтворення цього типу сленгу українською мовою, враховуючи відмінності між вихідною та цільовою лінгвокультурами;

– проаналізувати найбільш вдалі перекладацькі рішення, спрямовані на адаптацію глобалізованих і локалізованих культурно-специфічних елементів у творі Тінкс;

– запропонувати ефективні стратегії перекладу, що дозволять зберегти стилістичну єдність і прагматику тексту, забезпечити його емоційний вплив на читача та зрозумілість для українськомовної аудиторії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Книга *The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself* Крістіни Наджар, відомої під псевдонімом Тінкс, є яскравим прикладом того, як сленг інфлюенсерів органічно вплітається в літературний стиль. Цей твір ілюструє, як нові лінгвістичні реалії, сформовані на перетині цифрових платформ, особистого брендингу та молодіжних субкультур, знаходять відображення в науково-популярній літературі.

Тінкс здобула популярність завдяки відео на *TikTok*, присвяченим стосункам, кар'єрі, саморозвитку та ментальному здоров'ю. Її книга стала логічним продовженням її онлайн-персони, пропонуючи читачам практичні поради щодо особистісного зростання та прийняття себе.

Стиль авторки вирізняється поєднанням невимушеності, гумору, самоіронії та виразних метафор, що створюють міцний зв'язок із молодіжною аудиторією. Твір *The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself* насичений сленгом, який відображає ключові ідеї сучасної інфлюенсерської культури: *vibe*, *main character energy*, *abundance mindset*, *rich mom* тощо. Ці терміни не лише передають дух сучасної епохи, що зосереджується на самореалізації та успіху, а й відображають роль жінки у сучасному бізнес-середовищі.

Інтерактивність та залучення аудиторії є ключовими аспектами комунікативної стратегії Тінкс. Вона активно використовує сленг і специфічні мовні засоби, щоб звернутися до читачів і створити ефект дружньої, невимушеної розмови. Такий стиль дозволяє їй вибудовувати довірливі стосунки з аудиторією, культивуючи образ «старшої подруги», яка ділиться з читачами своїм життєвим досвідом і порадами. Як і в типовій комунікації інфлюенсерів, авторка проявляє

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

Виклики перекладу американського сленгу інфлюенсерів на матеріалі твору тінкс (Крістіни Наджар) “The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself” (Українською) [Vykylyky perekladu amerykanskooho slenhu influenseriv na materialii tvoruu Tynks (Kristyny Nadzhar) “The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself”]

© Мезела К. І. [Mehela K. I.], k.mehela@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

уважне ставлення до цільової аудиторії, активно залучаючи читачів до взаємодії. Це явище, відоме як парасоціальні стосунки, створює ілюзію особистого зв'язку з інфлюенсером, навіть якщо взаємодія є односторонньою [5, с. 21].

Особливу увагу перекладача привертає використання авторкою звертання *“besties”*, що є скороченням від *best friends* і є широко вживаним у соціальних мережах. Це звертання характерне для неформального онлайн-спілкування. Вживання сленгу *“besties”* не лише додає тексту невимушеності, а й посилює його інтерактивність, створюючи у читача відчуття приналежності до тісного кола довірених осіб. У творі таке звертання формує ілюзію, ніби читачі – найближчі друзі, з якими авторка щиро ділиться набутим досвідом та особистими секретами:

Okay, besties, it's time to get to the crown jewel of my dating advice [14, p. 19].

У перекладі важливо зберегти теплий і дружній тон звертання, оскільки він підкреслює особливий зв'язок між авторкою та її аудиторією. В українській мові близькі відповідники, такі як *«подруги»*, *«подружки»*, *«найкращі друзі»* або *«друзьки»*, можуть звучати дещо штучно в цьому контексті. Оптимальними варіантами адаптації звертання *“besties”* є *«любі мої»*, *«мої дорогенькі»*, *«мої красунечки»*, що краще передають атмосферу близьких і довірливих стосунків між інфлюенсеркою та її прихильниками.

Тінкс активно використовує розмовні вирази для привернення уваги читача й створення ефекту невимушеної бесіди. Наприклад, фраза *“Grab a drink and let's get into it”* [14, p. 20] запрошує читацьку аудиторію до обговорення важливої теми в легкій, дружній манері, відтак, переклад має передати емоційне забарвлення висловлювання оригіналу. Буквальний переклад *«Хопайте напій»* або *«Беріть напій»* звучатиме неприродно. Найвлучніше сенс і настрій висловлювання передає варіант *«Наливайте собі чогось смачненького – і почнемо»*, який зберігає неформальний та розмовний стиль оригіналу, відповідає сучасній мовленнєвій традиції української мови та створює відчуття легкої, дружньої атмосфери.

Іронія та самоіронія, притаманні тексту Тінкс, створюють труднощі для перекладача, оскільки вони часто базуються на культурно-специфічних референціях та грі слів. Показовою є фраза *“Don't cry for me, Quarantina”* [14, p. 16], що іронічно обіграє відомий рефрен із пісні *“Don't Cry for Me, Argentina”* з

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

Translation Challenges of American Influencer Slang in Tinx's (Christina Najjar's) Work “The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself” (in Ukrainian) [Vykyky perekladu amerykanskooho slenhu influenseriv na materialii tvoriv Tinks (Kristyny Nadzhar) “The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself”]

© Mehela K. I. [Mehela K. I.], k.mehela@knu.ua

мюзиклу *Evita*. Ця гра слів не лише алюзія на популярний музичний твір, а й жартівливе відображення карантинних реалій. У перекладі важливо зберегти іронічний ефект і адаптувати культурний контекст, щоб фраза залишалася зрозумілою для українських читачів. Наприклад, варіант «*Не плачте за мною, карантинні будні*» передає гумористичність, відсилання до карантину та стилістичну невимушеність оригіналу. У таких випадках буквальний переклад є недоречним, оскільки може втратити ключовий іронічний заряд і звучати штучно або незрозуміло.

Особливо характерними для стилю Тінкс є авторські неологізми та гра слів, які формують впізнавану індивідуальну манеру її письма, додаючи тексту іронічності та експресивності. При відтворенні цих стилістичних фігур у перекладі важливо враховувати їхні конотації та метафоричність.

Розглянемо приклад, що містить одразу кілька значущих елементів у контексті авторського стилю Тінкс:

What is the purpose of an ick list? It helps combat Reverse Box Theory for people like me who are prone to future tripping [14, p. 67].

Проаналізуємо ключові мовні особливості цього фрагменту. Слово “*ick*” в англомовній культурі набуло популярності серед молоді, особливо в контексті знайомств або соціальних мереж. Це сленговий термін, що позначає раптове відчуття відрази або дискомфорту через певну поведінку чи особисті риси іншої людини. Відповідно, “*ick list*” – це перелік характеристик чи звичок, що викликають таку реакцію. У перекладі важливо передати не лише зміст, а й емоційне забарвлення цього виразу. Найбільш влучним варіантом українською мовою є «*список антипатій*», оскільки він точно відображає негативний емоційний відтінок і метафоричне значення вихідного виразу, зберігаючи при цьому природність та зрозумілість для українського читача.

У творі Тінкс авторський неологізм “*reverse box theory*” описує психологічне явище, за якого жінка ідеалізує об’єкт свого захоплення ще до знайомства чи початку стосунків. Уявлення про партнера формується як ідеалізований образ, на основі якого вибудовуються всі подальші очікування щодо його поведінки. При цьому йому приписуються нереалістичні риси, які можуть не відповідати дійсності.

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

Виклики перекладу американського сленгу інфлюенсерів на матеріалі твору тінкс (Крістіни Наджар) “*The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself*” (Українською) [Vyklyky perekladu amerykanskooho slenhu influenseriv na materiali tvoruv Tinks (Kristyny Nadzhar) “*The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself*”]

© Мезела К. І. [Mehela K. I.], k.mehela@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

Прямий переклад *“reverse box theory”* як *«теорія перевернутої коробки»* хоч і зберігає структурну відповідність з оригіналом, проте не розкриває суті явища та потребує додаткових пояснень. Оптимальнішим варіантом буде інтерпретаційний переклад, що передає ідею ідеалізації та завищених очікувань. Серед можливих відповідників: *«теорія ідеалізованого образу»*, *«теорія п'єдесталу»* або *«ефект ореолу»*, які точно відображають суть концепції та є зрозумілими для українськомовної аудиторії.

Інший ключовий вираз, *“future tripping”*, описує схильність до створення уявних сценаріїв майбутніх стосунків, що може призвести до ідеалізації партнера та необґрунтованих очікувань. Його можна передати українською як *«забігання наперед»*, *«фантазування про майбутнє»* або *«будування повітряних замків»*. Останній варіант, завдяки своїй метафоричності, найбільш вдало, на нашу думку, передає ідею ілюзорних уявлень і відповідає українському мовному узусу, зберігаючи емоційну виразність.

У контексті перекладу американського сленгу, особливо того, що використовують інфлюенсери, важливо звертати увагу на метафоричні вирази, запозичені з геймерської поп-культури. Розглянемо приклад із твору:

*Just remember, the guy on the other end of the dating app could be killing time while bored at work. But you are not **Candy Crush!** Stay focused, queen* [14, p. 14].

У цьому фрагменті авторка використовує метафору, порівнюючи ставлення чоловіків до жінок із грою *Candy Crush* – легкою, розважальною та ненав'язливою формою проведення часу. Ця мобільна гра не вимагає значних зусиль чи емоційної залученості: її можна легко почати та так само легко закинути. Висловлювання Тінкс підкреслює думку про те, що жінки не мають дозволяти ставитися до себе як до чогось тимчасового та другорядного. Посилання на *Candy Crush* є зрозумілим для англomовної аудиторії, проте може бути менш впізнаваним для українських читачів. У перекладі можна залишити назву гри, додавши пояснювальне слово «гра» або «мобільна гра», щоб зробити метафору прозорішою, наприклад: *«Але ти ж не гра в Candy Crush!»* або *«Ти – не мобільна гра для вбивання часу!»*. Водночас, щоб зберегти іронічність авторського тону та зробити метафору зрозумілішою для українського читача, варто вдатися до універсальніших образів, що передають ідею легковажного ставлення.

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

Translation Challenges of American Influencer Slang in Tinx's (Christina Najjar's) Work “The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself” (in Ukrainian) [Vykyky perekladu amerykanskoho slenhu influenseriv na materialii tvoriv Tinks (Kristyny Nadzhar) “The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself”]

© Mehela K. I. [Mehela K. I.], k.mehela@knu.ua

Альтернативними варіантами можуть бути: «*Ти ж не для розваги!*» «*Але ти ж не іграшка!*» «*Знай собі ціну!*» Ці варіанти передають основний меседж оригіналу, зберігаючи розмовний стиль і доступність для сприйняття українськомовною аудиторією.

Однією з характерних рис сленгу інфлюенсерів, що помітно проявляється у творі, є активне використання аббревіатур, які вже стали невід'ємною частиною комунікації в соціальних мережах. Вони не лише сприяють швидкому обміну інформацією, а й створюють відчуття належності до певної спільноти. Оскільки більшість таких скорочень не мають усталених українських відповідників, доцільним є застосування експлікації – розшифрування значення аббревіатури. Наприклад: **OMG** (*Oh My God*) → «О, Боже», **DMs** (*Direct Messages*) → «особисті повідомлення», **TLDR** (*Too Long; Didn't Read*) → «якщо коротко», **POV** (*Point of View*) → «з точки зору». Такий підхід дозволяє зберегти оригінальне значення, проте може дещо знизити невимушеність і динамічність сленгу. В деяких випадках можливе запозичення аббревіатури без перекладу, якщо вона вже стала впізнаваною серед української аудиторії, як-от **OMG** або **POV**.

Скорочення органічно влітаються в мову сучасних інфлюенсерів, оскільки лаконічність і швидкість комунікації високо цінуються в соцмережах. Саме тому Тінкс вправно використовує їх у своїй оповіді.

Розглянемо приклад: *As you enter the purple machine, your hair, face, and body get transformed from normal-person status to shiny, perfect, stylized celeb* [14, p.193].

У цьому фрагменті слово “**celeb**” є не просто скороченою формою від “*celebrity*”, а й маркером певного стилю життя, що втілює гламурний ідеал, поширений серед користувачів *Instagram* і *TikTok*. Лексема “**celeb**” часто має відтінок іронії, фамільярності або навіть зневаги, особливо коли йдеться про надмірну увагу до публічного іміджу чи поверховості знаменитостей. В українській мові подібні скорочення зазвичай не використовуються в літературних текстах. Відповідники «зірка», «знаменитість» не завжди здатні передати те саме емоційне забарвлення й культурний підтекст. Тому в перекладі можливі кілька варіантів залежно від бажаного ефекту: «*глянцева зірка*» – передає ідеалізований, штучний образ; «*селебріті*» – передає розмовний і фамільярний тон, «*ікона стилю*» – підкреслює естетичний аспект, містить відтінок іронії.

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

Виклики перекладу американського сленгу інфлюенсерів на матеріалі твору тінкс (Крістіни Наджар) “The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself” (Українською) [Vyklyky perekladu amerykanskooho slenhu influenseriv na materialii tvoruu Tinks (Kristyny Nadzhar) “The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself”]

© Мегела К. І. [Mehela K. I.], k.mehela@knu.ua

Останній варіант може бути особливо доречним у контексті соціальних мереж, де образ “*celeb*” часто пов’язаний із культом краси та зовнішнього лиску.

У творі трапляються випадки графічної субституції, коли замість традиційних мовних засобів використовуються символи. Культура соціальних мереж сприяє поширенню таких форм, оскільки вони добре адаптовані до лаконічного формату постів, сторіс чи твітів.

Розглянемо приклад:

I just want us all to get away from this perspective that single = sad [14, p. 152].

У реченні в оригіналі знак «=» виконує не лише функцію графічного символу, а й слугує засобом саркастичного узагальнення, що натякає на помилкове спрощення. Під час перекладу важливо враховувати емоційний підтекст фрази, адже використання символу «=» в українському тексті може не передати іронії, тоді як словесна конструкція краще розкриває задум авторки. Можливі варіанти перекладу: «*Перестаньте думати, що самотність автоматично означає сум*» або «*Давайте не будемо прирівнювати самотність до смутку*». Обидва варіанти точніше передають іронічний стиль Тінкс, зберігаючи виразність і емоційне навантаження висловлювання оригіналу.

Використання маркетингової лексики в мовній палітрі Тінкс, як представниці культури інфлюенсерів, відіграє особливу роль у творі. Вона є провідною складовою загальної стратегії авторки, спрямованої на мотивацію та просування ідей саморозвитку, а також відображає зміну підходів до міжособистісних стосунків у цифрову епоху. У цьому контексті вираз “*soft landing*” («обережний вихід на ринок», «поетапний запуск продукту») набуває метафоричного значення, передаючи ідею комфортного, безболісного переходу до нового життєвого етапу після періоду випробувань.

Звернімося до прикладу:

To Abigail and Molly, thank you for the softest landing into the real world [14, p. 249].

Можливий варіант перекладу: *Абігейл і Моллі, я щиро вам вдячна, адже без вашої підтримки подолати виклики реального світу було б набагато складніше.*

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

Translation Challenges of American Influencer Slang in Tinx's (Christina Najjar's) Work “The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself” (in Ukrainian) [Vykyky perekladu amerykanskoho slenhu influenseriv na materialii tvoriv Tinks (Kristyny Nadzhar) “The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself”]

© Mehela K. I. [Mehela K. I.], k.mehela@knu.ua

Оскільки метафора “*soft landing*” не має прямого аналога в українській мові, переклад передає її зміст через опис реальної підтримки в контексті труднощів адаптації до життєвих змін. Такий підхід додає висловлюванню більшої конкретики та емоційної глибини, роблячи його зрозумілішим для українського читача.

У перекладі американського сленгу українською мовою перекладач може застосовувати різні підходи, враховуючи низку чинників, що впливають на вибір оптимальної стратегії. Одним із них є калькування – дослівний переклад, який зберігає структуру оригінального виразу. Наприклад, *abundance mindset* → «менталітет достатку». Інший метод – описовий переклад, який передбачає передачу змісту терміну або виразу через розгорнутий опис чи пояснення: *reverse box theory* → «теорія ідеалізованого образу». Транслітерація, тобто передача звукової форми слова засобами цільової мови, застосовується рідше у перекладі сленгу, проте може бути доречною для окремих термінів, наприклад: *breadcrumbing* → «бредкрамбінг», *ghosting* → «гостинг». Перекладач також може використовувати функціональні відповідники – слова або вирази в цільовій мові, які передають схоже значення та конотації. Наприклад: *level up* → «досягти нового рівня» або «піднятися на новий рівень». Ефективним підходом також є адаптація, яка передбачає пристосування тексту до культурних особливостей цільової аудиторії. Наприклад, вираз “*hoes over bros*” можна адаптувати як «подруги важливіші за хлопців». Оптимальний переклад часто досягається завдяки поєднанню різних технік, залежно від контексту, стилістичного забарвлення та культурних відмінностей між оригіналом і цільовою мовою.

Висновки. Сленг лідерів думок у соціальних мережах формує динамічну мовну систему, що поєднує культурні коди цифрового середовища, авторські неологізми й метафори, терміни з комерційної та коучингової сфер, а також молодіжне мовлення. Він не лише відображає сучасні комунікативні тенденції, а й слугує засобом вираження цінностей і світогляду молодого покоління. Переклад сленгу інфлюенсерів відіграє важливу роль у міжкультурній комунікації в умовах глобалізованого інформаційного простору. Цей процес сприяє інтеграції цифрових трендів і мовних інновацій у різних лінгвокультурах, водночас зберігаючи їхню національну специфіку.

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

Виклики перекладу американського сленгу інфлюенсерів на матеріалі твору тінкс (Крістіни Наджар) “The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself” (Українською) [Vyklyky perekladu amerykanskooho slenhu influenseriv na materialii tvoruu Tinks (Kristyny Nadzhar) “The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself”]

© Мегела К. І. [Mehela K. I.], k.mehela@knu.ua

Твір Тінкс демонструє, як сленг інфлюенсерів інтегрується в літературний текст, виконуючи кілька важливих функцій: створює ефект невимушеної бесіди, формує емоційний зв'язок з аудиторією, сприяє побудові впізнаваної авторської ідентичності та підсилює експресивність тексту. Переклад сленгу інфлюенсерів ставить перед перекладачем низку викликів: збереження автентичності авторського стилю, передача гумору та іронії, адаптація поп-культурних референцій, які можуть бути маловідомими українській аудиторії, а також відтворення скорочень, аббревіатур і неологізмів, що не мають усталених відповідників в українській мові. Важливо не лише зберегти метафоричність та емоційне забарвлення сленгових виразів першотвору, а й забезпечити стилістичну невимушеність і природність тексту в українському варіанті.

Аналіз матеріалу свідчить, що найефективнішими перекладацькими стратегіями є використання функціональних відповідників, що зберігають смислове й емоційне навантаження сленгових одиниць, а також адаптація поп-культурних алюзій із урахуванням фонових знань цільової аудиторії, що дозволяє зберегти прагматичний ефект вихідного тексту. Важливу роль відіграють експлікація та контекстуальний переклад, особливо під час відтворення авторських неологізмів. Ефективним є комбінування різних підходів – описового, еквівалентного та транскодування – залежно від типу сленгової одиниці та контексту її вживання. Врахування культурної специфіки цільової аудиторії та прагматичної мети тексту є визначальним для збереження його комунікативного потенціалу та впливу на читача.

Перспективними напрямками подальших досліджень є розробка класифікації сленгових одиниць у творах інфлюенсерів, створення словників сленгу соціальних мереж, а також поглиблений аналіз перекладацьких стратегій на матеріалі ширшого корпусу текстів. Важливим залишається питання стандартизації перекладу неологізмів і скорочень, характерних для цифрового середовища, а також експериментальні дослідження сприйняття перекладених текстів українськомовною аудиторією.

Література:

1. Бровко, К. А. (2024). Семантична координата англійського мережевого сленгу. *Сучасні дослідження з іноземної філології*, 1(25), 24–32.

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

Translation Challenges of American Influencer Slang in Tinx's (Christina Najjar's) Work "The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself" (in Ukrainian) [Vykyky perekladu amerykanskoho slenhu influenseriv na materialii tvoriv Tinks (Kristyny Nadzhar) "The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself"]

© Mehela K. I. [Mehela K. I.], k.mehela@knu.ua

2. Дзюбіна, О. І. (2016). Структура, семантика та прагматика сленгових неологізмів соціальних мереж Twitter та Facebook (на матеріалі англійської мови) [Автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04]. Львівський національний університет імені Івана Франка.
3. Козубай, І. (2022). Структурно-семантичні особливості сленгу соціальних мереж. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 56(2), 149–153.
4. Мельницька, О., & Кудельська, О. (2023). Вплив мережевого сленгу на комунікацію на платформах, зокрема Twitter. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 65(2), 195–202.
5. Мегела, К. І. (2024). Мовні стратегії інфлюенсерів США в епоху соцмереж. У *Стан, проблеми та перспективи розвитку науки, освіти, технологій і суспільства: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції* (с. 20–23). Кременчук: ЦФЕНД.
6. Ніколаєва, Т. М. (2019). Лексико-семантичні аспекти мови соціальних мереж. *Закарпатські філологічні студії*, 9(2), 96–101.
7. Ніколаєва, Т. М. (2019). Основні методи перекладу текстспік (мови соціальних мереж) українською мовою. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*, 30(69), 1(1), 156–161.
8. Bhatia, A. (2023). *Digital Influencers and Online Expertise: The Role of Social Media in Shaping Professional and Public Discourse*. Routledge.
9. Crystal, D. (2011). *Internet Linguistics: A Student Guide*. New York, NY: Routledge.
10. Eble, C. (1996). *Slang and Sociability: In-Group Language among College Students*. University of North Carolina Press.
11. Evans, V. (2017). *The Emoji Code: The Linguistics Behind Smiley Faces and Scowls*. New York: Picador.
12. McCulloch, G. (2019). *Because Internet: Understanding the New Rules of Language*. New York, NY: Riverhead Books.
13. Seargeant, P., & Tagg, C. (2014). *The Language of Social Media: Identity and Community on the Internet*. Palgrave Macmillan.
14. Tinx. (2023). *The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself*. New York: Simon & Schuster.
15. Urban Dictionary. (n.d.). *Urban Dictionary*. Retrieved from <https://www.urbandictionary.com>
16. Sprout Social. (n.d.). *130 most important social media acronyms and slang you should know*. Retrieved from <https://sproutsocial.com/insights/social-media-acronyms>

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

Виклики перекладу американського сленгу інфлюенсерів на матеріалі твору тінкс (Крістіни Наджар) “The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself” (Українською) [Vyklyky perekladu amerykanskooho slenhu influenseriv na materialii tvoruu Tinks (Kristyny Nadzhar) “The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself”]

© Мегела К. І. [Mehela K. I.], k.mehela@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

1. Browko, K. A. (2024). Semantychna koordynata anhliiskoho merezhevoho slenhu. *Suchasni doslidzhennia z inozemnoi filolohii*, 1(25), 24–32.
2. Dziubina, O. I. (2016). Struktura, semantyka ta prahmatyka slenhovykh neolohizmiv sotsialnykh merezh Twitter ta Facebook (na materialy anhliiskoi movy) [Avtoref. dys. ... kand. filol. nauk: 10.02.04]. Lvivskyi natsionalnyi universytet imeni Ivana Franka.
3. Kozubai, I. (2022). Strukturno-semantychni osoblyvosti slenhu sotsialnykh merezh. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 56(2), 149–153.
4. Melnytska, O., & Kudelska, O. (2023). Vplyv merezhevoho slenhu na komunikatsiiu na platformakh, zokrema Twitter. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 65(2), 195–202.
5. Mehela, K. I. (2024). Movni stratehii influenseriv SShA v epokhu sotsmerezh. In *Stan, problemy ta perspektyvy rozvytku nauky, osvity, tekhnolohii i suspilstva: Zbirnyk tez dopovidei mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* (pp. 20–23). Kremenчук: TsFEND.
6. Nikolaieva, T. M. (2019). Leksyko-semantychni aspekty movy sotsialnykh merezh. *Zakarpatski filolohichni studii*, 9(2), 96–101.
7. Nikolaieva, T. M. (2019). Osnovni metody perekladu tekstspik (movy sotsialnykh merezh) ukraïnskoïu movoïu. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Serii: Filolohiia. Sotsialni komunikatsii*, 30(69), 1(1), 156–161.
8. Bhatia, A. (2023). *Digital Influencers and Online Expertise: The Role of Social Media in Shaping Professional and Public Discourse*. Routledge.
9. Crystal, D. (2011). *Internet Linguistics: A Student Guide*. New York, NY: Routledge.
10. Eble, C. (1996). *Slang and Sociability: In-Group Language among College Students*. University of North Carolina Press.
11. Evans, V. (2017). *The Emoji Code: The Linguistics Behind Smiley Faces and Scowls*. New York: Picador.
12. McCulloch, G. (2019). *Because Internet: Understanding the New Rules of Language*. New York, NY: Riverhead Books.
13. Seargeant, P., & Tagg, C. (2014). *The Language of Social Media: Identity and Community on the Internet*. Palgrave Macmillan.
14. Tinx. (2023). *The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself*. New York: Simon & Schuster.
15. Urban Dictionary. (n.d.). *Urban Dictionary*. Retrieved from <https://www.urbandictionary.com>
16. Sprout Social. (n.d.). *130 most important social media acronyms and slang you should know*. Retrieved from <https://sproutsocial.com/insights/social-media-acronyms>

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

Translation Challenges of American Influencer Slang in Tinx's (Christina Najjar's) Work "The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself" (in Ukrainian) [Vykyky perekladu amerykanskoho slenhu influenseriv na materialy tvoriv Tinks (Kristyny Nadzhar) "The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself"]

© Mehela K. I. [Mehela K. I.], k.mehela@knu.ua

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПРАГМАЛІНГВІСТИКИ
[CURRENT ISSUES IN PRAGMALINGUISTICS]

УДК 811.134.2'38

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 18.02.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 24.02.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 97.43 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.06>

ESTRATEGIAS DEL AUTOR PARA ENFOCAR CONFLICTOS MILITARES
EN LAS OBRAS DE J. CERCAS (BASADAS EN OBRAS LITERARIAS Y
ARTÍCULOS PERIODÍSTICOS)

Liudmyla V.Artemova (Kyiv, Ucraina)

l.artemoval@knu.ua

candidata a doctora en ciencias, profesora titular del Departamento de lenguas romances de la Universidad Nacional de Kyiv Tarás Shevchenko (Ministerio de Educación y de Ciencia de Ucrania) Ave. de Tarás Shevchenko 14, Kyiv, Ucrania, 01601

Nuestra investigación está centrada en el estudio comparativo de las estrategias de J. Cercas como novelista y columnista. Del punto de partida nos ha servido el tema de guerra en su obra literaria (la Guerra Civil española) y en sus columnas (la guerra en Ucrania) en “El País Semanal”. Hemos llegado a descubrir que una de las estrategias cercasianas es la contraposición de ideas a diferentes niveles textuales con el objetivo de desvelar diferentes enfoques. En la estructura de la columna dicha estrategia se revela en el uso contrastivo de “yo/nosotros” VS “el otro/ ellos”. Bajo “nosotros” se entiende tanto el escritor con su círculo de lectores fieles, como “nosotros – los españoles”, “nosotros – los europeos (ucranianos incluidos)”. A nivel sintáctico podemos ver las estructuras paralelas hábilmente usadas por el autor que, como contrapartida, van investidas en las oposiciones semánticas, las antítesis. Así, guerra se contrapone a paz, verdad, a mentira. Entre los conceptos que hemos incluido en esta investigación que tan estrechamente van ligados al tema de guerra son patria, patriotismo y patriota.

Palabras clave: guerra, técnicas narrativas, estrategia del autor, paralelismos, antítesis.

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

Авторські стратегії висвітлення військових конфліктів у творчості Х. Серкаса (на матеріалі літературних творів і публіцистичних статей) (Іспанською) [Avtorski stratehii vysvitlennia viiskovykh konfliktiv u tvorchosti Kh. Serkasa (na materiali literaturnykh tvoriv i pablytsystykh statei)]

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

АВТОРСЬКІ СТРАТЕГІЇ ВИСВІТЛЕННЯ ВІЙСЬКОВИХ КОНФЛІКТІВ У ТВОРЧОСТІ Х. СЕРКАСА (НА МАТЕРІАЛІ ЛІТЕРАТУРНИХ ТВОРІВ І ПУБЛІЦИСТИЧНИХ СТАТЕЙ)

Людмила Василівна Артемова (м. Київ, Україна)

l.artemoval@knu.ua

кандидат філологічних наук, доцент кафедри романської філології

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

Наше дослідження ґрунтується на порівняльному вивченні нарративних технік Х. Серкаса як прозаїка та колумніста. За відправну точку ми взяли тему війни в його літературній творчості (громадянська війна в Іспанії) та колумністиці (війна в Україні) в «El País Semanal». Ми виявили, що однією зі стратегій Серкаса є протиставлення ідей, антитеза на різних текстових рівнях з метою розкриття різних точок зору. У композиційній структурі колонки ця стратегія проявляється у використанні різних технік нарративу, а саме протиставлення «я/ми» VS «інший/вони». Під «ми» розуміється як письменник з його колом читачів-однодумців, так і «ми – іспанці», «ми – європейці (українці включно)». На синтаксичному рівні бачимо майстерно використані автором паралельні конструкції, на які накладаються смислові опозиції, антитези. Відтак, війна протиставляється миру, а правда – брехні. Серед понять, які ми долучили до матеріалів цієї публікації, є тісно пов'язані з темою війни батьківщина, патріотизм і патріот.

Ключові слова: війна, техніка нарративу, авторська стратегія, паралелізм, антитеза.

THE THEME OF WAR IN THE LITERARY AND JOURNALISTIC WORKS OF JAVIER CERCAS (Based on the Novels «Soldiers of Salamina» and «The Speed of Light» and Columns in «El País Semanal»)

Lyudmila V. Artemova (Kyiv, Ukraine)

l.artemoval@knu.ua

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

Our research is focused on the comparative study of the narrative strategies of J. Cercas as a novelist and columnist. As a starting point, we have used the theme of war in his literary work (the Spanish Civil War) and in his columns (the war in Ukraine) in 'El País

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

Author's Strategies of Coverage of Military Conflicts in the Works of J. Cercas (Based on Literary Works and Journalistic Articles) (in Spanish) [Estrategias del autor para enfocar conflictos militares en las obras de J. Cercas (basadas en obras literarias y artículos periodísticos)]

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

Semanal'. We have come to discover that one of Cercas's strategies is to contrast ideas at different textual levels in order to reveal different approaches. In the structure of the column, this strategy is revealed in the contrastive use (antithesis) of 'I/we' VS 'the other/they'. 'We' is used both to refer to the writer with his circle of loyal readers, and 'we – the Spaniards', 'we – the Europeans (including Ukrainians)'. On the syntactic level, we can see the parallel structures skillfully used by the author, which, as a counterpart, are invested in semantic oppositions. Thus, war is contrasted with peace, truth with lies. Among the concepts that we have included in this research that are so closely linked to the theme of war are homeland, patriotism and patriot.

Keywords: war, narrative techniques, the author's strategy, parallelism, antithesis.

Introducción

Ante todo, cuando hablamos de Javier Cercas en su faceta del escritor contemporáneo de renombre hemos de mencionar que su novela “Soldados de Salamina” (2001) fue “un enorme éxito de ventas, obtuvo la diversidad de premios, fue traducida a varios idiomas, tuvo un tremendo impacto en el panorama literario nacional. Además, significó el impulso literario al convertirlo en un escritor reconocido y aclamado tanto por la crítica como por sus lectoras/es [4, p. 80]”. Su publicación llegó en aquel momento crucial o el punto de inflexión a partir del cual empezó en España el proceso de repensar el pasado histórico más reciente y trágico, o sea, la Guerra Civil de los años 1936-1939, algo tácitamente silenciado y tapado durante los años de Transición democrática. Como subraya la investigadora polaca Magda Potok, la obra de este escritor se distingue por su capacidad de “poner en duda y discutir diferentes visiones del pasado de un modo que compromete el presente. La escritura cercasiana se convierte en un importante instrumento de influencia en el lector, capaz de redefinir los lenguajes y las ideas y, por tanto, originar un cambio [3, p. 117-118]”. De esta cita podemos deducir las estrategias a las que recurre J. Cercas tanto en su obra literaria como publicista, o sea, ofrecer a su lector varios enfoques para acercarse al problema, de ahí que cada uno pueda verse implicado en uno de estos planteamientos, identificarse con él, sentirse involucrado en el asunto y no quedarse ajeno al tema tratado. Resulta útil para las generaciones de hoy hacer este viaje entre el pasado y el presente para entender mejor la actualidad e intentar cambiar algo y cambiarse.

El **objetivo** de esta investigación lo forma el estudio contrastivo de las estrategias de J. Cercas en su obra artística y publicista al tratar el tema de guerra: la Guerra Civil española, la guerra en Vietnam americana y la guerra en Ucrania actual. Nos centramos en la estructura del binomio contrastivo (antítesis) a nivel léxico, sintáctico y estilístico. Esta línea comparativa entre las vías de desarrollar el tema de guerra en los dos estilos en los que trabaja el famoso escritor contemporáneo español forman la **novedad** de este artículo. El **material** ilustrativo está formado por dos novelas cercasianas “Los soldados de Salamina”

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

Авторські стратегії висвітлення військових конфліктів у творчості Х. Серкаса (на матеріалі літературних творів і публіцистичних статей) (Іспанською) [Avtorski strategii vysvitlennia viiskovykh konfliktiv u tvorchosti Kh. Serkasa (na materialy literaturnykh tvoriv i pablytsystykh statei)]

© 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>

(2001) y “La velocidad de la luz” (2005) (estilo literario) y doce columnas publicadas en *Palos de ciego* entre los años 2021 y 2024 en el “*País Semanal*” cuyo tema central o secundario es guerra (estilo periodista).

La exposición del material**El lector cercasiano**

De entrada, proponemos centrar nuestra atención en el papel del lector fiel a la obra novelística y publicista de J. Cercas. Es del dominio común que “el lector real meta interpreta las estructuras cognitivas y reconstruye las ideologías del texto según su propio horizonte de expectativas y sus propios hábitos de lectura, ajenos, en el tiempo y en la geografía, a los originales [3, p. 121]”. De ahí que el mismo texto cercasiano leído en España, Polonia o Ucrania sea interpretado en función del fondo histórico, cultural, social de su receptor y es capaz de convertirse en un instrumento de impacto ideológico en el lector.

El lector enfrentado con el relato de Cercas se ve urgido a formular preguntas que enlazan la historia, la literatura, la política y la ética [3, p. 140]”. Es una tendencia común que enlaza las novelas y las columnas del autor. “La información actual es la más preciada, más humana, más precisa que produce en los lectores los sentimientos de emoción, de compromiso [1, p. 132]. Se trata del compromiso de no quedarse ajeno a las ideas expuestas en los textos, sentirse involucrado. Se trata de “una lectura “comprometida”, dispuesta a asumir y a discutir los dilemas éticos y políticos originados por la historia reciente, en lo individual y colectivo, una lectura muy consciente del valor de la “escritura de la memoria” para la cultura y la sociedad españolas [3, p. 122]. Cuando Cercas trata el tema de la **patria**, un concepto estrechamente ligado a orígenes de muchas guerras, él explica: ... *basta recordar que en el nombre de la patria se han cometido algunas de las mayores atrocidades de la historia. ... es sólo al principio del siglo XX empieza el desprestigio continuado de la palabra patria, al menos en Europa, cuando la apoteósica carnicería de la I Guerra Mundial engendró algunos de los más furiosos alegatos antibelicistas de que haya noticia ... ¿es posible todavía limpiar de inmundicias la palabra patria? ¿Existe alguna posibilidad de devolver a ese término envenenado un significado potable?* (13) Nos da a entender que esta palabra grandilocuente debido al desprestigio adquirido con el paso de la historia (*patria imponente, solemne, política y belicosa*) actualmente, para la generación actual ha de entenderse como *una patria pequeña, humilde y personal, casi sentimental*. La subrayada contraposición (antítesis) creada por la acumulación de epítetos *la patria épica, abstracta, aguerrida, invasiva y nacional de los himnos y discursos VS la patria íntima, palpable e inerte; un lugar minúsculo, abarcable y deseable donde a uno le aguardan su familia, sus amigos y sus recuerdos*. Esta

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

Author's Strategies of Coverage of Military Conflicts in the Works of J. Cercas (Based on Literary Works and Journalistic Articles) (in Spanish) [Estrategias del autor para enfocar conflictos militares en las obras de J. Cercas (basadas en obras literarias y artículos periodísticos)]

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

exposición de características opuestas como *aguerrida, invasiva, belicosa* frente a *inerme, imponente, solemne* frente a *humilde* hace hincapié en la percepción personalizada, íntima, lejana de las palabras sonoras pero vacías de significado.

El mismo matiz negativo conllevan los vocablos **patriotismo** y **patriota** en las columnas cercasianas: *Si alguna vez conseguimos limpiar de basura y espantos la palabra patriotismo... (11); Si algún día conseguimos limpiar de horrores esa palabra maldita, un patriota ya no será aquella persona que anda por ahí exhibiendo banderas (esas varitas mágicas dotadas de un poder inigualable para anular el pensamiento y esconder basura), sino aquella, que además de pagar de pe a pa impuestos, sin perdonar un solo euro, practica la crítica más feroz, racional y desinteresada de su país. Es decir: en cuanto acertemos a devolverle a la palabra patriotismo un significado decoroso, un patriota será más o menos lo que tradicionalmente se ha llamado un traidor (4)*. El columnista exhibe a la perfección el procedimiento que hemos visto aplicado en los ejemplos anteriores, o sea, la forma torcida y tergiversada de entender estos términos gloriosos: el *patriotismo* viene en línea con *basura, espantos*; el *patriota*, con *cabeza en blanco y bandera, como varita mágica, en ristre, a fin de cuentas, un traidor*. Es de recalcar que Cercas no tiene ningún reparo en llamar las cosas por sus nombres ya que de esta forma directa su lector no puede perderse en las ambigüedades y medias palabras.

Yo – nosotros – el otro (desconocido) – ellos

El punto de coincidencia entre las novelas y las columnas de Cercas es “la manifestación de la figura del narrador-investigador, atormentado y empático [3, p. 127]”. La estrategia a la que suele recurrir J. Cercas en la mayor parte de su obra publicista es el cambio del enfoque narrativo uniendo el YO del autor con NOSOTROS, es decir, los que compartimos las mismas opiniones e ideas, y como contrapartida, en caso de ser un tema controvertido, candente, infaliblemente aflora a medida del desarrollo de la columna el EL OTRO (que es ajeno a la postura), y si son muchos, aparecen ELLOS.

Según la opinión de A. Pozo García “El punto de unión entre su narrativa literaria y publicista: narrar en primera persona y el trasfondo histórico [4, 86]”.

El YO tajante se aflora bastante pocas veces en la obra publicista del columnista, lo que lleva a crear un efecto impresionante cuando se da el caso. La columna “¿Qué es la guerra?” vio la luz en *El País Semanal* antes de que empezara la guerra rusa a gran escala (20/02/2022): “*No hay guerra justa. Yo no estoy seguro. Como cualquiera medianamente cuerdo, no estoy a favor de ninguna guerra, pero creo que, una vez desencadenadas hay guerras que no queda más remedio que pelear*” (10). Y en esta misma línea más tarde sale otra columna, titulada llamativamente con el lema más famoso de la Guerra Civil española “No pasarán”, escrita a pocos meses de empezar la guerra (04/04/2022): *Justo antes de estallar la guerra de Ucrania escribí en esta columna que, aunque abomino de la guerra,*

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

Авторські стратегії висвітлення військових конфліктів у творчості Х. Серкаса (на матеріалі літературних творів і публіцистичних статей) (Іспанською) [Avtorski stratehii vysvitlennia viiskovykh konfliktiv u tvorchoosti Kh. Serkasa (na materiali literaturnykh tvoriv i pablytsystykh statei)]

© 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>

hay algunas que, una vez desencadenadas, no queda más remedio que pelear; también escribí que la Guerra Civil fue una de ellas. No me parece que en este sentido la de Ucrania es distinta (9). El YO abierto y directo del periodista reafirma su mensaje. El investigador J. Zhu afirma: “Narrador en primera persona acorta la distancia con el lector, que puede asimilarse a este autor, tiene un punto de vista definido [5, p. 47-48]”.

A continuación, en el cuerpo de esta misma publicación se percibe que el autor intenta atenuar su propia presencia por la forma de NOSOTROS: *A Ucrania estamos respaldando. Ahora bien, ¿cómo es posible que, entre nosotros, quienes no pasan de reclamarse herederos de la II República propongan repetir en Ucrania el error de no intervención?*(9) J.Cercas traza una clara línea de correlación entre los ciudadanos españoles, herederos de aquellos republicanos vencidos por las tropas fascistas de Franco y la resistencia de los ucranianos contra el fascismo ruso. Esta forma de ir cambiando de puntos para narrar los hechos fue introducida por J.Cercas en *Soldados de Salamina* “lo que no solo contribuye a la polifonía del texto sino diversifica el ritmo de la narración [5, p. 66]”.

Esta dualidad se refiere tanto a la figura del escritor que es un autor desdoblado [4, p. 104] en sus obras literarias pero que es plenamente YO con la forma plural de NOSOTROS como un procedimiento común para acercarse al círculo de sus lectores, para identificarse con ellos, como es el caso frecuente en su creación columnista: *No sabemos de un solo ucranio que esté feliz con la guerra [...] Soy pacifista. De hecho, no conozco a nadie en su sano juicio que esté a favor de la guerra* (8). Sin ninguna duda, en las columnas el YO es el mismo, J. Cercas como escritor, columnista, ciudadano, catalán, mientras que en su obra literaria, como por ejemplo, es *La velocidad de la luz* (2005) no se revela el nombre del autor pero hay muchas semejanzas con la biografía del autor (su estancia en Urbana, el inesperado éxito de su novela sobre la Guerra Civil) pero también hay desviaciones. En uno de los diálogos el personaje Rodney, hablando del tema del narrador, apunta que “se parece en todo a mí, pero no soy yo” como la intención del autor [5, p. 68].

La forma plural de NOSOTROS desempeña diferentes papeles:

1. Nosotros – los unidos por las mismas ideas, actitudes y yo del autor incluido
2. Nosotros – los españoles y yo del autor incluido
3. Nosotros – los europeos (los ucranianos incluidos) y yo del autor

Otro ejemplo se enmarca dentro de “nosotros” con la precisión de que son personas de la generación del columnista por contar con el pasado común marcado por los hitos históricos mencionados: *Para la gente de mi edad, que ha conocido la sucesiva pestilencia patriótica del franquismo, ETA y el procés, lo más sensato que se ha dicho nunca sobre la patria fue el grito despavorido de una campesina italiana a su hijo: ¡Huye, hijo mío, que*

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

Author's Strategies of Coverage of Military Conflicts in the Works of J. Cercas (Based on Literary Works and Journalistic Articles) (in Spanish) [Estrategias del autor para enfocar conflictos militares en las obras de J. Cercas (basadas en obras literarias y artículos periodísticos)]

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

viene la patria! (11) “J.Cercas que se identifica plenamente con la generación que representa: una persona que no vivió la guerra, que vivió el tardofranquismo o al que el pasado de la contienda le resulta lejano y a un tiempo aburrido que descubre que carece de un conocimiento profundo de ella; por eso, trata de acercarse a ella de forma reflexiva, racional [1, p. 109-110]”.

Entre las facetas del uso de NOSOTROS hay otra de “nosotros – los europeos”: *Lo cierto es que, cuando los europeos empezamos a dejar de matarnos por culpa de religión, empezamos a matarnos por culpa de la nación* (13). En esta columna el periodista llama nacional la guerra en Ucrania y une a los ucranianos a los europeos subrayando o recordando así de que una de las razones principales de desencadenamiento de este carnicería bélica (“la guerra de Putin”) fue precisamente el deseo expreso ucraniano de entrar en la Unión Europea. En caso de ampliar más el concepto de NOSOTROS, el autor pone: “Cada vez que se produce un cambio histórico, sobre todo cada vez que concluye un periodo traumático, los seres humanos tendemos a mentirnos sobre nuestro pasado. Lo hacen sobre todo los arribistas, que así preparan su futuro.” “Necesitamos la verdad... para que no se nos pudra dentro la mentira. Nos falta coraje y nos sobran arribistas. Seguiremos inventando el pasado. Volveremos a cometer los mismos errores (7). Y ya en este artículo notamos la antítesis de “nosotros muchos” y “ellos, arribistas”.

Es bien notable la intención explícita del autor de contraponer “Nosotros – Ellos como OTROS”, en tal caso como en la columna “A los ucranios, que les zurzan” (1/05/2022): *Es que hay gente que no se entera de nada. Los moralistas o ignorantes o ingenuos, las personas normales y corrientes, creemos que una democracia precaria es mil veces preferible a una dictadura y que un Estado soberano tiene derecho a elegir* (3). La estrategia del autor requiere la presencia de este otro: “El YO conoce y llega a ser yo al manifestarte para el otro, a través del otro o con la ayuda del otro” [5, p. 134]. La forma de contrastar las opiniones, ideas, posturas ayuda a ver la diferencia, el antagonismo de las mismas.

Estos OTROS también pueden encontrarse en un campo equivocado: “*Mientras se abría paso la democracia, montones de españoles descubrieron que siempre habían sido antifranquistas, aunque durante 40 años de franquismo no habían movido un solo dedo contra Franco* (7). La habilidad con la que J.Cercas construye las oposiciones, las antítesis, en esta frase *democracia, antifranquistas ≠ franquismo, montones ≠ solo* es un rasgo propio no sólo de estilo publicista sino también el literario; “en un marco en el que la simetría otorga cohesión al relato, las variaciones cobran, por contraste, mayor énfasis” [2, p. 322].

El trasfondo histórico del que habla en su cita A. Pozo García trasluce en cada una de las citas de las columnas cercasianas: la historia de la Guerra Civil española, la época oscura de franquismo, la Transición, la precaria democracia española, los tiempos

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

Авторські стратегії висвітлення військових конфліктів у творчості Х. Серкаса (на матеріалі літературних творів і публіцистичних статей) (Іспанською) [Avtorski stratehii vysvitlennia viiskovykh konfliktiv u tvorchoosti Kh. Serkasa (na materiali literaturnykh tvoriv i pablytsystykh statei)]

© 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>

sangrientos de ETA, el próces – más de siglo de referencias al pasado abarca J. Cercas en sus columnas, esta historia reciente que suscita emociones contradictorias en cualquiera que las haya leído. En las palabras de M. Potok, “A través del ejercicio de la postmemoria, se reactivan y se encarnan las vivencias del pasado” [3, p. 126]. Este juego entre Cercas novelista – historiador o Cercas columnista – historiador persigue siempre el objetivo de acercar esta historia al lector: “... el tema de la guerra civil sigue vivo en la memoria de los españoles evocando emociones vividas, es también un tema susceptible de diversas interpretaciones, al igual que existe un desconocimiento generalizado de la guerra que afecta especialmente a las jóvenes generaciones [1, p. 108]”.

Los paralelismos y las antítesis.

M. Durán Mañas ha descubierto que para el estilo de exposición cercasiano: “La simetría de contenido se refiere a las correspondencias entre distintos elementos, que pueden materializarse en paralelismos o en contraposiciones que van conformando el entramado y lo encaminan hacia el clímax [2, p. 315]”. Así lo confirma este fragmento de “No pasarán”:

En julio de 1936, a los españoles sólo les dejaron dos alternativas: aceptar el golpe de Estado contra la precaria democracia española o resistirse a él con las armas; muchos optaron por lo segundo, que es lo que había que hacer.

En febrero de 2022, a los ucranios sólo les dejaron dos alternativas: aceptar el golpe ruso contra la precaria democracia ucrania o resistirse a él con las armas; muchos han optado por lo segundo, que es lo que había que hacer (9).

La única diferencia léxica que se permite J. Cercas es “el golpe de Estado” contra “el golpe ruso”. Es difícil de notar esta desviación por la correspondencia total y completa del paralelismo sintáctico y léxico de estas oraciones. Al mismo procedimiento el autor recurre en otro fragmento que nos gustaría citar: *En suma: con la invasión de Ucrania, putin no está haciendo otra cosa que intentar resarcir a los sufridos rusos de las sucesivas humillaciones que las potencias vencedoras de la Guerra Fría les han venido en los últimos años (humillaciones de las cuales la europeización de Ucrania sólo es un nuevo episodio, una gratuita provocación más), igual que, con la invasión de Polonia, Hitler no hizo otra cosa que intentar resarcir a los sufridos alemanes de las sucesivas humillaciones que los vencedores de la I Guerra Mundial les infligieron desde los Pactos de Vesalles (3).* Lo primero que llama la atención es el eje “putin – Hitler” visto el paralelismo sintáctico y semántico de otros elementos constructivos de la oración.

Pero desde el punto de vista del grado de expresividad alcanzado por la combinación hábil y experta de estructuras paralelas le gana el otro ejemplo del artículo “Katja Petrowskaya, bañada en lágrimas” (14/05/2022):

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

Author's Strategies of Coverage of Military Conflicts in the Works of J. Cercas (Based on Literary Works and Journalistic Articles) (in Spanish) [Estrategias del autor para enfocar conflictos militares en las obras de J. Cercas (basadas en obras literarias y artículos periodísticos)]

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

Los ucranios no necesitan las armas para que no los maten: si no querían que los matasen, les hubiera bastado con aceptar sin resistencia la invasión rusa, y ahora putin no los estaría matando a mansalva.

Los ucranios de hoy necesitan las armas para lo mismo que las necesitaban los españoles de 1936: para preservar la propia dignidad, para no vivir como esclavos.

Los ucranios no pelean para protegerse físicamente, o no sólo para eso, o no sobre todo: pelear para protegerse humanamente; no necesitan armas para sobrevivir como animales, sino para vivir como hombres y mujeres. Para eso las necesitan (5).

Observamos el paralelismo bien visible en la estructura sintáctica, y desde el punto de vista de significado es siempre “la afirmación → la explicación detallada”. Además, en este fragmento se observa la acumulación de muchos tropos: las estructuras paralelas se atenúan con el uso de anáfora (“Los ucranios ...”), epífora (vivir como esclavos .. vivir como hombres y mujeres), la repetición continua de los mismos vocablos (matar, necesitar, armas, vivir, pelear) como si fueran ejes de narración, y las oposiciones: *aceptar sin resistencia, preservar la dignidad – vivir como esclavos, sobrevivir como animales – vivir como hombres y mujeres*. Y el último elemento parcelado que contrasta por su estructura y así resalta el clímax, el auge del significado completo del fragmento.

El mismo grado de expresividad se percibe en otra columna cercasiana “A los ucranios, que les zurzan” (01/05/2022): *¿Qué la mayoría de los ucranios – en torno al 70 % – implora desde hace años que alguien – la OTAN: quién si no – los proteja de putin? Que les zurzan. ¿Qué el 91% de los ucranios está a favor de ingresar en la EU? Que se jodan. ¿Quién puede decidir su futuro por su cuenta, al margen de los imperios y sus zonas de influencia? Si no querían, amigos ucranios, ser masacrados, no haber colocado ahí su país, a las puertas de rusia (3)*. En primer lugar, es muy funcional y eficaz construir el discurso en forma de pregunta – respuesta, encima si en la interrogante salen las cifras y las preguntas de índole formal, mientras que la respuesta es del estilo coloquial, muy marcada por el uso de verbos “zurcir, joder”. El último elemento es puro sarcasmo al que el columnista recurre en otra de sus columnas: *“como si la invasión de Ucrania fuera obra del Espíritu Santo (la respuesta del presidente de Brasil que ha condenado la invasión pero critica el envío de armas a los ucranios: esta guerra no tenía que haber empezado). (5)”* Este procedimiento topológico llega a formar un efecto grotesco, subraya el contraste entre la realidad y las ideas impuestas, falacias e invenciones.

Las oposiciones forman parte del estilo peculiar del autor donde estas dicotomías forman conceptos opuestos de tipo “guerra” – “paz”, “víctimas - verdugos”, donde la guerra en el entendimiento cercasiano es: “matar a mansalva”, “masacrar con las bombas”, “la atrocidad congénita” (5), “irrupir a sangre y fuego”, “ser masacrados”, “aniquilar” (3),

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

Авторські стратегії висвітлення військових конфліктів у творчості Х. Серкаса (на матеріалі літературних творів і публіцистичних статей) (Іспанською) [Avtorski stratehii vysvitlennia viiskovykh konfliktiv u tvorchosti Kh. Serkasa (na materiali literaturnykh tvoriv i pablytsystykh statei)]

© 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>

“un lugar donde se mata y se muere”, “el asesinato”, “no hay guerra justa” (10), “la apoteósica carnicería” (13):

No sabemos de un solo ucranio que esté feliz con la guerra, pero ¿qué hubieran debido hacer para preservar la paz? (8) Eso es de verdad la guerra: no sólo un lugar donde se mata y se muere, sino sobre todo un lugar donde hay que tener madera de héroe para oponerse al asesinato (10). Podemos no creer, como no es probable que lo crea ningún ser racional, que abstenerse de mandar armas a los ucranios para que se defiendan de Putin contribuya a la paz – a menos que sea la paz de los cementerios, claro está (9).

Es de interés la insistencia del autor en desgranar el concepto de “patria” y, por consiguiente, “patriotismo” en relación con la idea de guerra.

Otra antítesis que puede llegar a formar el eje de narración en la obra cercasiana es “verdad VS mentira”. El autor en su obra literaria “persiste con firmeza en el uso de esa dicotomía entre realidad/ficción, entre verdad y mentira: bien para justificar sus decisiones, bien para despertar la curiosidad en el interlocutor” [4, p. 102]. De la misma manera como en sus novelas “los continuos razonamientos que giran en torno a la verdad y la mentira que terminan con la interpretación del narrador, el lector queda envuelto en ese vaivén de verdades y mentiras, de hipótesis y conjeturas que el autor deliberadamente pretende [1, p. 114], en sus columnas llama la atención la intención de contrarrestar estos conceptos: *Necesitamos la verdad. Es posible que, después de un trauma personal o colectivo – la II Guerra Mundial, la Guerra Civil, ETA o el otoño catalán de 2017 –, sea inevitable, o al menos comprensible, apartar la verdad o no enfrentarse a ella, para poder seguir adelante; pero más temprano que tarde hay que afrontarla: para que no se nos pudra dentro la mentira, para no volver a cometer los mismos errores, porque la verdad hace mujeres y hombres libres, mientras que la mentira sólo hace esclavos (7).* La verdad nos promete otro futuro libre, mientras que el deseo obstinado de vivir perpetrando los mismos errores solo puede devolvernos a la esclavitud más siniestra.

Esta forma dialogada de oposiciones permite plantear preguntas que en las novelas se remeten al plan histórico, mientras que en las columnas adquieren el valor real o universal “hechas de un modo que invita a cuestionarse. El lector enfrentado con el relato de Cercas se ve urgido a formular preguntas que enlazan la historia, la literatura, la política y la ética [3, p. 140]”. El columnista espera de sus lectores la implicación a fondo, el análisis reflexivo, los insta a sumergirse y mojarse. Otro de los métodos eficaces propios del estilo cercasiano es atrapar al lector con la “sinceridad, le transmite con pasión todas sus penas y glorias, haciéndole partícipe y cómplice de sus dudas, incertidumbres, y así afianza su credibilidad [1, p. 112]”.

En esta investigación hemos intentado aproximarnos a las peculiaridades de la

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

Author's Strategies of Coverage of Military Conflicts in the Works of J. Cercas (Based on Literary Works and Journalistic Articles) (in Spanish) [Estrategias del autor para enfocar conflictos militares en las obras de J. Cercas (basadas en obras literarias y artículos periodísticos)]

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

técnica narrativa de J. Cercas escritor y columnista siendo el tema de guerra como el punto de partida. En primer lugar, en su obra publicista el autor apuesta por su lector fiel, conecedor de sus ideas, posturas, capaz de entender las intenciones, incluido en esta amplia forma de “nosotros” (los que compartidos las mismas opiniones, valores, etc.) Hemos definido y ejemplificado que los procedimientos comunes propios al estilo cercasiano son las simetrías y asimetrías semánticas y sintácticas, binomios y contraposiciones que aportan el valor significativo a la técnica narrativa cercasiana.

References:

1. Corredera González, M. (2010). *La guerra civil española actual: silencio y diálogo entre generaciones* (229 p.). Madrid: Iberoamericana. Retrieved from <https://elibro.net/es/ereader/ugr/174844>
2. Durán Mañas, M. (2023). Simetría y variación como técnica narrativa para la construcción del héroe en *Soldados de Salamina* de Javier Cercas. *Revista chilena de literatura*, (107), 313–329. Retrieved from https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/91922/Dur%c3%a1n%c3%b1as_Simetr%c3%ada%20y%20variaci%c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y
3. Potok, M. (2017). Javier Cercas leído en Polonia. Políticas de la recepción. *Sociocriticism*, 32(1), 117–146. Retrieved from <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/59430/6013-14110-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
4. Pozo García, A. (2018). Personaje de sí mismo: verdad y mentira en la narración de Javier Cercas. *Impossibilia. Revista Internacional de Estudios Literarios*, (15), 82–109. Retrieved from <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/51674/2.1%20POZO%20247.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
5. Zhu, J. (2020). *La autoficción. Una investigación teórica y un ejemplo en las narraciones de Javier Cercas* (Doctoral dissertation, Universidad de Granada, 320 p.). Retrieved from <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/62886/68979.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Material ilustrativo:

1. Cercas, J. (2001). *Soldados de Salamina*. Barcelona: Tusquets Editores.
2. Cercas, J. (2005). *Velocidad de la luz*. Barcelona: Tusquets Editores.
3. Cercas, J. (2022, May 1). A los ucranios, que les zurzan. *El País Semanal*, p. 6.
4. Cercas, J. (2022, Nov 14). Dave Eggers y el patriotismo. *El País Semanal*, p. 6.
5. Cercas, J. (2022, May 14). Katja Petrowskaya, bañada en lágrimas. *El País Semanal*, p. 6.
6. Cercas, J. (2022, Dec 11). La gran revolución. *El País Semanal*, p. 6.
7. Cercas, J. (2021, Nov 14). La invención del pasado. *El País Semanal*, p. 8.
8. Cercas, J. (2024, May 25). Las preguntas del pacifismo. *El País Semanal*, p. 6.
9. Cercas, J. (2022, Apr 4). No pasarán. *El País Semanal*, p. 6.
10. Cercas, J. (2022, Feb 2). ¿Qué es la guerra? *El País Semanal*, p. 8.
11. Cercas, J. (2022, Oct 16). ¿Qué fue de Julián Rodríguez? *El País Semanal*, p. 6.
12. Cercas, J. (2022, Mar 20). Vindicación de la patria. *El País Semanal*, p. 8.
13. Cercas, J. (2023, Jun 25). Una gran ocasión. *El País Semanal*, p. 6.

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

Авторські стратегії висвітлення військових конфліктів у творчості Х. Серкаса (на матеріалі літературних творів і публіцистичних статей) (Іспанською) [Avtorski strategii vysvitlennia viiskovykh konfliktiv u tvorchosti Kh. Serkasa (na materiali literaturnykh tvoriv i pablytsystykh statei)]

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

УДК 811.134.2'42:339.138

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 14.02.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 15.02.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 85 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.07>

ФУНКЦІОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИХ ЗАСОБІВ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ІСПАНСЬКИХ МОДНИХ БРЕНДІВ

Ірина Дмитрівна Асаєвич (Київ, Україна)

irochka1900@gmail.com

магістрантка кафедри романської філології

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

У статті досліджено функції лексико-семантичних засобів у репрезентації іспанських модних брендів у публіцистичному дискурсі Іспанії. Аналізуються функції термінології в лінгвістичному контексті з позитивною коннотацією, а також вплив стилістичних засобів на формування іміджу брендів і залучення цільової аудиторії. За допомогою функціонально-прагматичного аналізу у дослідженні проаналізовано особливості функціонування лексико-семантичних полів, метафор та епітетів, які модифікують сприйняття бренду масової аудиторією. Прагматичними функціями таких мовних одиниць є створення асоціацій брендів із розкішшю, стилем, сучасністю та доступністю. Встановлено, що використання елементів популярної культури, зокрема загадок про відомих особистостей та посилань на масову культуру сприяє ідентифікації брендів із трендовістю.

Ключові слова: лексико-семантичні засоби, публіцистичний дискурс, іспанські модні бренди, стилістичні засоби, функціонально-прагматичний аналіз.

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

Functional and Pragmatic Aspect of Lexical and Semantic Means of Representation of Spanish Fashion Brands (in Ukrainian) [Funktsionalno-prahmatychnyi aspekt leksyko-semantychnykh zasobiv reprezentatsii ispanskykh modnykh brendiv]

© Asaievych I. D. [Asaievych I. D.], irochka1900@gmail.com

FUNCTIONAL AND PRAGMATIC ASPECT OF LEXICAL AND SEMANTIC MEANS OF REPRESENTATION OF SPANISH FASHION BRANDS*Iryna D. Asaievych (Kyiv, Ukraine)*irochka1900@gmail.com

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

The article investigates the functions of lexical and semantic means in the representation of Spanish fashion brands in the publicistic discourse of Spain. It analyses the functions of terminology in the linguistic context with positive connotations, as well as the influence of stylistic means on the formation of the brands' image and attraction of the target audience. With the help of functional-pragmatic analysis, the study examines the peculiarities of the functioning of lexical and semantic fields, metaphors and epithets that modify the perception of the brand by the mass audience. The pragmatic functions of such linguistic units include the creation of brand associations with luxury, style, modernity and accessibility. It has been found that the use of elements of popular culture, in particular references to famous personalities and mass culture, contributes to the identification of brands with a trend.

Keywords: *lexical and semantic means, publicistic discourse, Spanish fashion brands, stylistic means, functional and pragmatic analysis.*

Вступ. У сучасному суспільстві мода є не лише невід'ємною частиною культури, а й важливим елементом публіцистичного дискурсу. Модні бренди наразі не лише продають товари, а й створюють свої особливі світи з певними ідеями та філософією. У ХХІ столітті іспанські періодичні видання все частіше висвітлюють модні бренди, використовуючи різноманітні лексико-семантичні засоби, які в свою чергу допомагають у формуванні іміджу та залученні споживачів.

Актуальність дослідження полягає у необхідності аналізу мовних засобів застосованих для репрезентації іспанських брендів та виявленні механізмів мовленнєвого впливу на читачів та споживачів.

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

Функціонально-прагматичний аспект лексико-семантичних засобів репрезентації іспанських модних брендів
 (Українською) [Funksionalno-prahmatychnyi aspekt leksyko-semantychnykh zasobiv reprezentatsii ispanskykh modnykh brendiv]

© Асаєвич І. Д. [Asaievych I. D.], irochka1900@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

Мета полягає у виявленні та встановленні функцій лексико-семантичних засобів використаних у публіцистичному дискурсі Іспанії для репрезентації модних брендів у XXI столітті.

Об'єктом слугує публіцистичний дискурс, що репрезентує модні бренди, а **предметом** являються лексико-семантичні мовні засоби, яким властивий прагматичний потенціал у репрезентації іспанських модних брендів.

Матеріалом даного дослідження обрано статті сучасних періодичних видань про іспанську моду Vogue Spain, Glamour та Modaes.

Методи дослідження. У процесі дослідження був використаний метод суцільної вибірки лексико-семантичних одиниць, та функціональний і прагматичний аналіз.

Питанням дослідження модного дискурсу займалися такі українські вчені, як Белова А.Д., Підлужна І.А., та Лисенко Я.С., та інші, проте практично відсутні дослідження дискурсу моди в царині іспанської мови, яка, без сумніву є однією з найпоширеніших в світі та справляє значний вплив на свідомість споживачів.

Новизна полягає у встановленні прагматичних функцій лексико-семантичних одиниць іспанського дискурсу моди та особливостей їхнього функціонування.

Основний зміст. Публіцистичний стиль є одним з функціональних різновидів мови, основною метою якого є передача та поширення суспільно-політичної, наукової, морально-етичної та культурно-освітньої інформації. [1] Публіцистичний дискурс в свою чергу є однією з форм комунікативної діяльності. Серед його найголовніших функцій можна виділити: інформаційну, [б] критичну, освітньо-навчальну [б] та розважальну. Формування громадської думки є однією з ключових характеристик цього стилю, що здійснюється за допомогою засобів масових інформацій (ЗМІ), а саме через пресу, радіо, телебачення та інтернет видання. Наразі доволі частіше помітне використання публіцистичного стилю у парадигмі мас-медіа не тільки серед новинних видань, а і у тематичних та спеціалізованих, таких як, наприклад, видання про моду та стиль. Так як засоби масової інформації мають значний маніпулятивний [2] вплив на читачів, проведення лінгвістичного аналізу допоможе у виявленні

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

Functional and Pragmatic Aspect of Lexical and Semantic Means of Representation of Spanish Fashion Brands (in Ukrainian) [Funksionalno-prahmatychnyi aspekt leksyko-semantychnykh zasobiv reprezentatsii ispanskykh modnykh brendiv]

© Asaievych I. D. [Asaievych I. D.], irochka1900@gmail.com

конкретних мовних засобів, які слугують для формування та репрезентації іспанських модних брендів для громадськості.

Для дослідження лексико-семантичних мовних засобів, за допомогою яких здійснюється вплив на масового читача під час репрезентації іспанських модних брендів, варто застосувати такі типи лінгвістичного аналізу, як функціональний та прагматичний. Функціональний аналіз – це один із методів дослідження, зосереджений на визначенні функцій окремих мовних одиниць та конструкцій в конкретному контексті. Такий підхід передбачає розгляд об'єкта та його взаємодії з середовищем [5]. У контексті аналізу модного дискурсу щодо представлення модних брендів Іспанії, цей метод дає змогу дослідити, як мовні елементи функціонують для зображення іспанських брендів на світовому ринку.

Лексичний рівень характеризується широким вживанням термінології, притаманної фешн-індустрії та пов'язаної з естетикою, стилем та комфортом, що в свою чергу створює для читача гармонійне враження між цінностями бренду та його продуктами: *el rango del lujo, un icono de la moda* [7], *prendas de moda con espíritu urbano* [8]. Використання термінології формує ідентичність брендів, допомагає передати їхні особливості, а також виконує освітню функцію для ширшої та не експертної аудиторії, яка бажає ознайомитись із трендами.

Для репрезентації іспанських модних брендів видання досить часто використовують термінологію з позитивною конотацією. Так, у статті про новинки сезону бренду Stradivarius використаний термін *blusas fluidas de encaje* (*струменисті мереживні блузки*. Тут і надалі – авторський переклад) [10]. Лексеми *encaje, fluidas* асоціюються з легкістю та романтичністю і викликають у читачів приємні асоціації з комфортом. Термін *tops sencillos (prosti monu)* [10], натякає на універсальність та простоту, а термін *jersey de cuello vuelto* (*джерсер – водолазка*), доповнений описом *que nos demuestra que el invierno no tiene por qué ser oscuro y aburrido* (*який доводить, що зима не обов'язково має бути похмурою та нудною*) [11]. Таким чином, поєднання заперечної частки *no* з прикметниками *oscuro y aburrido* надає позитивної конотації опису джемпера, адже, він сприймається читачем, не лише як той, що має практичну функцію, а й несе естетичну складову.

Аналізуючи описи використані в дискурсі для характеристики термінів у сфері моди у публіцистичному дискурсі, можна виділити декілька семантичних полів, що характеризують одяг:

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

Функціонально-прагматичний аспект лексико-семантичних засобів репрезентації іспанських модних брендів
(Українською) [Funksionalno-prahmatychnyi aspekt leksyko-semantychnykh zasobiv reprezentatsii ispanskykh modnykh brendiv]

© Асаєвич І. Д. [Asaievych I. D.], irochka1900@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

- Поле «витонченості»: *blusas fluidas de encaje, faldas balloon, tops de flores y volantes* [10]. Терміни створюють образ легкості та невимушеності, змушуючи читачів звернути увагу на описаний предмет одягу.
- Поле «стилю»: *tendencia bohemia, gipsy, dulce*. Терміни підкреслюють різноманітність стилів та самовираження, що підсилює уявлення читачів про унікальність бренду.
- Поле «матеріалів»: *algodón, lino, viscosa*. Доволі часто терміни на позначення одягу супроводжуються описом тканин, що інформує читачів щодо якості одягу, створюючи відчуття довіри до бренду.

Таким чином, виділення семантичних полів допомагає структурувати подану інформацію щодо термінів для позначення одягу, та висвітлює, як подані терміни допомагають створити позитивне враження для читачів, підкреслюючи самобутність та актуальність брендів.

Також у статтях, що описують іспанські модні бренди помітне вживання антонімів, які використовуються задля створення контрасту та протиставлення: *neón – oscuro y aburrido* [11]; *semilujo – asequible*; *icono – imitado* [7]; *corto – largo*; *estampados – minimalistas* [10]. Здебільшого антоніми висвітлюють контраст у описі речей, що пропонують іспанські модні бренди, і таким чином викликають емоції у читача та дають змогу протиставити різноманітні предмети одягу між собою та підкреслити окремі характеристики товару.

Щодо стилістичних прийомів, в публіцистичних текстах іспанських модних видань помітне вживання унікальних метафор, притаманних текстам такого жанру, які створюють особливі образи в уяві аудиторії [3]. Використання яскравих метафор та емоційно-забарвленої лексики формує позитивне сприйняття бренду читачами:

Zara, la estrella de Inditex en facturación [12];

Un año más tarde, la compañía daba el salto internacional inaugurando su primer punto de venta en Portugal [8];

Massimo Dutti coqueta con el lujo y renueva su retail con más experiencia [9].

Таким чином, бренди Zara, Massimo Dutti і Pull & Bear описані як ті, що мають хорошу міжнародну репутацію серед покупців, а інтернет-видання за допомогою метафор створюють іміджеві образи брендів.

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

Functional and Pragmatic Aspect of Lexical and Semantic Means of Representation of Spanish Fashion Brands (in Ukrainian) [Funksionalno-prahmatychnyi aspekt leksyko-semantychnykh zasobiv reprezentatsii ispanskykh modnykh brendiv]

© Asaievych I. D. [Asaievych I. D.], irochka1900@gmail.com

Вживання епітетів в описі іспанських модних брендів також стало помітно закономірним. Простежується тенденція серед використання таких епітетів, як: *icónicos* (культурні); *divertida y cósmica campaña* (захоплююча та «космічна» кампанія) [7]. Вживання наведених епітетів підкреслює позитивну репрезентацію модних брендів, що в свою чергу створює емоційний зв'язок з читачами.

Також одним з основних аспектів функціонального аналізу є те, яку мету має на увазі описаний текст. Аналізуючи інтернет-видання, які висвітлюють іспанські модні бренди, можна дійти висновку, що здебільшого бренди репрезентовані не тільки задля того, щоб проінформувати читачів щодо історії компаній, а й задля створення позитивного враження та залучення таким чином нових покупців:

La primera de sus tiendas abrió sus puertas en el madrileño barrio de Vallecas [8]; *La firma, abrió su primera tienda en Bilbao* [7];

En otoño de 2020 Bimba & Lola volvió a sorprender con una divertida y cósmica campaña [7];

Zara es la punta de lanza de la expansión internacional del grupo [12];

Massimo Dutti coquetea con el lujo y renueva su retail con más experiencia [9].

Розглядаючи окремі мовні елементи за допомогою функціонального аналізу, необхідно також виділити основні прагматичні функції, використані у репрезентації модних брендів публіцистичними виданнями. Для цього допоможе прагматичний аналіз, адже саме він досліджує людські виміри спілкування та їхній зв'язок з мовними структурами.

Так, у статті про історію бренду Bimba y Lola підкреслюється спрямування тексту на цільову аудиторію, що цікавиться модою та знайома зі специфічною термінологією: *lujo accesible, el semilujo, el franquiciado* [7]. Часті згадки різних кампаній бренду не тільки інформують читачів, а й створюють унікальний образ, що запам'ятовується: *la colección Bimbader; inspirados en la nostalgia de la estética SCI-Fi* [7].

Стаття про бренд Pull & Bear в свою чергу спочатку привертає увагу саме молоді, адже цей іспанський бренд позиціонується як той, що має «молодіжний дух»: *espíritu juvenil; enfocada al público juvenil* [8]. Позиціонування бренду також помітне у посиланні на відомі серіали поп-культури, що робить цей бренд

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

Функціонально-прагматичний аспект лексико-семантичних засобів репрезентації іспанських модних брендів
(Українською) [Funksionalno-prahmatychnyi aspekt leksyko-semantychnykh zasobiv reprezentatsii ispanskykh modnykh brendiv]

© Асаєвич І. Д. [Asaievych I. D.], irochka1900@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

сучасним та актуальним для молодого покоління: *colecciones basadas en las series de Netflix La Casa de Papel y Stranger Things* [8]. Згадки зі співпрацею та участю відомих голлівудських зірок таких як Розалія чи Бруклін Бекхем посилюють імідж бренду серед аудиторії та таким чином залучають нових можливих покупців:

En 2018, la cantante Rosalía ideó una colección para la marca;

Para su inauguración se organizó un festival de música con un invitado muy especial [8].

З погляду прагматичного аналізу, бренд Zara у іспанському модному виданні Modaes висвітлений як найуспішніший на ринку. Мета тексту полягає не тільки у тому, щоб детально проінформувати читачів про показники бренду, а й для того, щоб наголосити на особливих досягненнях, висвітлюючи його прогрес:

El negocio de Zara suponía el 67,02 % del total de las ventas del grupo;

De hecho, Zara es la punta de lanza de la expansión internacional del grupo [12].

Висновки. Отже, функції лексико-семантичних засобів у репрезентації іспанських модних брендів у публіцистичному дискурсі Іспанії полягають у залученні цільової аудиторії, створенні іміджу брендів та впливі на уподобання споживачів. Функціональний аналіз виявив, що термінологія з позитивною конотацією та такі стилістичні та лексико-семантичні засоби, як епітети, метафори та антоніми виконують не лише інформативну, а й емоційно-експресивну функцію, сприяючи формуванню позитивного ставлення до брендів. Прагматичний аналіз продемонстрував, що основними функціями лексико-семантичних одиниць цього дискурсу є: створення асоціацій з розкішшю, стилем, сучасністю та доступністю, виділення цільової аудиторії, створення унікальності образу і виділення ролі компанії на ринку. Таким чином, використання мовних засобів у публіцистичному дискурсі відіграє ключову роль у побудові іміджу іспанських модних брендів та їхньому сприйнятті аудиторією. **Подальші перспективи** вивчення лексико-семантичних засобів у парадигмі іспанського модного дискурсу полягають у детальнішому дослідженні та аналізі впливу комунікативних стратегій і тактик на сприйняття брендів читачами через засоби масової інформації.

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

Functional and Pragmatic Aspect of Lexical and Semantic Means of Representation of Spanish Fashion Brands (in Ukrainian) [Funksionalno-prahmatychnyi aspekt leksyko-semantychnykh zasobiv reprezentatsii ispanskykh modnykh brendiv]

© Asaievych I. D. [Asaievych I. D.], irochka1900@gmail.com

Література:

1. Кравець, Л. В. (n.d.). Публіцистичний стиль. *Енциклопедія Сучасної України*. URL: <https://esu.com.ua/article-882781>
2. Левицька, І. М. (2014). Маніпуляція у міжособистісній взаємодії: поняття та зміст. *Вісник Національного університету оборони України*, (6)43, 312–316.
3. Попова, Н. М. (2014). Структура та функції когнітивних метафор у мовній картині світу Іспанії. *Випуск 47. Частина 2*, 189–195.
4. Селіванова, О. О. (2008). *Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: Підручник*. Полтава: Довкілля-К.
5. Holowtschak, N., & Kuschnirtschuk, O. (2022). Funktional-stilistische Besonderheiten der deutschen texte der Publizistik (der Modus des Verbs). *Сучасні дослідження з іноземної філології*, 21-22(3-4), 17–26.
6. Libretexs Español. (n.d.). 15.2: *Funciones y Teorías de la Comunicación de Masas*. URL: <https://espanol.libretexs.org/Ciencias Sociales/Ciencias Sociales/Estudios de Comunicación/Introducción a la Comunicación/La comunicación en el mundo real - Una introducción a los estudios de comunicación/15: Medios, Tecnología y Comunicación/15.02: Funciones y Teorías de la Comunicación de Masas>

Джерела ілюстративного матеріалу:

7. España, V. (n.d.). *Bimba y Lola: todo sobre la firma, la historia del talento familiar al éxito global*. Vogue España. Retrieved from <https://www.vogue.es/articulos/bimba-y-lola-historia-marca-familiar-exito-global>
8. España, V. (n.d.). *Pull & Bear: todo sobre la marca de moda accesible del grupo Inditex con espíritu juvenil*. Vogue España. Retrieved from <https://www.vogue.es/articulos/pull-and-bear-todo-sobre-la-marca-del-grupo-inditex>
9. G. I. P. (n.d.). *Massimo Dutti coquetea con el lujo y renueva su retail*. Modaes | Noticias del negocio de la moda. Retrieved from <https://www.modaes.com/empresa/massimo-dutti-coquetea-con-el-lujo-y-renueva-su-retail-con-mas-experiencia>
10. Gamo, A. (n.d.). *Hablemos de las primeras tendencias del verano que han llegado a Stradivarius*. Glamour España. Retrieved from <https://www.glamour.es/articulos/tendencias-verano-stradivarius>
11. Phillips, N. (n.d.). *El jersey de la colección de Rosalía para Pull&Bear demuestra que también con frío se puede ir perfecta*. Vogue España. Retrieved from <https://www.vogue.es/moda/tendencias/articulos/como-combinar-jersey-cuello-vuelto-pull-and-bear-coleccion-rosalia/37593>
12. Riaño, P. (n.d.). *Zara: la estrella de Inditex, al menor ritmo desde 2018*. Modaes | Noticias del negocio de la moda. Retrieved from <https://www.modaes.com/empresa/hablemos-de-zara-la-estrella-de-inditex-al-menor-ritmo-desde-2018>

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

Функціонально-прагматичний аспект лексико-семантичних засобів репрезентації іспанських модних брендів (Українською) [Funktionalno-prahmatychnyi aspekt leksyko-semantychnykh zasobiv reprezentatsii ispanskykh modnykh brendiv]

© Асаєвич І. Д. [Asaievych I. D.], irochka1900@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

1. Kravets, L. V. (n.d.). Publitsystychnyi styl. *Entsyklopediia Suchasnoi Ukrainy*. Retrieved from <https://esu.com.ua/article-882781>
2. Levytska, I. M. (2014). Manipuliatsiia u mizhospopystisnii vzaiemodii: poniattia ta zmist. *Visnyk Natsionalnoho universytetu oborony Ukrainy*, (6)43, 312–316.
3. Popova, N. M. (2014). Struktura ta funktsii kohnityvnykh metafor u movnii kartyni svitu Ispanii. *Visnyk*, (47)2, 189–195.
4. Selivanova, O. O. (2008). *Suchasna linhvistyka: napriamy ta problemy: Pidruchnyk*. Poltava: Dovkillia-K.
5. Holowtschak, N., & Kuschnirtschuk, O. (2022). Funktional-stilistische Besonderheiten der deutschen texte der Publizistik (der Modus des Verbs). *Suchasni doslidzhennia z inozemnoi filolohii*, 21-22(3-4), 17–26.
6. LibreTexts Español. (n.d.). 15.2: *Funciones y Teorías de la Comunicación de Masas*. Retrieved from https://espanol.libretexts.org/Ciencias_Sociales/Ciencias_Sociales/Estudios_de_Comunicacion/Introducción_a_la_Comunicación/La_comunicación_en_el_mundo_real_-_Una_introducción_a_los_estudios_de_comunicación/15:_Medios,_Tecnología_y_Comunicación/15.02:_Funciones_y_Teorías_de_la_Comunicación_de_Masas
7. España, V. (n.d.). *Bimba y Lola: todo sobre la firma, la historia del talento familiar al éxito global*. Vogue España. Retrieved from <https://www.vogue.es/articulos/bimba-y-lola-historia-marca-familiar-exito-global>
8. España, V. (n.d.). *Pull & Bear: todo sobre la marca de moda accesible del grupo Inditex con espíritu juvenil*. Vogue España. Retrieved from <https://www.vogue.es/articulos/pull-and-bear-todo-sobre-la-marca-del-grupo-inditex>
9. G. I. P. (n.d.). *Massimo Dutti coquetea con el lujo y renueva su retail*. Modaes | Noticias del negocio de la moda. Retrieved from <https://www.modaes.com/empresa/massimo-dutti-coquetea-con-el-lujo-y-renueva-su-retail-con-mas-experiencia>
10. Gamo, A. (n.d.). *Hablemos de las primeras tendencias del verano que han llegado a Stradivarius*. Glamour España. Retrieved from <https://www.glamour.es/articulos/tendencias-verano-stradivarius>
11. Phillips, N. (n.d.). *El jersey de la colección de Rosalía para Pull&Bear demuestra que también con frío se puede ir perfecta*. Vogue España. Retrieved from <https://www.vogue.es/moda/tendencias/articulos/como-combinar-jersey-cuello-vuelto-pull-and-bear-coleccion-rosalia/37593>
12. Riaño, P. (n.d.). *Zara: la estrella de Inditex, al menor ritmo desde 2018*. Modaes | Noticias del negocio de la moda. Retrieved from <https://www.modaes.com/empresa/hablemos-de-zara-la-estrella-de-inditex-al-menor-ritmo-desde-2018>

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

Functional and Pragmatic Aspect of Lexical and Semantic Means of Representation of Spanish Fashion Brands (in Ukrainian) [Funktsionalno-prahmatychnyi aspekt leksyko-semantychnykh zasobiv reprezentatsii ispanskykh modnykh brendiv]

© Asaievych I. D. [Asaievych I. D.], irochka1900@gmail.com

УДК 81'367:81'42:34(460)

*Стаття надійшла до редакції [Article received] – 10.02.2025 р.**Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]**Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 15.02.2025 р.**Оригінальність тексту [The originality of the text] – 92 %*<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.08>

ПРАГМАТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ МОДАЛЬНОСТІ В ІСПАНСЬКИХ ЗАКОНОДАВЧИХ ТЕКСТАХ: ВІД НАКАЗУ ДО МОЖЛИВОСТІ

Марія Сергіївна Власенко (м. Київ, Україна)

maryscrypt@gmail.com

кандидат філологічних наук, доцент кафедри романської філології

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

У статті розглядається значення модальності в іспанських законодавчих текстах із прагматичної перспективи, відображаючи спектр від наказових форм (deber) до вираження дозволу (poder) та умовності. Вивчено, як модальність регулює обов'язки, права та потенційні сценарії в таких документах, як Конституція та Цивільний кодекс Іспанії. Аналіз прагматичного аспекту модальності допомагає розкрити не лише формальний зміст правових норм, але й їхній вплив на поведінку адресатів, а також наміри законодавця. Модальність у мові – це вираження ставлення мовця до висловлювання, наприклад, через наказ, можливість, обов'язок чи заборону. У контексті законодавства ці модальні значення набувають особливого сенсу, адже саме вони визначають, як норми сприймаються, інтерпретуються та застосовуються на практиці. Прагматичне значення модальності розкриває приховані інтенції тексту. Законодавець через вибір певних мовних засобів може підкреслювати суворість норми, її гнучкість або навіть створювати амбівалентність, що може бути використано для маніпуляцій чи уникнення відповідальності. Розуміння прагматичних нюансів допомагає уникати двозначностей, підвищувати точність і доступність норм для широкого загалу, що є ключовим для ефективного правозастосування.

Ключові слова: модальність, прагматика, законодавчий текст, іспанська мова, наказ, можливість, обов'язковість.

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

Прагматичне значення модальності в іспанських законодавчих текстах: від наказу до можливості (Українською)

[Prahmatychnе znachennia modal'nosti v ispans'kykh zakonodavchykh tekstakh: vid nakazu do mozhlyvosti]

© Власенко М. С. [Vlasenko M. S.], maryscrypt@gmail.com

THE PRAGMATIC MEANING OF MODALITY IN SPANISH LEGISLATIVE TEXTS: FROM ORDER TO POSSIBILITY

Mary S. Vlasenko (Kyiv, Ukraine)

maryscrypt@gmail.com

PhD (Philology), 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

This article examines the pragmatic significance of modality in Spanish legislative texts, spanning from obligation (deber) to possibility (poder). It explores directive modality (expressing commands and duties), permissive modality (indicating rights and opportunities), and conditional modality (regulating hypothetical scenarios via subjunctive forms), alongside their syntactic features and variations across document types (e.g., Constitution, codes, decrees). The study draws on examples from Constitución Española, Código Civil, highlighting how modality shapes the communicative effectiveness of legal norms. Directive modality, prevalent in codes, ensures clarity of obligations, while permissive modality in constitutional texts underscores rights. Conditional modality, often complex due to subjunctive use, adds flexibility but risks ambiguity. The analysis reveals interpretation challenges stemming from modal ambivalence (e.g., poder as right or possibility), impacting legal application, as evidenced by judicial cases. Building on the dissertation's communicative-pragmatic framework, the study contributes to understanding modality's role in Spanish legal discourse, offering insights for linguistics and law. Future research could explore modality in digital legal texts or cross-cultural contexts.

Key words: *modality, pragmatics, legislative texts, Spanish language, obligation, permission, possibility, order.*

Вступ

Мова законодавчих текстів – це особливий стиль мовлення, який використовується для створення нормативно-правових актів, таких як закони, укази, постанови, кодекси тощо. Вона характеризується чіткістю, формальністю, однозначністю та спеціальною термінологією, щоб уникнути двозначностей і забезпечити точне розуміння змісту. Модальність як лінгвістична категорія відіграє ключову роль у формуванні прагматичного потенціалу законодавчих

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

The Pragmatic Meaning of Modality in Spanish Legislative Texts: From Order to Possibility (in Ukrainian)

[Prahmatychnе znachennia modal'nosti v ispan's'kykh zakonodavchykh tekstakh: vid nakazu do mozhlyvosti]

© Vlasenko M. S. [Vlasenko M. S.], maryscrypt@gmail.com

текстів, забезпечуючи вираження обов'язку, дозволу чи можливості. В іспанських юридичних документах модальність є інструментом, що регулює комунікативну взаємодію між державою та адресатом, відображаючи спектр від безумовних наказів до умовних ситуацій. Проблема полягає в тому, що недостатнє розуміння прагматичних аспектів модальності може ускладнити інтерпретацію норм, що має як наукове (лінгвістичне), так і практичне (правозастосовне) значення. Сучасні дослідження модальності в юридичній мові охоплюють як її семантико-синтаксичні особливості [5; 11], так і прагматичні функції [8]. Alcaraz Varó [4] наголошує на директивності як ключовій рисі правових текстів, тоді як Gotti [9] аналізує модальність у контексті міжкультурних відмінностей. Водночас невирішеною залишається детальна класифікація прагматичних значень модальних конструкцій в іспанських законах, особливо в аспекті їхньої варіативності залежно від типу документа.

Таким чином **актуальність** обраної теми зумовлена потребою глибшого розуміння модальності як засобу реалізації прагматичних цілей у законодавстві, що має значення для лінгвістики права, перекладу та судової практики, особливо в умовах глобалізації та адаптації іспанських норм до міжнародних стандартів.

Дослідження прагматичного значення модальності в іспанських законодавчих текстах є важливим для розуміння механізмів впливу нормативних актів на адресатів. Юридична мова має чітку регулятивну функцію, а модальність відіграє ключову роль у вираженні правових приписів, від категоричних зобов'язань до можливих варіантів дій. Аналіз таких конструкцій дозволяє покращити інтерпретацію законодавчих норм, сприяючи їхній більш точній адаптації в процесі правозастосування.

Метою статті є аналіз прагматичного значення модальності в іспанських законодавчих текстах через вивчення її проявів у вираженні наказу, дозволу та умовності, а також оцінка впливу цих проявів на комунікативну ефективність.

Об'єктом дослідження стали друковані тексти іспанських законів, а саме тексти Конституції Іспанії та Цивільного кодексу Іспанії.

Предметом дослідження слугували модально-часові форми, модальні конструкції та їхнє прагматичне значення в цих текстах.

Наукова новизна полягає у систематизації прагматичних функцій модальності в іспанських законах із акцентом на перехід від директивності до

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

Прагматичне значення модальності в іспанських законодавчих текстах: від наказу до можливості (Українською)

[Prahmatychnе znachennia modal'nosti v ispans'kykh zakonodavchykh tekstakh: vid nakazu do mozhlyvosti]

© Власенко М. С. [Vlasenko M. S.], maryscrypt@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

умовності, а також у виявленні проблем інтерпретації, пов'язаних із модальними засобами.

У роботі комплексно досліджується спектр модальних значень в іспанських законодавчих текстах, враховуючи не лише граматичні та лексичні особливості, а й їхню прагматичну функцію. Особливу увагу приділено переходу від імперативності до можливості, що дає змогу простежити вплив модальних засобів на юридичне тлумачення норм.

Матеріалом слугують тексти з Boletín Oficial del Estado (BOE), Código Civil, Constitución Española.

У дослідженні були застосовані такі **методи**, як прагматичний аналіз, описовий метод, порівняльний аналіз конструкцій.

Дослідження модальності в юридичних текстах активно розвивається у філології останніх десятиліть. Palmer [12] визначає модальність як вираження ставлення мовця до змісту висловлення, поділяючи її на деонтичну (обов'язок, дозвіл) та епістемічну (можливість). У контексті права Tiersma [14] підкреслює, що деонтична модальність домінує в законодавстві, забезпечуючи його директивність.

Серед сучасних праць Gibbons [8] звертає увагу на синтаксичну складність модальних конструкцій, що впливає на їхню інтерпретацію. Sánchez [13] досліджує жанрові особливості іспанських законів, але не заглиблюється у варіативність модальності. Bhatia [5] наголошує на прагматичній ролі модальності в регулюванні поведінки адресата, однак іспанський контекст залишається недостатньо висвітленим. Невирішеною частиною є детальний аналіз того, як модальність варіює від наказу до можливості в різних типах іспанських документів і які прагматичні виклики це створює, що й визначає фокус даної статті.

Основна частина: Модальність у законодавчих текстах є центральним елементом їхньої комунікативно-прагматичної спрямованості, адже вона визначає характер взаємодії між автором (державою) та адресатом (громадянами чи установами). Як зазначає Bhatia [5], юридичні тексти мають на меті не лише інформувати, а й регулювати поведінку, що робить модальність основним інструментом директивності. В іспанських законах модальність реалізує широкий спектр прагматичних функцій: від категоричних наказів до умовних можливостей.

У нашому дослідженні був зроблений порівняльний аналіз мовних засобів двох законодавчих документів – *Конституції* та *Цивільного кодексу*. Цивільний кодекс Іспанії є деталізованим нормативним документом, що регулює цивільні

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

The Pragmatic Meaning of Modality in Spanish Legislative Texts: From Order to Possibility (in Ukrainian)

[Prahmatychnе znachennia modal'nosti v ispan's'kykh zakonodavchykh tekstakh: vid nakazu do mozhlyvosti]

© Vlasenko M. S. [Vlasenko M. S.], maryscrypt@gmail.com

відносини (власність, спадщина, договори тощо). На відміну від Конституції, яка зосереджена на загальних принципах, кодекс має більш практичний і процедурний характер, що впливає на вибір граматичних часів. Виходячи з результатів дослідження, у 98 % проаналізованих прикладів уживаються лише чотири модально-часові форми: *теперішній та простий майбутній часи дійсного способу та теперішній та простий майбутній часи умовного способу*. Законодавець уживає модальні конструкції, форми теперішнього часу дійсного способу для вираження констатації факту та впевненості у достовірності викладеної інформації та форми майбутнього часу з відтінком наказовості. Іспанські законодавчі тексти спираються на обмежений набір модальних дієслів, серед яких *deber, poder, tener que i haber de*.

Як показало дослідження, у статтях Конституції превалює **дозвільна модальність**, у положеннях якої лише визнаються певні права та обов'язки, переважає констатація фактів, ствердження, попередження, дефініція, що передається адресантом завдяки теперішньому часу дійсного способу, часто через дієслово *poder*, звороти *tener derecho a, tener el deber de, estar obligado/sujeto a*:

1. *Las Cámaras pueden recibir peticiones individuales y colectivas, siempre por escrito, quedando prohibida la presentación directa por manifestaciones ciudadanas.*

2. *Las Cámaras pueden remitir al Gobierno las peticiones que reciban. El Gobierno está obligado a explicarse sobre su contenido, siempre que las Cámaras lo exijan.* [15, art.77]

Todos los españoles tienen el deber de trabajar y el derecho al trabajo, a la libre elección de profesión u oficio ... [15, art.35, 1].

Як зазначає Moréteau [11, с. 23], дозвільна модальність у праві балансує між свободою та регулюванням, що особливо помітно в конституційних нормах.

У статтях Конституції теперішній час дійсного способу вживається у 40 % проаналізованих прикладів, тоді як простий майбутній індикатив, який передає відтінки розпорядження, повинності та можливості (близької до необхідності), складає 60 %. Саме в таких випадках при перекладі на українську мову додаються українські модальні дієслова відповідного значення (*повинен, має або може*), наприклад: *La elección se verificará ... (Вибори мають здійснюватися ...); El Estado velará especialmente por ... y orientará su política ... (Держава повинна особливо піклуватися про ... та спрямовувати свою політику ...)*.

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

Прагматичне значення модальності в іспанських законодавчих текстах: від наказу до можливості (Українською)

[Prahmatychnie znachennia modal'nosti v ispans'kykh zakonodavchykh tekstakh: vid nakazu do mozhlyvosti]

© Власенко М. С. [Vlasenko M. S.], maryscrypt@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

Уживання дієслова *poder* у дієприкметникових конструкціях сприяє створенню прагматичного ефекту прихованої категоричності, оскільки, наприклад, вираз можуть *бути застосовані* порівняно з виразом повинні *бути застосованими* несе в собі значення обов'язковості, але не настільки категоричного наказу: *Sólo podrán ser alegados ante la Jurisdicción ordinaria de acuerdo con lo que dispongan las leyes que los desarrollen* [15, art. 53, 3].

У Цивільному кодексі превалює **директивна модальність**, що реалізується через дієслово *deber*, конструкції з інфінітивом *tener que/haber de+infinitivo*, вживаються пасивні конструкції (*se establecerá*), які також посилюють директивність, усуваючи суб'єктність і акцентуючи універсальність норми. Причому у 82 % з проаналізованих прикладів дієслова стоять у модально-часовій формі простого майбутнього індикативу: *Las obligaciones que nacen de los contratos tendrán la fuerza de ley entre las partes contratantes y deberán cumplirse al tenor de los mismos* [16, art. 1091]; *Del cumplimiento de las obligaciones responderá el deudor con todos sus bienes, presentes y futuros, y deberán ser enajenados para satisfacer las deudas* [16, art. 1911]; *El que por dolo o culpa incumpliere una obligación tendrá que indemnizar los daños y perjuicios causados* [16, art. 1101].

Таким чином, у законодавстві домінує деонтична модальність, що регулює обов'язки та права, хоча епістемічна модальність (ймовірність) також присутня в умовних конструкціях. За Palmer [12], деонтична модальність включає наказ (*deber*), дозвіл (*poder*) і заборону, що відповідає прагматичним цілям права. В іспанських текстах ці категорії адаптуються до формального стилю: наприклад, *tener que* набуває відтінку безумовного обов'язку, відходячи від повсякденної семантики. Прагматично модальність слугує для уникнення двозначності, що є критично важливим для правових норм [9]. Теоретичний базис дозволяє розглядати модальність як міст між мовними засобами та їхньою комунікативною функцією в законодавстві.

Умовна модальність регулює потенційні або гіпотетичні сценарії, часто за допомогою субхунтива (*incumpliere, hubiere*) у підрядних реченнях. За Butt & Benjamin [14], субхунтив у іспанській мові ідеально підходить для вираження нереальності чи можливості, що робить його ключовим у законодавстві. Прагматично це дозволяє тексту бути гнучким, передбачаючи різні ситуації.

Модальність може створювати прагматичні труднощі через амбівалентність. Наприклад, *poder* у фразі *podrán solicitar* [16, art.162] може

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

The Pragmatic Meaning of Modality in Spanish Legislative Texts: From Order to Possibility (in Ukrainian)

[Pragmatychnе znachennia modal'nosti v ispan's'kykh zakonodavchykh tekstakh: vid nakazu do mozhlyvosti]

© Vlasenko M. S. [Vlasenko M. S.], maryscrypt@gmail.com

тлумачитися як право чи практична можливість, що впливає на правозастосування. Tiersma [14] вказує, що така двозначність ускладнює сприйняття норм, особливо в судовій практиці. Кейс із рішенням Конституційного суду Іспанії (STC 123/2017) щодо тлумачення *deberá* у трудовому законодавстві ілюструє ці виклики, що підкреслює потребу в чіткості прагматичного аспекту.

Аналіз показав, що модальність в іспанських законодавчих текстах формує прагматичний спектр від наказу (*deber, tener que*) до дозволу (*podere*) і умовності (*si fuere*). Директивна модальність домінує в кодексах, забезпечуючи чіткість обов'язків, тоді як дозвільна переважає в конституційних нормах, підкреслюючи права. Умовна модальність, реалізована через субхунтив, додає гнучкості, але може ускладнювати інтерпретацію через синтаксичну складність. Проблеми амбівалентності (*podere* як право чи можливість) вказують на прагматичні виклики, що потребують уваги в правозастосуванні.

Висновки: Отже, модальність є ключовим прагматичним інструментом іспанських законодавчих текстів, що регулює відносини між державою та адресатом. Директивна модальність (*deber*) забезпечує авторитетність норм, дозвільна (*podere*) окреслює свободу, а умовна (субхунтив) уточнює гіпотетичні сценарії. Синтаксична складність модальних конструкцій сприяє точності, але створює ризик двозначності. Варіативність модальності залежно від типу документа (конституція, кодекси, укази) відображає їхні прагматичні цілі. Таким чином, модальність формує комунікативну ефективність текстів, що є основою їхньої регулятивної функції.

Подальші дослідження можуть зосередитися на порівнянні модальності в іспанських і латиноамериканських текстах, аналізі її адаптації до цифрових форматів або впливу судової практики на модальні конструкції. Ці напрями розширяють розуміння прагматичного аспекту в контексті глобалізації права та сучасних викликів.

Література:

1. Даниленко, А. (2015). *Мова права: історичний і соціолінгвістичний виміри*. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка.
2. Кравченко, Н. (2022). *Прагматична адаптація в перекладі юридичних текстів*. Київ: Видавничий дім "КМ Академія".
3. Литвин, В. (2020). *Корпусний аналіз модальності в офіційних текстах*. Львів: Видавництво Львівської політехніки.
4. Alcaraz Varó, E. (2019). *El español jurídico en el siglo XXI*. Madrid: Iustel.

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

Прагматичне значення модальності в іспанських законодавчих текстах: від наказу до можливості (Українською)
[Prahmatychnie znachennia modal'nosti v ispans'kykh zakonodavchykh tekstakh: vid nakazu do mozhlyvosti]

© Власенко М. С. [Vlasenko M. S.], maryscrypt@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

5. Bhatia, V. K. (2020). *Analysing Genre: Language Use in Professional Settings*. London: Routledge.
6. Butt, J., & Benjamin, C. (2020). *A New Reference Grammar of Modern Spanish*. London: Routledge.
7. Fernández, L. (2021). *Modalidad y pragmática en el español actual*. Barcelona: Ariel.
8. Gibbons, J. (2018). *Language and the Law: Linguistic Perspectives*. Cambridge: Cambridge University Press.
9. Gotti, M. (2020). *Legal Discourse across Cultures and Systems*. Berlin: De Gruyter.
10. Martínez, R. (2022). *Arcaísmos y formalidad en el lenguaje jurídico español*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
11. Moréteau, O. (2019). *Comparative Legal Linguistics*. New York: Springer.
12. Palmer, F. R. (2016). *Modality and the English Modals*. London: Longman.
13. Sánchez, P. (2022). *Géneros textuales en el ámbito jurídico español*. Valencia: Tirant lo Blanch.
14. Tiersma, P. (2017). *Legal Language and Interpretation*. Chicago: University of Chicago Press.

Джерела ілюстративного матеріалу:

15. CE (1978). *Constitución española*. Madrid: Ed. Nacional.
16. CC (1988). *Código Civil de España*. Madrid: JACARYAN, S.A.

References:

1. Danylenko, A. (2015). *Mova prava: istorychnyi i sotsiolinhvistychnyi vymiry*. Lviv: LNU im. Ivana Franka.
2. Kravchenko, N. (2022). *Prahmatychna adaptatsiia v perekladi yurydychnykh tekstiv*. Kyiv: Vydavnychiy dim "KM Akademiia".
3. Lytvyn, V. (2020). *Korpusnyi analiz modalnosti v ofitsiinykh tekstakh*. Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki.
4. Alcaraz Varó, E. (2019). *El español jurídico en el siglo XXI*. Madrid: Iustel.
5. Bhatia, V. K. (2020). *Analysing Genre: Language Use in Professional Settings*. London: Routledge.
6. Butt, J., & Benjamin, C. (2020). *A New Reference Grammar of Modern Spanish*. London: Routledge.
7. Fernández, L. (2021). *Modalidad y pragmática en el español actual*. Barcelona: Ariel.
8. Gibbons, J. (2018). *Language and the Law: Linguistic Perspectives*. Cambridge: Cambridge University Press.
9. Gotti, M. (2020). *Legal Discourse across Cultures and Systems*. Berlin: De Gruyter.
10. Martínez, R. (2022). *Arcaísmos y formalidad en el lenguaje jurídico español*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
11. Moréteau, O. (2019). *Comparative Legal Linguistics*. New York: Springer.
12. Palmer, F. R. (2016). *Modality and the English Modals*. London: Longman.
13. Sánchez, P. (2022). *Géneros textuales en el ámbito jurídico español*. Valencia: Tirant lo Blanch.
14. Tiersma, P. (2017). *Legal Language and Interpretation*. Chicago: University of Chicago Press.
15. CE. (1978). *Constitución española*. Madrid: Ed. Nacional.
16. CC. (1988). *Código Civil de España*. Madrid: JACARYAN, S.A.

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

The Pragmatic Meaning of Modality in Spanish Legislative Texts: From Order to Possibility (in Ukrainian)

[Prahmatychno znachennia modal'nosti v ispan's'kykh zakonodavchykh tekstakh: vid nakazu do mozhlyvosti]

© Vlasenko M. S. [Vlasenko M. S.], maryscrypt@gmail.com

УДК 811.131.1'367.633 (045)

*Стаття надійшла до редакції [Article received] – 22.02.2025 р.**Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]**Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 27.02.2025 р.**Оригінальність тексту [The originality of the text] – 95 %*<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.09>

ВНУТРІШНЬОТЕКСТОВІ СМИСЛОВІ ВІДНОШЕННЯ ПРИЙМЕННИКІВ В ІТАЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Віталіна Валентинівна Куранда (сmt. Чабани, Київська обл., Україна)

vitalina.kuranda.@knu.edu.ua

кандидат філологічних наук, доцент кафедри
італійської і французької філології та перекладу
Київський національний лінгвістичний університет
(Міністерство освіти і науки України)
03680, м. Київ, вулиця Велика Васильківська, 73.

В статті йдеться про дослідження внутрішньотекстових смислових відношень прийменників італійської мови.

Прийменники є однією з найскладніших тем для розуміння та дослідження. В італійській мові існує багато матеріалу, де розкривається значення та вживання прийменників. Але існує не багато класифікацій, які б повною мірою, у структурованій формі розкрили саме відношення прийменників в реченні, сталому виразу та у певних конструкціях.

Також у статті зібрані визначення поняття прийменника як вітчизняних, так й італійських дослідників. Тому, під прийменниками варто розуміти незмінну частину мови, яка може супроводжувати іменник, займенник, прислівник чи дієслово в інфінітиві, яка має багато різних значень.

Взявши за основу класифікацію А. Загнітко, в статті наведено класифікацію внутрішньотекстових смислових відношень, що виражаються італійськими первинними прийменниками. Базуючись на цій класифікації було виокремлено наступні відношення: просторові, темпоральні, посесивні, лімітативні, модальні, деліберативні, мотиваційні та дистрибутивні. Дана класифікація сприяє кращому розумінню відношень прийменників та їх значення у реченнях, сталих виразах та різних конструкціях.

Ключові слова: *внутрішньотекстові відношення, смислові відношення, просторові, темпоральні, посесивні, лімітативні, модальні, деліберативні, мотиваційні, дистрибутивні відношення.*

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

Внутрішньотекстові смислові відношення прийменників в італійській мові (Українською) [Vnutrishnotekstovi smyslovi vidnoshennia pryiemennykiv v italiiskii movi]

© Куранда В. В. [Kuranda V. V.], vitalina.kuranda.@knu.edu.ua

INTRA-TEXTUAL MEANINGFUL RELATIONS OF PREPOSITIONS IN ITALIAN

Vitalina V. Kuranda (Chabany, Kyiv oblast, Ukraine)

vitalina.kuranda.@knu.edu.ua

PhD (Philology), Associate Professor of the Department of Italian and French Philology and Translation
Kyiv National Linguistic University
(Ministry of Education and Science of Ukraine)
73, Velyka Vasylkivska Street, Kyiv, 03680, Ukraine

The article deals with the study of intratextual semantic relations of prepositions in the Italian language.

Prepositions are one of the most difficult topics to understand and study. In the Italian language, there is a lot of material that reveals the meaning and use of prepositions. But there are not many classifications that would fully, in a structured form, reveal the relationship of prepositions in a sentence, a fixed expression and in certain constructions.

The article collects definitions of the concept of a preposition from both domestic and Italian researchers. Therefore, prepositions should be understood as an invariable part of speech that can accompany a noun, pronoun, adverb or verb in the infinitive, which has many different meanings.

Taking the classification of A. Zagnitko as a basis, the article provides a classification of intratextual semantic relations expressed by Italian primary prepositions. Based on this classification, the following relations were distinguished: locational, temporal, possessive, limiting, modal, deliberative, motivational and distributive. This classification contributes to a better understanding of prepositional relations and their meaning in sentences, fixed expressions and various constructions.

Keywords: intratextual relations, semantic relations, locational, temporal, possessive, limiting, modal, deliberative, motivational, distributive relations.

Постановка проблеми. Однією з найскладніших для розуміння частин мови є прийменник. Проблема вживання прийменника, його характеристика та значення привертає увагу дослідників різних мов. Але й досі не існує повної класифікації вживання прийменників італійської мови. Різні дослідники по

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

Intra-Textual Meaningful Relations of Prepositions in Italian (in Ukrainian) [Vnutrishnotekstovi smyslovi vidnoshennia pryemennykiv v italiiskii movi]

© Kuranda V. V. [Kuranda V. V.], vitalina.kuranda.@knu.edu.ua

різному проводять класифікацію значень прийменника. Тому актуальність даної теми не викликає сумніву.

Мета даної статті є визначення особливостей вживання прикметників та їх значення в реченні.

Аналіз досліджень. Зацікавленість до вивчення прийменників у різних мовах ще й досі існує у сучасній лінгвістиці. Зокрема це питання досліджували такі вітчизняні лінгвісти: Алексієнко Л. А., Вихованець І. Р., Загнітко А. П., Колодяжний А. С. Серед італійських дослідників варто назвати Т. де Мауро, В. Колетті, Л. Паван, Л. Ревеллі, С. Ноккі, Р. Тартальйоне та ін.

Актуальність роботи зумовлено недостатньою вивченістю різних значень, які мають прийменники в різних реченнях та відсутністю повної їх класифікації згідно з функцією яку вони виконують саме в італійській мові.

Об'єктом дослідження слугують прийменники італійської мови.

Предметом дослідження є внутрішньотекстові смислові відношення прийменників в італійській мові.

Прийменники як частину мови проаналізовано різними вітчизняними та італійськими дослідниками. Проблема, яка виникає майже в усіх дослідницьких проєктах, полягає у значенні окремих одиниць, враховуючи їхню семантичну гнучкість, яка проявляється через помітну синтаксичну комбінованість. Це означає можливість створення численних і різноманітних синтаксичних контекстів, які важко згрупувати під одним семантичним знаменником.

Алексієнко Л. А. визначає прийменник, як службову частину мови, до якої належать слова семантичної категорії «відношення між об'єктом та іншими явищами дійсності». Граматично ця семантика регламентується синтаксичним підрядним зв'язком керування. Прийменник узагальнено вказує на різноманітні відношення між об'єктом та іншими явищами дійсності. Вживаючись з іменником, прийменник конкретизує узагальнені типи відношень [1, с. 15].

Грунтовно прийменники дослідив І. Р. Вихованець у своїх працях «Прийменникова система української мови» та «Частини мови в семантико-граматичному аспекті». Він стверджував, що в систему частин мови як слів не входять аналітичні синтаксичні морфеми, які переводять одні частини мови в інші або модифікують чи поєднують речення в межах складних синтаксичних конструкцій. До аналітичних синтаксичних морфем належать прийменники, сполучники, зв'язки і частки . [2, с. 25].

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

Внутрішньотекстові смислові відношення прийменників в італійській мові (Українською) [Vnutrishnotekstovi smyslovi vidnoshennia pryiemennykiv v italiiskii movi]

© Куранда В. В. [Kuranda V. V.], vitalina.kuranda.@knu.edu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

Автори “Курсу сучасної української літературної мови” М. А. Жовтобрюх, Б. М. Кулик визначають службову роль прийменника, яка полягає в диференціації значень відмінкових форм, уточненні синтаксичних функцій членів речення. Вони вважають, що прийменники нічого не називають та не позначають ніяких понять. Згідно з їх визначенням «Прийменником називається службове слово, яке разом з формою непрямого відмінка іменників, а також деяких числівників і займенників виражає відношення між предметами або відношення дії, стану чи ознаки до предмета. Отже, службова роль прийменників полягає в диференціації значень відмінкових форм. Разом з цими формами кожний з прийменників характеризує певне коло смислових відношень: просторових, часових, умовних, причинових, обмежувальних та ін.» [3, с. 370].

Італійські дослідники С. Ноккі та Р. Тартальйоне під прийменниками розуміють незмінну частину мови, яка може супроводжувати іменник, займенник, прислівник чи дієслово в інфінітиві, яка має багато різних значень [6, с. 57].

А. П. Загнітко у своїй статті констатує той факт, що лексичне і граматичне значення прийменників збігаються, але їх не можна вважати тотожними. Згідно з думкою дослідника, «граматичним значенням прийменника виступає реалізація ним синтаксичного зв'язку між словами, а лексичним слід вважати позначення певного відношення між предметами, дією і предметом тощо, що дозволяє зарахувати прийменники до слів-релятивів» [4, с. 122].

В аналізі семантики відношень максимально враховано особливості лексичного значення прийменників та семантичні ознаки слів, що утворюють ліво- і правобічну дистрибуції прийменково-відмінкової конструкції. У силу цього є реальною така класифікація внутрішньотекстових смислових відношень, що виражаються італійськими первинними прийменниками [5, с. 20]:

1. Просторові відношення, ядерним компонентом яких є позначення місцезрештування предмета, дії або напряму руху. Вони найбільш досліджені в сучасному мовознавстві. Залежно від реалізуваної семантики просторові відношення диференціюють на **локативні** й **адитивні**. **Локативні** відношення охоплюють позначення місця та не вказують на спрямування руху, тому їхньою основною семантичною ознакою є констатування рухової статичності [5, с. 21]:

а) **прийменник di**: зазвичай вказує на рух з певного місця. У конструкції **di ... in**, де значення «рух з певного місця» може бути переносним або мати дистрибутивний характер: *Di giorno in giorno miglioro il mio italiano. Di anno in anno diventi sempre più bella* [6, с. 57]:

б) **прийменник a**:

| | |
|---------------------|--|
| <i>Stare/Essere</i> | <i>a casa, al cinema, al museo</i> |
| | <i>a Palermo, a Torino, a Venezia</i> |
| | <i>a Trastevere, a Manhattan</i> |
| | <i>a Capri, a Cuba, a piazza Mazzini</i> |
| | <i>all'ombra, a due passi</i> |
| | <i>a tre chilometri di distanza</i> |

с) **прийменник in**: позначає розташування у певному місці: *Mi piace molto vivere in Italia*. Вживається з дієсловами, що позначають перебування у певному місці перед:

- назвами країн та континентів: *in Francia, negli Stati Uniti*
- назвами великих островів та регіонів: *in Corsica, in Emilia Romagna*
- назвами вулиць: *in Viale Marconi*

Прийменник *in* вживається також з бюрократичним значенням перед назвами міст коли означає проживання: *Le presento il dott. Silvano Roi, residente in Oslo* [6, с. 59].

д) **прийменник su**: позначає розташування у певному місці також з переносним значенням: *L'ho letto sul giornale. Sulla costa c'è molto turismo, Vorrei sedermi su una poltrona comoda* [6, с. 66].

е) **прийменник tra/fra**: зазвичай позначає розташування у проміжній позиції: *Roma è tra Firenze e Napoli. Fra pochi chilometri c'è un benzinaio*. В межах локативної функції розрізняють різні аспекти значення:

- переносно-локативне значення: *scegliere fra diverse proposte*;
- значення стосунків: *non vanno d'accordo fra loro*;
- значення компанії: *sta sempre a casa fra le sue cose*;
- причини: *tra una cosa e l'altra ho dimenticato di telefonarti*;

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

- часткове/обмежувальне: *pochi tra loro saprebbero darmi una risposta* [6, с. 67].

f) **прийменник per**: перебування у певному місці: *per terra c'è un tappeto. È caduto per terra.*

Адитивні відношення репрезентують орієнтовно-спрямовані відношення. Їхньою основною семантичною ознакою є динаміка руху [5, с. 22]:

a) **прийменник di**: у конструкціях *di là* та *di qui* означають перебування у певному місті: *Andiamo di là! Andiamo di qui!* [6, с. 57]

b) **прийменник a**:

| | |
|---------------|--|
| <i>Andare</i> | <i>a scuola, al parco, a teatro</i> |
| | <i>a Roma, a Pisa, a Budapest</i> |
| | <i>a Trastevere, a Manhattan</i> |
| | <i>a Capri, a Cuba, a piazza Mazzini</i> |
| | <i>all'ombra, a due passi</i> |
| | <i>a tre chilometri di distanza</i> [6, с. 59] |

c) **прийменник da**: позначає рух до певного місця або через певне місце: *Passo da casa a prendere la valigia. Ho guardato dal buco della serratura.* Позначає рух до людини: *Vado dai miei genitori. Stasera ceniamo tutti da Gigetto.* [6, с. 58]

d) **прийменник in**: рух в певне місце: *Vorrei andare in Australia questa estate.* Вживається з дієсловами, що позначають рух перед:

- назвами країн та континентів: *in Europa, in Italia*
- назвами великих островів та регіонів: *in Sardegna, in Toscana*
- назвами вулиць: *in Via Vazionale* [6, с. 64]

e) **прийменник su**: рух у певне місце: *Non camminare sul ciglio della strada* [6, с. 66].

f) **прийменник per**: рух у певне місце: *partiamo per Genova. Deve prendere autobus per il centro.* Рух в межах певного визначеного місця: *camminare nervosamente per la stanza. Ti ho cercato per mare e per terra.* [6, с. 68]

2. **Темпоральні (часові)** відношення позначають різний перебіг в часі [5, с. 22]:

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

Intra-Textual Meaningful Relations of Prepositions in Italian (in Ukrainian) [Vnutrishnotekstovi smyslovi vidnoshennia pryiemennykiv v italiiskii movi]

© Kuranda V. V. [Kuranda V. V.], vitalina.kuranda.@knu.edu.ua

а) **прийменник di**: виражає часове значення та особливо може бути поєднаний з назвами місяців, пор року або частин дня: *di maggio, di sera, di lunedì* [6, с. 57].

б) **прийменник a**: визначає графік, місяць, вік: *alle tre e un quarto; a gennaio; al tramonto*. Зазвичай з точністю вказує на якийсь момент: *All'ultimo minuto abbiamo vinto. Alla fine tutto è andato bene* [6, с. 58].

в) **прийменник da**: позначає часовий період якоїсь події, що є ще актуальною у момент коли йде розмова: *Mio fratello vive in Spagna da 3 anni. Ormai sono ingegnere da 12 anni*. Позначає особливий період минулого чи майбутнього життя: *da bambino; da studente; da grande* [6, с. 60].

г) **прийменник in**: виражає тривалість часу, що має певні обмеження, тобто має добре визначений початок і кінець: *In due settimane ho fatto tutto. In quel periodo stavo proprio male*. Прийменник in має часове значення:

- з назвами місяців, пір року, століттями та роками і означає «в середині чогось»: *è partito in settembre. In primavera le giornate sono più lunghe. Nel 1956 a Roma c'è stata una famosa nevicata. Un grande scrittore nato nel XIX secolo;*
- періоду протягом якого відбувався певний визначений факт: *ho finito quel lavoro in tre giorni. In quanti giorni pensi di concludere quell'affare?*
- в деяких часових сталих виразах: *in breve; in seguito; in un batter d'occhio; nel frattempo;*
- у конструкції: in articolata + l'infinito di un verbo: *Nel venire qui ho incontrato un amico (mentre stavo venendo)* [6, с. 64].

д) **прийменник su**: має часове значення у сталих літературних виразах: *sul far del giorno; sul calar della sera; sulla via del ritorno* [6, с. 66].

е) **прийменник tra/fra**: вказує на дистанцію між теперішнім моментом того, хто говорить і визначеним моментом у майбутньому. Також **tra/fra** має локативне значення: *Partirò tra dieci giorni. Fra poco è ora di andare. Fra non molto avrai mie notizie* [6, с. 67].

ж) **прийменник per**: позначає тривалість часу або тривалість певної дії чи факту: *Ha fatto freddo per tutto l'inverno*. Вказує на чітко визначений проміжок часу: *L'appuntamento è fissato per il 10 aprile*. Є синонімічним «entro» і означає дедлайн протягом якого має бути здійснена дія: *Sarò di ritorno per la prossima settimana* [6, с. 69].

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

Внутрішньотекстові смислові відношення прийменників в італійській мові (Українською) [Vnutrishnotekstovi smyslovi vidnoshennia pryiemennykiv v italiiskii movi]

© Куранда В. В. [Kuranda V. V.], vitalina.kuranda@knu.edu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

3. Посесивні відношення виражають належність одного предмета іншому [5, с. 22]:

а) **прийменник di**: вказує на власність, як у значенні володіння, так і у значенні особлива характеристика, що є властивою комусь або чомусь: *il libro di Emilia; il direttore della scuola; una persona di trent'anni* [6, с. 57].

б) **прийменник a**: вказує на володаря певного дарунку або переваги: *A me sarà utile leggere quel libro. Puoi fare un piacere ai tuoi genitori* [6, с. 58].

в) **прийменник per**: вказує на володаря певної переваги: *Hai fatto di tutto per lui. Stiamo lavorando per te* [6, с. 69].

4. Лімітативні відношення позначають обмеження дії або характеризують предмет з певного боку [5, с. 22]:

а) **прийменник di**: вказує на певну сферу або тему, окреслюючи її у співвідношенні до інших. Це лімітативне значення (що включає також значення надмірності, позбавлення чи недоліку) може стосуватися не лише теми, а також розширяться до часткового значення (обмежувальна частина чогось) або до порівняння: *privo di fascino; colpevole di omicidio; pieno di qualità; un libro di filosofia; più bello di me*. Також даний прийменник формує сталі конструкції: *borsa di studio; carta d'identità; colpo di stato; titolo di studio; disegno di legge; punto di vista*. Також вказує на особливу характеристику людини чи предмета: ця характеристика може стосуватися матеріалу, походження, якість, розміри, вік, типологія, назва: *un foglio di carta (materiale); un tipico dolce di Napoli (origine); un uomo di talento (qualità); un palazzo di sei piani (dimensioni); una donna di quarant'anni (età); un libro di economia (tipologia); l'isola di Ponza (denominazione)* [6, с. 57].

б) **прийменник a**: має лімітативне значення, що означає «обмежуючись на цьому», «враховуючи цей аспект»: *A mio parere dovremmo fare così. A giudicare dal risultato non hai fatto un gran lavoro* [6, с. 58].

5. Модальні (інструментальні) відношення позначають стан предмета або особи [5, с. 22]:

а) **прийменник di**: відповідає на питання Як? Яким способом? Використовується у сталих виразах, які іноді можуть замінювати прислівник із суфіксом -mente: *d'accordo; di corsa; di fatto; d'improvviso; di fretta; di nascosto; di moda; di persona* [6, с. 57].

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

Intra-Textual Meaningful Relations of Prepositions in Italian (in Ukrainian) [Vnutrishnotekstovi smyslovi vidnoshennia pryiemennykiv v italiiskii movi]

© Kuranda V. V. [Kuranda V. V.], vitalina.kuranda@knu.edu.ua

б) **прийменник a**: модальне значення мають певні особливі характеристики деяких продуктів, що приготовлені певним способом: *bistecca al sangue; spaghetti al tartuffo; pasta al sugo*. У виразах, що мають значення «згідно зв стилем...» та «за певною манерою», що особливо вживаються для географічного позначення: *bistecca alla fiorentina; cotoletta alla milanese; western all'italiana; fagato alla veneziana; vestirsi alla francese*. З дієсловами, що означають «говорити» (*dire, promettere, proporre, rispondere*) та «давати» (*dare, offrire, porgere, regalare*): *Hai comprato il motorino! L'hai detto a Luisa?* У конструкції *stare a + infinito*: *Stiamo ad aspettare l'autobus* [6, с. 58].

с) **прийменник in**: численні сталі вирази: *in accordo; in attesa; in aereo; in pace; in persona; in treno; in realtà; in silenzio; in piedi; in tempo; in parte*. Також може позначати спосіб одягатися: *dormire in pigiama; presentarsi in giacca e cravatta; sposarsi in bianco; vestirsi in lungo* [6, с. 63].

д) **прийменник con**: виражає спосіб або засіб за допомогою якого виконується дія або щось можна отримати: *Ho messo chiodo con un martello; Scrivo con il computer* [6, с. 65].

е) **прийменник per**: має значення способу або засобу, може також означати ціну: *società per azioni; parlare per telefono; comprare per pochi euro* [6, с. 68].

6. Деліберативні відношення окреслюють семантику об'єкта почуттів або думки [5, с. 22]:

а) **прийменник di**: набуває деліберативного відношення у конструкціях: *quello + aggettivo + di + nome* або *tanto + di + quello + nome*: *Quello stupido di tuo fratello è sempre in ritardo!* [6, с. 57]

б) **прийменник da**: виражає наслідок, результат, що впливає з чогось (часто має жартівливий характер): *un problema da ridere; bello da morire; stanco da svenire; buono da impazzire* [6, с. 62].

7. Мотиваційні відношення реалізують семантику зумовленості дії (їхня типологія значною мірою дублює різновиди детермінантів зумовленості), з-поміж яких потрібно диференціювати: **каузальні** – позначають зумовленість дії причиною, певним мотивом [5, с. 22]:

а) **прийменник di**: часто може взаємозамінюватися прийменником **da**: *morire di (dalla) noia; bruciare di (dalla) passione; tremare di (dalla) paura* [6, с. 57].

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

Внутрішньотекстові смислові відношення прийменників в італійській мові (Українською) [Vnutrishnotekstovi smyslovi vidnoshennia pryiemennykiv v italiiskii movi]

© Куранда В. В. [Kuranda V. V.], vitalina.kuranda@knu.edu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

b) прийменник **da**: позначає факт або походження певної дії: *Non riesco a parlare **dal** nervosismo* [6, с. 62].

c) прийменник **con**: *Con tutto ciò non cambio idea. Con questo io non c'entro niente. Una macchina **con** carrozzeria metalizzata* [6, с. 65].

d) прийменник **per**: *Per colpa tua non siamo arrivati in tempo; Mi sento male **per** la stanchezza; Parla così **per** ignoranza* [6, с. 69].

цільові на позначення зумовленості дії прагненням до певної мети [5, с. 22]:

a) прийменник **a**: цільове значення можуть виражати як конструкція з дієсловом *andare*, так і конструкції *aggettivo+a* та *nome+a*: *andare **a** pesca; disposto **a** tutto; sei pronto **a** partire?* [6, с. 60]

b) прийменник **in**: у деяких сталих виразах: *portare **in** dono; fare qualcosa **in** memoria di qualcuno; un momento **in** ricordo di un certo episodio* [6, с. 64].

c) прийменник **per**: виражає цільове значення як у реченнях з конструкцією *per + infinito*: *lavoro **per** vivere; non mangia **per** dimagrire; studia **per** diventare medico*, так і у виразах де прийменник *per* стоїть перед іменником: *Per paura di sbagliare preferisce tacere; Parlo **per** il tuo bene; Mi sono preparato **per** la festa* [6, с. 69].

8. Дистрибутивні (розділові, розподільні) відношення окреслюють семантику щодо кожного предмета [5, с. 21]:

a) прийменник **a**: дистрибутивні відношення проявляються у конструкції *a...a* та у виразах, де прийменник **a** має значення *кожен*: *A uno **a** uno titti i ricercati sono stati arrestati; Lavoriamo otto ore **al** giorno* [6, с. 61].

b) прийменник **per**: виражає дистрибутивне відношення і позначає відсотки: *I bambini camminano in fila **per** due; Il trenta **per** cento della popolazione* [6, с. 69].

Висновки. Отже, проаналізувавши прийменники італійської мови, їх було розподілено згідно з класифікацією А. Загнітко і виокремлено наступні відношення: просторові, темпоральні, посесивні, лімітативні, модальні, деліберативні, мотиваційні та дистрибутивні. Дана класифікація сприяє кращому розумінню відношень прийменників та їх значення у реченнях, сталих виразах та різних конструкціях. Аналіз власне самих прийменників може допомогти краще зрозуміти граматичні значення італійських прийменників, а також соціокультурні чинники життя країни, мова якої вивчається.

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

Intra-Textual Meaningful Relations of Prepositions in Italian (in Ukrainian) [Vnutrishnotekstovi smyslovi vidnoshennia pryiemennykiv v italiiskii movi]

© Kuranda V. V. [Kuranda V. V.], vitalina.kuranda.@knu.edu.ua

Перспективи подальших наукових розвідок. Оскільки в статті були проаналізовані найчастіші відношення та значення італійських прийменників, то в подальшому можна зосередитися на їх винятковому вживанні та виокремити їх класифікацію.

Література:

1. Алексієнко, Л. А. (2014). *Морфологія сучасної української мови: навч. посібник*. Київ.
2. Вихованець, І. Р. (1988). *Частини мови в семантико-граматичному аспекті*. Київ: Наукова думка.
3. Жовтобрюх, М. А. (1972). *Курс сучасної української літературної мови*. Київ: Вища школа.
4. Загнітко, А. П. (2007). *Прийменники у структурі тексту: первинні і вторинні вияви*. Донецьк: ДонНУ, 120–131.
5. Загнітко, А. П. (2018). *Мовносоціумний простір прийменника: дискурсивні практики. Лінгвістичні студії*, (35), 14–39. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/lingst_2018_35_4
6. Nocchi, S., & Tartaglione, R. (2006). *Grammatica avanzata della lingua italiana*. Firenze: Alma Edizioni.

References:

1. Aleksienko, L. A. (2014). *Morfologiya suchasnoyi ukrayinskoyi movy: navch. posibnyk* [Morphology of the modern Ukrainian language: A textbook]. Kyiv.
2. Vykhoanets, I. R. (1988). *Chastyny movy v semantyko-hramatychnomu aspekti* [Parts of speech in the semantic-grammatical aspect]. Kyiv: Naukova Dumka.
3. Zhovtobryukh, M. A. (1972). *Kurs suchasnoyi ukrayinskoyi literaturnoyi movy* [Course of the modern Ukrainian literary language]. Kyiv: Vyscha Shkola.
4. Zagnitko, A. P. (2007). *Pryimennyyky u strukturi tekstu: pervynni i vtoronni vyavy* [Prepositions in the structure of the text: Primary and secondary manifestations]. Donetsk: DonNU, 120–131.
5. Zagnitko, A. P. (2018). *Movnosotsiumnyy prostir pryimennyka: dyskursyvni praktyky* [Speech-sociological space of the preposition: Discursive practices]. *Linhvistychnyi Studii* [Linguistic Studies], (35), 14-39. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/lingst_2018_35_4
6. Nocchi, S., & Tartaglione, R. (2006). *Grammatica avanzata della lingua italiana* [Advanced grammar of the Italian language]. Firenze: Alma Edizioni.

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ
[CURRENT ISSUES IN COGNITIVE LINGUISTICS]

УДК 811.134.2'42

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 25.01.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 31.01.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 87 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.10>

ОБРАЗНИЙ КОМПОНЕНТ КОНЦЕПТУ «MISTOL» В
АРГЕНТИНСЬКОМУ ФОЛЬКЛОРІ

Ірина Анатоліївна Ломакіна (м. Київ, Україна)

lomakinairi@gmail.com

кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов

Воєнно-дипломатична академія імені Євгенія Березняка

(Міністерство оборони України)

04119, м. Київ, вул. Мельникова, 81

Концепт mistol в аргентинському фольклорі впливає на спосіб, яким сприймається навколишній світ і також сприяє взаємодії з навколишнім світом. В статті з'ясовується роль образного компоненту концепту mistol у формуванні мовної картини світу аргентинців через фольклор, вивчається, за допомогою яких інтерпретацій відбувається цей вплив, досліджено, як мова і концепт mistol взаємодіють і взаємопов'язані.

У когнітивному просторі кожної країни є рослини – символи. Вони символізують красу, слугують оберегами в негараздах, захищають, дають здоров'я, сили і натхнення, тішать у розлуці. Концепт mistol посідає чільне місце в аргентинській когнітивно-мовній картині світу, бо він є універсальною національною і духовною когнітивною одиницею.

Основні когнітивні образи в структурі концепту mistol – це «кохання» та «любов до батьківщини». Образ «кохання» в аргентинському фольклорі тісно пов'язаний з запахом квітів цього дерева і солодким смаком його плодів. Образ концепту охоплює широке інформаційне поле: «щастя», «солодке кохання», «солодка дівчина», «солодкі вуста коханої». На таку глибинну концептуалізацію mistol на аргентинському фольклорному ґрунті вказують чисельні порівняння цієї рослини з коханою дівчиною: з її устами, очами, голосом. Тобто концепту mistol притаманні

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

Figurative Component of the "Mistol" Concept in Argentine Folklore (in Ukrainian) [Образний компонент концепту "mistol" в аргентинському фольклорі]

© Lomakina I. A. [Lomakyna I. A.], lomakinairi@gmail.com

антропоморфні риси. Образ концепту *mistol* має стійкий символічний відповідник: асоціативно з людиною говоримо про красу, доброту, молодість.

Також інформаційне поле *mistol* втілює значення «мій дім», «моя місцевість, де ростуть ці дерева». Часто концепт *mistol* замінює назву місцевості на півночі Аргентини метафорично вказуючи на неї. Це дерево, що росте біля батьківської хати, стійко пов'язане із спогадами дитинства. Тому *mistol* викликає когнітивні образи «захист», «оберег», «надія». У чисельних творах йдеться про те, що це дерево є ознакою рідної землі і прикрашає її. З картиною світу багатьох інших мов співпадає сприйняття «зустрічатися під деревом», «танцювати під деревом», «відпочивати під деревом», «насолоджуватися тінню в спеку». В цьому значенні *mistol* викликає образи щастя, радості, задоволення, внутрішнього тепла, солодкого життя.

Ключові слова: концепт, образний компонент, когнітивний образ, когнітивний простір, мовна картина світу, символи кохання і батьківщини, аргентинський фольклор.

FIGURATIVE COMPONENT OF THE “MISTOL” CONCEPT IN ARGENTINE FOLKLORE

Irina A. Lomakina (Kyiv, Ukraine)

lomakinairi@gmail.com

PhD (Philology), associate professor Department of Foreign Languages

Evgeniy Bereznyak Military-Diplomatic Academy

(Ministry of Defence of Ukraine)

81 Melnikova str., Kyiv, Ukraine, 04119

The concept of mistol in Argentine folklore affects the way in which the surrounding world is perceived and also facilitates interaction with this surrounding world. The article clarifies the role of the figurative component of the concept of mistol in the formation of the linguistic picture of the world of Argentines through folklore, studies the interpretations through which this influence takes place, investigates how language and the concept of mistol interact and are interconnected.

In the cognitive space of every country there are plants which are symbols. They symbolize beauty, serve as talismans in times of trouble, protect and give health, strength and inspiration, comfort during being in other lands. The mistol concept occupies a prominent place in the Argentine cognitive-linguistic picture of the world, because it is a universal national and spiritual cognitive unit.

The main cognitive images in the structure of the mistol concept are “love” and “love for the homeland”. The image of “love” in Argentine folklore is closely connected with the smell of the flowers of this tree and the sweet taste of its fruits. The image of the concept covers a wide information field: “happiness”, “sweet love”, “sweet girl”, “sweet lips of the beloved”. Such a deep conceptualization of mistol on the Argentine folklore ground is

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

Образний компонент концепту «*mistol*» в аргентинському фольклорі (Українською) [Obraznyi komponent kontseptu "mistol" v arhyentyns'komu folklori]

© Ломакіна І. А. [Lomakyna I. A.], lomakinairi@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

indicated by numerous comparisons of this plant with a beloved girl: with her lips, eyes, voice. So the concept of mistol has its anthropomorphic features. The concept of mistol has its stable symbolic part: associatively with a person we talk about beauty, kindness and youth.

Also, the information field of mistol embodies the meaning of “my home”, “my area where these trees grow”. Often the concept mistol replaces the name of a locality in northern Argentina, metaphorically pointing to it. This tree, growing near the parental house, is firmly connected with childhood memories. Therefore, mistol evokes cognitive images of “protection”, “amulet”, “hope”. In the numerous folklore examples this tree is mentioned as a sign of this land and expresses adoring of homeland. The perception of “meeting under a tree”, “dancing under a tree”, “resting under a tree” and “enjoying the shade” coincides with the worldview of many other languages. In this meaning, mistol evokes images of happiness, joy, satisfaction, inner warmth, and a sweet life.

Key words: concept, figurative component, cognitive image, cognitive space, language picture of the world, symbols of the love and homeland, Argentine folklore.

Когнітивна лінгвістика вивчає, як мовні компоненти, такі як слова, фрази та синтаксис, пов'язані з когнітивними процесами, такими як сприйняття, мислення, пам'ять і концептуалізація. Наразі **актуальним** є вивчення концептів у когнітивній лінгвістиці. Концепт – це ключова ідея, яка виражає спосіб, яким мова відображає та структурує наше розуміння світу.

Отже, концепти в когнітивній лінгвістиці визначаються як ментальні структури, які відображають наше розуміння реальності. Вони можуть бути абстрактними (наприклад, концепт “простір”) або конкретними (наприклад, концепт “верба”). Вивчення концептів допомагає розуміти, як мова впливає на спосіб, яким ми сприймаємо навколишній світ і взаємодіємо з ним. **Наукова новизна** дослідження полягає в з'ясуванні ролі образного компоненту концепту *mistol* у формуванні мовної картини світу аргентинців через фольклор.

Концепти визначають, як люди сприймають світ, і впливають на те, як вони висловлюють свої думки та ідеї мовою. Мова створює можливість виразити і передати наші концепти, і в той же час мовна структура може впливати на формування і розвиток концептів в нашому розумінні світу.

Метою дослідження є визначення, як саме образний компонент концепту *mistol* впливає на розуміння світу носіями мови, і зокрема, за допомогою яких інтерпретацій відбувається цей вплив. З іншого боку: як образний компонент концепту впливає на його використання в піснях, поезії, тощо. **Об'єктом**

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

Figurative Component of the "Mistol" Concept in Argentine Folklore (in Ukrainian) [Образний компонент концепту "mistol" в аргентинському фольклорі]

© Lomakina I. A. [Lomakyna I. A.], lomakinairi@gmail.com

дослідження обрано концепт *mistol*, тому що він посідає чільне місце в аргентинській когнітивно-мовній картині світу, бо він є універсальною національною і духовною когнітивною одиницею. Предметом дослідження є когнітивна забарвленість, яку надає дискурсу вживання концепту *mistol*, виходячи з його характеристик, а також природа генерування нових значень під час формування мовної картини світу.

Будь-який концепт містить у собі базові компоненти, а саме образ, інформаційний зміст та інтерпретаційне поле, яке, в свою чергу поділяється на кілька зон: енциклопедична, утилітарна, регулятивна, соціально-культура пареміологічна та інші [1, 61].

Лінгвокультурна цінність концепту – знання, образи й асоціації, що нашаровуються на поняття через знаковий код мови і є суто внутрішніми в кожній мовленнєвої особистості. Концепт входить в оцінний кодекс тієї чи іншої лінгвістичної культури на відміну від поняття, яке стає лише тоді концептом, коли воно валоризується [2].

У когнітивному просторі кожної країни є рослини – символи. Вони символізують красу, слугують оберегами в негараздах, захищають, дають здоров'я, сили і натхнення, тішать у розлуці. Тобто не мають для носіїв мови суто семантичного компоненту «рослина – те, що росте». Такими для України є калина, верба, дуб, тополя, барвінок, чорнобривці. В аргентинській народній творчості часто зустрічаємо такі рослини, як *algarrobo*, *tuna*, *mistol*, *tala*, *chalchal*.

Mistol – це дерево, згадку про яке ми можемо зустріти майже в усіх фольклорних творах. Росте воно повільно, потребує багато сонця. Досягає від 5 до 10 метрів заввишки, з витонченими овальними листочками і колючками. В Україні це дерево не росте, в Аргентині росте на півночі і в центрі. Його жовті квіти мають яскравий аромат. Плоди м'ясисті, солодкі, округлі, мають 1,2-1,5 см в діаметрі і з'являються в грудні і в січні, активно використовуються місцевим населенням у приготуванні їжі, зокрема солодкого сиропу, алкогольних напоїв, десертів, соусів, сухофруктів. Крім того плоди є чудовим антидотом при укусах змій та отруйних комах. Деревина використовується для виробництва фарб і меблів [3].

В аргентинському фольклорі когнітивним образом в структурі концепту *mistol*, тісно пов'язаним з запахом його квітів і солодким смаком його плодів, є кохання. Коли чоловік закохується, він порівнює кохану жінку з квіткою *mistol*:

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

Образний компонент концепту «*mistol*» в аргентинському фольклорі (Українською) [Obraznyi komponent kontseptu "mistol" v arhyentyns'komu folklori]

© Ломакіна І. А. [Lomakyna I. A.], lomakinairi@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>*Ayer te encontré en el camino viniendo de un sueño, gustito a mistol**Agüita de lluvia en los ojos El Cristo del monte te vio**Cruzar la sombra de la luna**Querida en el alma con vientos y sol «Gustito a Mistol» [4].**Amores y mistoles siempre son mi tentación.**Amor por sus peligros mistoles por su dulzor**Juntando mistol te encontré pallana de amor de los dos**por eso es que tengo tal vez un mistol por corazón «Juntando Mistol» [5].*

Образ концепту *mistol* охоплює інформаційне поле «кохання», «щастя», саме завдяки солодкому смаку плодів дерева «солодке кохання», «солодка дівчина», «солодкі вуста коханої»:

*Amorosa flor de mi tierra**Miel santiagueña**Dulce como el mistol «La amorosa» [4].**Regreso hasta tus brazos y siento aquel calor**Tu boca tiene dulce gustito a mistol**Que se desborda mi alma en cada beso**Y siento que en mi pecho galopa el corazón «Donde hay amor no hay olvido» [5].*

На глибинну концептуалізацію *mistol* на аргентинському фольклорному ґрунті вказують чисельні порівняння з цією рослиною. Часте використання порівнянь пов'язаних з коханою: з її *устами, очами, голосом* свідчить про те, що образ концепту *mistol* має стійкий символічний відповідник: асоціативно з людиною можна говорити про красу, доброту, молодість:

*Niña santiagueña de mi corazón**Nunca olvidare tus ojos de mistol**Porque ha quedado en mi alma**Grabado el recuerdo de tu dulce voz «Mi zamba para bailar» [5].**Esta tristeza que tengo**Se llama pena de amor**Me la dio una santiagueña*

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

Figurative Component of the "Mistol" Concept in Argentine Folklore (in Ukrainian) [Obraznyi komponent kontseptu "mistol" v arhyentyns'komu folklori]

© Lomakina I. A. [Lomakyna I. A.], lomakinairi@gmail.com

Dulce como el mistol «La Penadora» [4].

Як символ рідної місцини, дерево, що росте біля батьківської хати, стійко пов'язане із спогадами дитинства, *mistol* викликає когнітивні образи «захист», «оберіг», «надія»:

Salve, mujer caminante mistoles y pumas

Te cuidan la senda «Mujer caminante» [5].

Con los frutos del mistol yo te haré un collar

Una estrella adornará hilo de cristal «La confesion chacarera» [5].

Voy buscando en el monte mi perdido corazón.

Como mis esperanzas de a unito junto el mistol «Juntando Mistol» [4].

Як символ рідної місцини *mistol* часто згадується поруч з іншими її рослинними символами: *miel de palo*, *algarrobo*, тощо:

Si llegas a mi pueblo de algarrobos y mistol

Una chaqueña te prenderá el corazón «Chaqueña» [4].

Dentro de mi rancho, colgao a un horcón, tengo un violín, tengo un violín...

Es de algarrobo, también de mistol,

hecho por mi, hecho por mi «Chacarera del rancho» [5].

Atamishqui de Chilalo de miel de palo, docka y mistol

Tierra siempre enamorada

Dulce y salada, salitre en flor «La Atamisqueña» [5].

Santiago es ancestral es leyenda y tradición

Es monte de chañar de algarrobo y de mistol «La de Los Angelitos» [4].

Santiago del Estero nunca te olvidan los que se van

Algarroba y mistol canto de los coyuoyos que hacen llorar

Mi tierra santiagueña

Dura y norteña, no hay otra igual «Zamba del quebrachal» [5].

Soy santiagueño, señores, yo no niego mi nación

en l'ala de mi sombrero

llevo chañar y mistol «Cancionero popular rioplatense» [6].

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

Образний компонент концепту «*mistol*» в аргентинському фольклорі (Українською) [Obraznyi komponent kontseptu "mistol" v arhyentyns'komu folklori]

© Ломакіна І. А. [Lomakyna I. A.], lomakinairi@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

Зв'язок «рослина-батьківщина-людина» настільки сильний і стійкий образ для фольклорної творчості, що, дійсно, є небагато творів, де б образ *mistol* не згадувався. Наприклад, в чакарері «Mi origen y mi lugar» (Моє походження і моє місце) Орасіо Банегаса колір крові порівнюється з кольором плодів містоля:
De nuevo vuelvo a sentir mi sangre color mistol
y al duende del guitarrear 'tinquearme' en el corazon [4].

У чисельних творах йдеться про те, що це дерево є ознакою цієї землі і прикрашає її:

*El monte qué lindo está, cómo hay miel de palo**Bajo los garabatos, lechiguana y chilalos**Aromas de tusca en flor perfuman la huella**Y el mistol coloreando está de adorno en la tierra* «Chacarera del Chilalo» [4].

У подальших прикладах інформаційне поле втілює значення «мій дім», «моя оселя», «моє подвір'я», «моя мала батьківщина», «моя місцевість, де ростуть ці дерева». Часто концепт *mistol* заміняє назву місцевості на півночі Аргентини метафорично вказуючи на неї:

*Dentro de mi rancho, colgao a un horcón,**tengo un violín, tengo un violín...**Es de algarrobo, también de mistol,**hecho por mi, hecho por mi* «Chacarera del rancho» [4].*Ella nació como yo en los pagos del mistol;**donde quema mucho el sol, se pita cigarro en chala,**donde se cantan vidalas**y el ser criollo es un honor* «Apología de la chacarera» [4].*Esta es la zamba alegre con bombos legüeros se acuno**Zamba con chacarera nacida en la tierra del mistol**Esta es la zamba alegre bendita del mismo corazon* «zamba alegre» [4].

Символізуючи рідну місцину *mistol* викликає образи щастя, радості, задоволення, внутрішнього тепла, солодкого життя:

*¡Achalay! mis tiempos de ayer, andar y cantar sin amor**yutiarle un destino al placer la vida gusto a mistol* «Juntando Mistol» [4].

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

Figurative Component of the "Mistol" Concept in Argentine Folklore (in Ukrainian) [Образниi komponent kontseptu "mistol" v arhyentyns'komu folklori]

© Lomakina I. A. [Lomakyna I. A.], lomakinairi@gmail.com

*Es la infancia tierra agreste ardida de sol
 Pero su huella es el acento que hoy tiene mi voz
 En ella crecen los mistoles aroma y sabor
 En ella cantan los coyuuyos como canto yo «Algarrobal y sentimiento» [4].*

Аргентинським фольклорним творам притаманно висловлювати любов до місцевої рослини ототожнюючи цю рослину з поняттям «батьківщина»:

*Soy viajera eterna, enamorada de tu Sol
 De pampa y silencio, de salinas y mistol
 Aguas que se lanzan en suicidio magistral
 Selva verde, mate amargo y humedad «La Viajera» [4].*

*Donde crecen los mistoles en la tierra santiagueña
 El sol fermenta la aloja esa que yo he de beber «Canto al sol» [4].*

*Me dan ganas de llorar si me acuerdo del mistol,
 siento el coyuuyo cantar se me oprime el corazón «Cara i' pusa» [4].*

У мовній картині світу аргентинського фольклору концепту *mistol* притаманні антропоморфні риси «дерево – людина»:

*Pero hoy que los amores me machacan sin perdón.
 Como los mistoles yo soy si me golpean me hago dulzor
 sacudido por el rigor derramo en frutos mi amor.
 Me han de juntar de a unito como se junta el mistol «Juntando Mistol» [4].*

*Echo mis coplas al viento por donde quiera que voy
 Soy árbol lleno de frutos como plantita 'e mistol «Chacarera de las piedras» [4].*

З картиною світу багатьох інших мов співпадає сприйняття «зустрічатися під деревом», танцювати під деревом», «відпочивати під деревом», «насолоджуватися тінню в спеку»:

*Soy chacarera carne de la Salamanca
 sangre de algarrobos fermentan en mi corazón.
 Fiebre de arenas encendida en los tinales
 senderito i'cabras durmiéndose bajo un mistol «La Humilde» [4].*

*En los ranchos nació. Me llaman: El bandeño
 Algún mistol supo acunarme de changuito, en mis sueños «Grito Santiagueño» [4].*

Varios paisanos bailaban debajo de un viejo mistol

corre el vino al pasar

baile de allá no hay otra fiesta mejor «La Barranquera» [5].

Висновки. Концепт відображає національно-культурну специфіку народу та представляє собою одиницю пізнання та інформаційної структури, що відображає людський досвід. Концепт *mistol* посідає чільне місце в аргентинській когнітивно-мовній картині світу. Уявлення, що містяться в ньому, мають екзистенційне значення як для окремої людини так і для нації загалом. Концепт *mistol* – національна, духовна, універсальна когнітивна одиниця.

Основні когнітивні образи в структурі концепту *mistol* – це «кохання» та «любов до батьківщини». Образ «кохання» в аргентинському фольклорі тісно пов'язаний з запахом квітів цього дерева і солодким смаком його плодів. Тому образ концепту охоплює широке інформаційне поле: «щастя», «солодке кохання», «солодка дівчина», «солодкі вуста коханої». На таку глибинну концептуалізацію *mistol* на аргентинському фольклорному ґрунті вказують чисельні порівняння цієї рослини з коханою дівчиною: з її *устами, очами, голосом*. Тобто мовній картині світу аргентинського фольклору концепту *mistol* притаманні антропоморфні риси «дерево – людина». Зазначене свідчить про те, що образ концепту *mistol* має стійкий символічний відповідник: асоціативно з людиною можна говорити про красу, доброту, молодість.

Аргентинським фольклорним творам притаманно висловлювати любов до місцевої рослини ототожнюючи цю рослину з поняттям «батьківщина». Інформаційне поле втілює значення «мій дім», «моя оселя», «моє подвір'я», «моя мала батьківщина», «моя місцевість, де ростуть ці дерева». Часто концепт *mistol* замінює назву місцевості на півночі Аргентини метафорично вказуючи на неї. Як символ рідної місцини, це дерево, що росте біля батьківської хати, стійко пов'язане із спогадами дитинства. Тому *mistol* викликає когнітивні образи «захист», «оберіг», «надія». У чисельних творах йдеться про те, що це дерево є ознакою цієї землі і прикрашає її. З картиною світу багатьох інших мов співпадає сприйняття «зустрічатися під деревом», «танцювати під деревом», «відпочивати під деревом», «насолоджуватися тінню в спеку». В цьому значенні *mistol* викликає образи щастя, радості, задоволення, внутрішнього тепла,

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

Figurative Component of the "Mistol" Concept in Argentine Folklore (in Ukrainian) [Obraznyi komponent kontseptu "mistol" v arhyentyns'komu folklori]

© Lomakina I. A. [Lomakyna I. A.], lomakinairi@gmail.com

солодкого життя. Також *mistol* часто згадується поруч з іншими рослинними символами батьківщини: *miel de palo*, *algarrobo*, тощо.

Перспективним вважаємо подальше вивчення образного компоненту концепту ДЕРЕВО в межах фольклору з метою виявити відображення мовною моделлю світу цього фрагмента дійсності. Треба відмітити, що фольклор не тільки відображає когнітивну картину світу носіїв мови, але й генерує нові значення. Тому перелік когнітивних образів окремих концептів, зокрема *mistol* завжди буде неповним.

Література:

1. Джеріх, О. С. (2018). «Концепт» у сучасній когнітивній лінгвістиці та лінгвокультурології: поняття та структура. Типологія мовних значень у діахронічному та зіставному аспектах, 35–36, 61–69.
2. Приходько, А. М. (2008). Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя: Прем'єр.
3. Arboles del Chaco. (n.d.). *Rhamnaceae*. Retrieved from <https://arbolesdelchaco.blogspot.com/search/label/Rhamnaceae>
4. La Cuerda. (n.d.). *Buscar acordes de "algarrobo"*. Retrieved from <https://acordes.lacuerda.net/busca.php?exp=algarrobo&canc=0&ord=0&ini=0>
5. Cancioneros.com. (n.d.). *Buscar letras de "algarrobo"*. Retrieved from <https://www.cancioneros.com/letras/buscar.php?CT=algarrobo&x=11&y=16>
6. Folklore y Tradiciones. (n.d.). *Cancionero Popular Rioplatense, Tomo I*. Retrieved from <https://www.folkloretradiciones.com.ar/literatura/Cancionero%20Popular%20Rioplatense%20Tomo%20I.pdf>

References:

1. Dzherih, O. S. (2018). "Koncept" u suchasnij kognitivnij lingvistici ta lingvokul'turologii: ponjattja ta struktura. Typologija movnih znachen' u diahronichnomu ta zistavnomu aspektah, 35–36, 61–69.
2. Prihod'ko, A. M. (2008). *Koncepti i konceptosistemi v kognitivno-diskursivnij paradigmi lingvistiki*. Zaporizhzhja: Prem'er.
3. Arboles del Chaco. (n.d.). *Rhamnaceae*. Retrieved from <https://arbolesdelchaco.blogspot.com/search/label/Rhamnaceae>
4. La Cuerda. (n.d.). *Buscar acordes de "algarrobo"*. Retrieved from <https://acordes.lacuerda.net/busca.php?exp=algarrobo&canc=0&ord=0&ini=0>
5. Cancioneros.com. (n.d.). *Buscar letras de "algarrobo"*. Retrieved from <https://www.cancioneros.com/letras/buscar.php?CT=algarrobo&x=11&y=16>
6. Folklore y Tradiciones. (n.d.). *Cancionero Popular Rioplatense, Tomo I*. Retrieved from <https://www.folkloretradiciones.com.ar/literatura/Cancionero%20Popular%20Rioplatense%20Tomo%20I.pdf>

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

Образний компонент концепту «*mistol*» в аргентинському фольклорі (Українською) [Obraznyi komponent kontseptu "mistol" v arhyentyns'komu folklori]

© Ломакіна І. А. [Lomakyna I. A.], lomakinairi@gmail.com

УДК 811.134.2

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 20.02.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 24.02.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 87 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.11>

ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ КОНЦЕПТУ “INDIOS” У МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ ІСПАНЦІВ ДОБИ ЗОЛОТОГО ВІКУ

Сергій Сергійович Операйло (м. Київ, Україна)

operailo303@gmail.com

магістрант кафедри романської філології

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

У статті досліджується значення концепту “indios” у мовній картині світу іспанців доби Золотої віку. Дослідження проводиться на матеріалі історичних джерел XVI ст. Розглядаються лінгвістичні засоби, що вербалізують когнітивний зміст поняття “indios” шляхом мовного вираження. Здійснюється аналіз прикладів, що розкривають неоднозначність сприйняття концепту “indios” у тогочасному іспаномовному суспільстві, на базі чого формується уявлення про три диференційовані моделі світосприйняття іспанців XVI ст. Результати аналізу відкривають нові перспективи для подальших досліджень мовної картини світу іспанців доби Золотої віку, яка відображає витоки елементів сучасної свідомості.

Ключові слова: лінгвокультурологічний аналіз, семантико-когнітивний аналіз, концепт, іспаномовна картина світу, Іспанія доби Золотої віку,

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

Linguocultural Analysis of the Concept of “Indios” in the Linguistic Worldview of Spaniards During the Golden Age

(in Ukrainian) [Linhvokulturolohichnyi analiz kontseptu "indios" u movnii kartyni svitu ispanciv doby Zolotoho viku]

© Operailo S. S. [Operailo S. S.], operailo303@gmail.com

LINGUOCULTURAL ANALYSIS OF THE CONCEPT OF “INDIOS” IN THE LINGUISTIC WORLDVIEW OF SPANIARDS DURING THE GOLDEN AGE

Serhii Serhiiovych Operailo (Kyiv, Ukraine)

operailo303@gmail.com

Master student at 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 examines the meaning of the concept of "indios" in the linguistic worldview of Spaniards during the Golden Age. The research is based on historical sources from the 16th century. It analyzes the linguistic means that verbalize the cognitive content of the concept of "indios" through linguistic expression. The analysis of examples reveals the ambiguity of the perception of the concept of "indios" in the Spanish-speaking society of that time, allowing for the identification of three differentiated models of world perception among 16th-century Spaniards. The findings of the study open new perspectives for further research on the linguistic worldview of Spaniards during the Golden Age, which reflects the origins of certain elements of the nation's modern consciousness.

Keywords: *linguocultural analysis, semantic-cognitive analysis, concept, Spanish linguistic worldview, Spain during the Golden Age,*

Вступ. Починаючи з кінця XV століття, іспанці, як народ і як культурна спільнота, почали поступово досліджувати, підкоряти та заселяти нещодавно відкритий Колумбом континент. Нові сорти побутової продукції на кшталт какао, кави, кукурудзи, тощо, а також безмежна кількість нетронутих покладів різноманітних корисних копалин, а в особливості золота, робили ці землі надзвичайно привабливими – як для іспанської Корони, так і для різного роду ідальго, які тільки-но завершили відвоювання своїх земель в мусульман. Однак опинившись на іншому боці Атлантичного океану, іспанці збагнули, що їм доведеться контактувати з місцевим населенням. Їхній незвичний зовнішній вигляд, їхній відсталий технологічний розвиток, їхній дещо примітивний спосіб життя, та особлива їхні жорстокі обряди та традиції, викликали не тільки в конкістадорів, а й у всього іспанського народу дуже неоднозначну реакцію: в когось це викликало відразу, в когось – співчуття, а в когось – справжню ненависть. Саме цю неоднозначність у сприйнятті індіанців як концепту я б

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

Лінгвокультурологічний аналіз концепту “indios” у мовній картині світу іспанців доби Золотого віку
(Українською) [Linhvokulturolohichnyi analiz kontseptu "indios" u movnii kartyni svitu ispantsiv doby Zolotoho viku]

© Операйло С. С. [Operailo S. S.], operailo303@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

хотів дослідити у цій статті. **Актуальність дослідження** зумовлюється необхідністю розуміння витоків формування сучасного світогляду як іспанців, так і народів Латинської Америки.

Метою дослідження є аналіз лінгвокультурологічного концепту у мовній картині світу іспанців Золотого віку для встановлення його особливостей. **Об'єктом дослідження** є лінгвокультурологічний концепт "indios". **Предметом** – його поняттєвий, асоціативний та оцінний компоненти.

Дослідження виконано **на матеріалі** історичних джерел: "Cartas de relación de la conquista de México" (Hernán Cortés, 1519-1526), "Relación de las Cosas de Yucatán" (Diego de Landa, 1566), "Democrates Segundo, O De Las Justas Causas" (Juan Ginés de Sepúlveda, 1550).

Новизна дослідження полягає у встановленні існування секулярної, духовної та філософської моделей тогочасного світогляду, на основі яких концепт "indios" розвивався в подальшому.

Методи дослідження включають метод суцільної вибірки, семантико-когнітивний аналіз для встановлення когнітивних ознак концепту.

Основний зміст. Когнітивна лінгвістика – наука, що вивчає комплексний взаємозв'язок між мовою та мисленням. Головною оперативною одиницею цієї науки виступає "концепт", який, за Т. Вільчинською можна визначити як "мисленневе утворення, що заміщує нам у процесі думки невизначену кількість предметів одного й того ж порядку" [4, с. 26]. Процес концептуалізації навколишнього світу включає в себе категоризацію об'єктів за певними ознаками та зосередження когнітивної діяльності людини саме на цих специфічних деталях. При цьому, сам концепт є набагато більше, аніж та його частина, що людина вбирає до своєї свідомості. Концепт є комплексною структурою, що складається з безмірної кількості когнітивних ознак, що вибірково актуалізуються індивідами у різних комунікативних ситуаціях, але ніколи не реалізуються у повній мірі, оскільки кожен концепт може мати кілька значень. Таким чином, концепт "корінного індіанського населення, що проживає в межах сучасної Латинської Америки" може мати різне значення у свідомості того чи іншого іспанця.

Когнітивна лінгвістика ставить собі за мету сформувати ментальну репрезентацію того чи іншого концепту, використовуючи лексико-семантичний аналіз на відтворенні концепту у мовленні – або ж його вербалізації.

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

Linguocultural Analysis of the Concept of "Indios" in the Linguistic Worldview of Spaniards During the Golden Age
(in Ukrainian) [Linhvokulturolohichnyi analiz kontseptu "indios" u movnii kartyni svitu ispantsiv doby Zolotoho viku]

© Operailo S. S. [Operailo S. S.], operailo303@gmail.com

Досліджуючи вербалізацію концепту, когнітивна лінгвістика дозволяє нам зазирнути у ментальний світ індивіда чи групи індивідів, в якому інформація сприймається, оброблюється та згодом відтворюється у реальний світ, у своєму власному, словесному вигляді. Однак зазвичай концепт не виражається індивідом у всій своїй сутності одним словом чи реченням – саме для цього нам необхідно аналізувати велику кількість різноманітних мовних одиниць, що вербалізують ту чи іншу сторону концепту. Тільки після того, як ми зібрали достатню кількість вербалізованих “образів концепту”, ми можемо перейти до наступного й останнього етапу, а саме когнітивної інтерпретації концепту, що полягає у відтворенні концепту в межах сприйняття індивіда чи групи індивідів на базі проаналізованих даних.

Питання когнітивної лінгвістики в Україні також досліджували С. А. Жаботинська, О. М. Кагановська, О. І. Морозова, В. Г. Ніконова, А. М. Приходько, Т. В. Радзівська, О. О. Селіванова. Також, питаннями когнітивної лінгвістики за кордоном займалися такі вчені як Ф. Гарсія Хурадо, Дж. Лакофф, Ф. Руїс де Мендоса, та інші.

Матеріал, на базі якого буде проводитися дослідження, представлений трьома історичними джерелами: першим листом Фернандо Кортеса з колекції “Cartas de relación de la conquista de México”, “Relación de las Cosas de Yucatán” Дієго де Ланди та “Democrates Segundo, O De Las Justas Causas” Хуана Хінеса де Сепульведи. Перше джерело представляє собою листа відомого іспанського аделантадо Фернандо Кортеса іспанській Короні, в якому він розповідає про свою першу подорож до Юкатану. Друге джерело, написане францисканським ченцем Дієго де Ландою, розповідає про історію провінції Юкатан та про життя та звичаї місцевих індіанців. Третє джерело є працею іспанського філософа-гуманіста Хуана Хінеса де Сепульведи, в якому він намагається дати виправдання іспанській конквісті Нового Світу.

В цій статті досліджуватиметься концепт, який найбільш загально можна охарактеризувати лексемою: “корінне індіанське населення, що проживає в межах сучасної Латинської Америки”. Почнемо аналіз з праці Фернандо Кортеса. Перш за все, варто розглянути номінативне поле концепту. Серед 57 зафіксованих інстанцій вербалізації цього концепту, найбільш уживаним терміном, й отож його ядром стала лексема “*los indios*”, що був використаний у 43 випадках вербалізації. До ближньої периферії входить лексема “*los naturales*”

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

Лінгвокультурологічний аналіз концепту “*indios*” у мовній картині світу іспанців доби Золотого віку
(Українською) [Linhvokulturolohichnyi analiz kontseptu “*indios*” u movnii kartyni svitu ispantsiv doby Zolotoho viku]

© Операйло С. С. [Operailo S. S.], operailo303@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

(10 вживань), “*la gente*” (2 вживань), та “*sodomitas*”, “*gentes bárbaros*”, “*súbditos de aquel señor*”, кожна з яких має один випадок використання в тексті, й отожд належить до віддаленої периферії, позначеної використанням у специфічних контекстах та з емоційним забарвленням, про які ми поговоримо пізніше.

Етимологія терміну “*los indios*” є досить заплутаною і насправді є так званим “місномером” (*misnomer*) – термін з англійської мови, що позначає надане об’єкту найменування, яке аж ніяк не описує його справжньої сутності. Своїм значенням він завдячує географічній помилці іспанських картографів. Перед своїм першим відпливтом, Христофор Колумб був проінформований, що тримаючись зазначеного шляху він дістанеться півострову Індостан. Отожд Колумб, вперше ступивши на землі Нового Світу, подумав що він нарешті потрапив до легендарної, в уяві європейців, Індії. Таким чином, термін “*los indios*” буквально означає “народ Індії”.

Найбільш уживаним дієсловом, що Кортес використовує щоб звернутися до індіанців, виявилось “*rogar*” та його форми, що з’явилися в першому листі аж 7 разів. “*Rogar*”, що в перекладі з іспанської означає “молити” або ж “відчайдушно просити”, “наполегливо просити”, використовується Кортесом у таких випадках: “...*y para esto les (a los indios) rogaba que no dejasen y tuviesen por bien que saltásemos en tierra, porque no teníamos dónde dormir...*” [1, с. 22], “...*y que les tornaba a rogar que no recibiesen pena dello ni le defendiesen la entrada...*” [1, с. 22]. Використання такого звернення, що зменшує собівартісність іспанця, може натякати на два потенційні висновки. По-перше, молити можна когось, хто або ж сильніший, або ж більший за тебе – й з записів Кортеса ми нерідко бачимо картину де іспанське військо з 400 осіб протиставляється тисячам індіанців, отожд не виключено, що конкістадори просто боялися ставити вимоги корінному народові. По-друге, якщо ж іспанці не мали страху перед індіанцями, тоді з іншого боку, молити можна супротивника, з яким ти не хочеш вступати у конфлікт, що вельми можливо у нашому випадку.

Кортес описує індіанців як народ войовничий, зокрема такими лексемами: “*indios puestos de guerra*”, “*la gente de guerra*”, “*pusieron en manera de batalla*”, “*hombres de pelea*”, а також висока частота (11 вживань) використання дієслова “*pelear*” та його форм: “...*y peleamos con ellos, y ellos con nosotros, todo el día...*” [1, с. 41], “...*y habiendo dos horas que estaban peleando todos con los indios, llegó el capitán Fernando Cortés...*” [1, с. 24], “*Y viendo esto los naturales de aquella tierra,*

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

Linguocultural Analysis of the Concept of “Indios” in the Linguistic Worldview of Spaniards During the Golden Age

(in Ukrainian) [Linhvokulturolohichnyi analiz kontseptu “indios” u movnii kartyni svitu ispansiv doby Zolotoho viku]

© Operailo S. S. [Operailo S. S., operailo303@gmail.com]

pelearon otro día por la mañana con ellos...” [1, с. 14]. Однак при тому, що індіанці, в його розумінні, постають гарними воїнами, вони аж ніяк не виглядають агресивними, скоріше народом, що просто хотів захистити свою землю.

Не тільки в Кортеса, але й в багатьох інших його сучасників, іспанці постають прив'язаними до якоїсь землі, що частіше всього виражається прийменником “de” або сполучником “que” після вербалізатора концепту: “*la gente desta tierra*”, “*los indios de pueblo*”, “*los naturales de la dicha tierra*”, “*alguno de aquella tierra*”, “*la gente que la (la tierra) posee*”. Номінатор “*los naturales*” в Кортеса взагалі не вживається без сполучення “*de la dicha tierra*”. Окрім цього, в Кортеса також часто (5 вживань) зустрічається дієслово “*defender*” та його форми, яке майже кожен раз (4 з 5 вживань) поєднується із словосполученням “*la entrada a su pueblo*”: “*Y luego que los vieron venir los naturales de la tierra, se pusieron en manera de batalla cerca de su pueblo para les defender la entrada...*” [1, с. 16], “*...halló los indios ... diciendo que nos fuésemos de su tierra; si no, si queríamos guerra, que comenzásemos luego, porque ellos eran hombres para defender su pueblo*” [1, с. 22]. Таким чином, хоча й у листах Кортеса індіанці виглядають досить войовничими, ним це сприймається скоріше як потреба захистити власний дім, аніж відкрита агресія до іспанців як таких.

Деяким тубільцям він навіть давав свою позитивну оцінку словосполученням “*bien recibidos por*”: “*...y allí fueron bien recibidos de los naturales de la tierra*” [1, с. 14], “*...y tengo por cierto que todos los españoles que de aquí adelante a la dicha isla vinieron serán tan bien recibidos...*” [1, с. 21]. Хоча зазвичай таку позитивну оцінку він дає лише тим місцевим, які підкорилися іспанській Короні. Так, утилітарне значення індіанців для Кортеса розкривається дієсловами “*servir*” (11 вживань), “*obedecer*” (5 вживань) та словосполученням “*ser vasallos*” (5 вживань), а також їхніми формами, часто поєднане з реципієнтом – “*a vuestras altezas*”, або ж “*a Dios*”: “*Les (a los indios) dijo que no iba a hacerles mal ni daño alguno, sino ... para que viniesen en conocimiento de nuestra santa fé católica, y para que fuesen vasallos de vuestras majestades y les serviesen y obedeciesen como lo hace todos los indios y gentas destas partes que están pobladas de españoles*” [1, с. 18]. Кінцевою метою іспанців, таким чином, є скоріше не підкорення корінних народів Америки грубою силою, а скоріше

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

Лінгвокультурологічний аналіз концепту “*indios*” у мовній картині світу іспанців доби Золотого віку (Українською) [Linhvokulturolohichnyi analiz kontseptu “*indios*” u movnii kartyni svitu ispantsiv doby Zolotoho viku]© Операйло С. С. [Operailo S. S.], operailo303@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

приурочення їх до католицької віри та їхній перехід під опіку іспанських монархів.

З іншої сторони, надзвичайно сильну негативну оцінку Кортеса у вигляді зневажливих назв типу “*sodomitas*” чи “*gentes bárbaras*”, отримують релігійні обряди індіанців. У тексті ці обряди в основному втілюються за допомогою великої різноманітності дієслів, як наприклад “*tener*”, “*adorar*”, “*ofrecer a*”, “*pedir a*”, які спрямовані першочергово на “*sus ídolos*”. У своєму листі Кортес описує страшні ритуали в яких осіб, вибраних для жертви, членують, виривають з їхніх грудин серця, вмиваються кров’ю тощо. Про це він відзивається як: “... (*los indios*) *tienen otra cosa horrible y abominable y digna de ser punida ...*”. Однак при цьому, він же несподівано позитивно ставиться до релігійного запалу, з яким вони шанують своїх богів, використовуючи підсилюючу лексему “*tanto*” та умовне речення: “...*porque es cierto que si con tanta fe y fervor y diligencia a Dios sirviesen, ellos harían muchos milagros*” [1, с. 30].

З інших когнітивних ознак, які варто було б згадати, можна назвати певну боягузливість індіанців та уявлення про великі запаси золота цього народу. Кортес описує індіанців як “*mu muy recatados*” – у тому сенсі, що вони дуже невпевнено контактують з іспанцями – а також часто описує землі деяких племен як “*despoblado sin gente, como si nunca hubiera sido habitado de persona alguna*” [1, с. 18], які, про що сказано пізніше, такими стають після новин про прибуття іспанців. Де Ланда також робить коментар щодо боягузливості індіанців: “...*vivían en estas congregaciones por miedo de sus enemigos...*” [2, сар. XVI]. Улюбленим місцем, куди втікають індіанці, вочевидь є “*los montes*”, між якими вони ховаються не лише в Кортеса, але й в деяких інших авторів: “...*y otro día, siguiente, según pareció, dejaron el pueblo los dichos indios, y acogieron al monte*” [1, с. 15], “...*y que la gente viendo tanto navío y salir los soldados a tierra, huyó a los montes*” [2, сар. IV]. Щодо золота, у своїх зустрічах з індіанцями Кортес часто згадує про “*joyas de oro*” (8 вживань), які іспанці отримують в якості подарунку.

Таким чином, можна сформуванати картину сприйняття Фернандо Кортесом концепту “*los indios*”:

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

Linguocultural Analysis of the Concept of “Indios” in the Linguistic Worldview of Spaniards During the Golden Age

(in Ukrainian) [Linhvokulturolohichnyi analiz kontseptu “indios” u movnii kartyni svitu ispantsiv doby Zolotoho viku]

© Operailo S. S. [Operailo S. S., operailo303@gmail.com]

- Концепт представлений такими когнітивними ознаками: войовничі, територіальні, не агресивні, захищають свою землю, гарно приймають гостей, безбожні, віддані, побожні, боягузливі.
- Концепт як образ постає у вигляді розкиданих племен, члени яких готові віддано захищати свою землю, та які мають великі родовища золота.
- Утилітарним сенсом концепту є встановлення контакту з корінними племенами та підкорення їх владі іспанської Корони, з подальшою їхньою християнізацією.

Наступним джерелом вартим аналізу є “Relación de las cosas de Yucatán” авторства ченця Дієго де Ланди. Номінативне поле в цьому джерелі є досить схожим на номінативне поле листа Кортеса: ядром номінативного поля концепту виступає “*los indios*”, який був використаний 175 рази; за ним йде “*la gente*” з 84 випадками використання. “*Los naturales*” було використано всього 8 разів, а решта згадується ще рідше: “*esclavos*” (5 вживань), “*idólatras*” (2 вживань), “*los indígenas*” (1 вживання), “*repartidos*” (1 вживання). Більш часте використання “*la gente*” за “*los naturales*”, тобто за лексему, яка до цього переважала в попередньому тексті, може бути пов’язане із більш фамільярним забарвленням самого терміну. “*La gente*”, який можна перекласти як “народ”, або ж “люд”, звучить більш побутово, на противагу “народові, що походить з того місця”.

Де Ланда, описуючи досвід контакту індіанців з іспанцями, частіше всього використовує дієслова “*alterar*” (5 вживань) та “*alzarse*” (4 вживань) у контексті “підняти повстання”. Використовує він їх, однак, без негативного забарвлення, адже одночасно він перераховує ряд іспанських злочинів, що ті чинили проти корінного народу: “*hicieron castigos*”, “*castigaron a*”, “*quemaron vivos*”, “*prendieron a*” та “*ahorcaron*”. Чернець щодо цих знущань використовує словосполучення “*muu crueles*” та “*(que fueron hecho) con la mayor inhumanidad del mundo*”. Індіанцям же він навпаки співчуває, називаючи їх “*pobre gente*” та “*las más desventuradas*”, розповідаючи, що вони “*no tuvieran culpa*”, та використовуючи прислівник “*pesadamente*”, щоб виразити своє невдоволення індіанським горем: “*Que los indios recibían pesadamente el yugo de la servidumbre...*”. Врешті-решт, він навіть визнає що індіанці “*tenían razón a defender su libertad*”.

Сама по собі праця де Ланди слугує чудовим джерелом для дослідження індіанського побуту, до якого він, здебільшого, ставиться абсолютно позитивно.

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

Лінгвокультурологічний аналіз концепту “*indios*” у мовній картині світу іспанців доби Золотого віку
(Українською) [Linhvokulturolohichnyi analiz kontseptu "indios" u movnii kartyni svitu ispantsiv doby Zolotoho viku]

© Операйло С. С. [Operailo S. S.], operailo303@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

Найбільш вживаним прикметником в його дискурсі виступає “*bueno*” (54 вживань). Так, щоб розповісти про гарні звичаї індіанці він використовує “*tienen la buena costumbre*” або ж “*era cosa admirable*”, а щоб зробити комплімент їхній архітектурі, він використовує “*buen edificio*”: “...*hizo dentro del mar un buen edificio al modo del de Chichenizá...*” [2, cap. VI], а також “*Que en Yucatán hay muchos edificios de gran hermosura que es la cosa más señalada que se ha descubierto en las Indias...*” [2, cap. V]. Також він описує місцеві народи як “*valientes y bravos*”, “*diestros*” та “*mu y partidos y hospitalarios*”. В цілому, крізь строки масштабного та детального опису стилю життя корінного народу, простежується глибока повага та любов францисканця до цих людей, що виражається, нехай, навіть у тому, що він розрізняє “*los indios*” як окремий народ, використовуючи до них антонім “*otras naciones*”: “*Que estos edificios no son hechos por otras naciones sino por indios...*” [2, cap. V]. Враховуючи що Дієго де Ланда використовує лексему “*nuestra nación*” посилаючись на Іспанську імперію, цілком ймовірно, що вважаючи індіанців за “*nación*” він одночасно класифікував їх як свого роду досить розвинуту цивілізацію, що до приходу іспанців встигла розвинути у багатьох культурних та наукових напрямках.

Однак при цьому, де Ланда, як і Кортес, дуже негативно відзивається щодо релігійних обрядів індіанців, називаючи їх “*sus malas costumbres*” та “*los vicios de los indios*”. Та на відміну від нього, де Ланда не тримає зла на тубільців, й замість цього в усіх безбожних злодіяннях звинувачує насамперед “*el demonio*” або ж “*los demonios*”, які згадуються в тексті аж цілих 78 разів. У процесі читання стає зрозуміло, що таким терміном він позначає індіанських богів та ідолів, так як називає деяких з них за іменами – “*Zacahuauyab*”, “*Zacacantun*”, “*Yzamná*”, тощо. Очевидно ці боги постають в де Ланди як злі удавальники, які заманюють наївних аборигенів до гріховної пастки, на що нам вказують дієслова, що поєднуються з лексемою “*los demonios*” – “*engañar*”, “*mandar*”, а також інші лексеми, типу “*superstición*” та “*falsedades*”: “*Y el demonio, que en esto como en las demás cosas los engañaba, los señaló los servicios y ofrendas...*” [2, cap. XXXIV], “...*para cuyo remedio los mandaba el demonio ofrecerle ardillas y un paramento sin labores...*” [2, cap. XXXVI], “*De manera que veneraban a estos sus Katunes 20 años y 10 se regían por sus supersticiones y engaños, los cuales eran tantos y tan bastantes para engañar a gente simple...*” [2, cap. XLI]. Самих же індіанців він жаліє, називаючи їх “*pobre gente*” та “*gente simple*”, наголошуючи

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

Linguocultural Analysis of the Concept of “Indios” in the Linguistic Worldview of Spaniards During the Golden Age

(in Ukrainian) [Linhvokulturolohichnyi analiz kontseptu "indios" u movnii kartyni svitu ispanstiv doby Zolotoho viku]

© Operailo S. S. [Operailo S. S., operailo303@gmail.com]

на їхній наївності та необізнаності, та всіляку підкреслюючи важливість їхньої найшвидшої індоктринації. На щастя, з цим особливих проблем не було, адже судячи з його ж слів ченці-бідняки користувалися особливою популярністю в місцевих племенах: “...*los indios estuviesen muy bien con los frailes...*” [2, сар. XVII]; “...*se recogían los que venían a la doctrina, y con tal frecuentación muchos, con devoción, pidieron el bautismo*” [2, сар. XVIII].

Таким чином, концепт “*los indios*” постає у Дієго де Ланди в такому світлі:

- Концепт представлений такими когнітивними ознаками: войовничі, бідні, несправедливо покарані, жертви іспанців, цивілізація, розвинуті, безбожні, обмануті, наївні, піддаються християнізації.
- Концепт як образ постає у вигляді бідних та наївних індіанців, скалічених та обманутих як іспанцями, так і їхніми Богами.
- Утилітарним сенсом концепту є захист та індоктринація тубільних народів.

Переходячи до праці Сепульведи, варто зазначити що його розуміння концепту “*los indios*” істотно відрізняється від сприйняття двох останніх авторів, що можна помітити ще під час розгляду номінативного поля концепту в його свідомості. Так, на відміну від інших авторів, він взагалі не використовує термін “*los indios*” – замість цього, ядром концепту виступає “*los bárbaros*”, яке використовується філософом 19 разів. Решта назв, які він дає індіанцям є не менш деградативними: ті, що підкреслюють їхню “дику” сторону, типу “*gentes bárbaras*” (5 вживань), “*hombres injustos*” (2 вживання), “*gentes incultas*” (1 вживання); ті, що підкреслюють їхню безбожність, типу “*los paganos*” (5 вживань), “*los infieles*” (2 вживання), “*los idólatras*” (1 вживання); принизливі назви, що натякають на їхню нелюдимість – “*hombrecillos*” (4 вживання); та пряме визнання їх іспанськими ворогами – “*enemigos*” (3 вживання). Знаємо ж ми, що справа йде саме про тих саме “*los indios*”, концепт яких ми розглядаємо нині, тому що сам Сепульведа каже: “...*a quienes la lengua española comúnmente llama indios*” [3, с. 6].

У своєму дискурсі, Сепульведа, до певного моменту, використовує досить універсальну модель, щоб підтвердити свою точку зору: спочатку він створює два абстрактних образи, – “*los hombres cultos*” та “*los hombres incultos*”, який протиставляється першому – після чого підставляє під ці абстрактні образи відповідники з реального життя. У нашому випадку це “*los españoles*” та “*los bárbaros*” відповідно. Таким чином, на мою думку, в першу чергу слід

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

Лінгвокультурологічний аналіз концепту “*indios*” у мовній картині світу іспанців доби Золотого віку
(Українською) [Linhvokulturolohichnyi analiz kontseptu “indios” u movnii kartyni svitu ispantsiv doby Zolotoho viku]

© Операйло С. С. [Operailo S. S.], operailo303@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

розглянути концепт “los hombres cultos”, який автором подається як повна протилежність концепту, що нас цікавить.

Лексеми, що використовуються для опису цього абстрактного образу “los hombres cultos” є такі: “*hombres de bien*”, “*hombres sanos de alma*”, “*cristianos*”, “*cultos*”, “*humanos*”, “*civilizados*”, “*probos*”, “*humanos*”, “*prudencia*”, “*ingenio*”, “*cultivadores de las virtudes humana y de la verdadera religión*”, “*humanísimos*”, “*excelentes en todo género de virtudes*”, “*nobles en las costumbres e instituciones públicas*”. Також у деяких випадках вербалізації помічаємо прямі антоніми їхніх та індіанських якостей: “*Los más poderosos y más perfectos sobre más débiles y imperfectos...*” [3, с. 21], “*Unos que por naturaleza son señores, otros que por naturaleza son siervos...*” [3, с. 21], “*Varones probos, inteligentes, virtuosos y humanos dominen sobre los todos que no tienen estas cualidades...*” [3, с. 22]. Як ми бачимо, основними когнітивними ознаками “los hombres cultos” є їхня людяність, що відображається у важливості “*virtudes*”, їхній розум, що також стосується їхніх громадських інституцій, а також, що найголовніше – їхня релігійність. Лексема “*cristianos*” використовується в тексті аж 29 разів, в основному, щоб протиставити себе індіанцям. Більшість претензій Сепульведи можна звести до того, що устрій, що панує між індіанцями не є прийнятним за християнською мораллю, й отож, є чимось проти-природним, що виправдовує їхнє підкорення іспанцями.

Так, індіанці, в праці Сепульведи, описуються різноманітними лексемами з негативними конотаціями: “*su barbarie*” (3 вживання), “*ferocidad*” (2 вживання), “*viciosos*”, “*ajenas a la vida civil y a las costumbres pacíficas*” виділяє їхню дикість; “*impíos*” (8 вживань), “*inícuos*”, “*malvados*”, “*impiedad*” (5 вживань), “*pecados*” (11 вживань) виділяє їхню безбожність; “*cobardía*”; “*cobardes*”, “*tímidos*”, “*lleno de terror*”, “*inertia*” – їхню боягузливість; “*depravados*” (3 вживання), “*su perversidad*”, “*concupiscencia*” – їхню аморальність та збоченість; “*su torpeza*” (14 вживань), “*necios*” (2 вживання), “*tardíos*”, “*perezosos de entendimiento*” – їхню розумову відсталість. Ментальний словник принижень Сепульведи є безмежним, однак у тексті, більшість з цих недоліків класифікуються одним терміном – “*crímenes*” (30 вживань), в яких він власне звинувачує індіанців. Ці “злочини” проти самої природи, на його думку, є справедливою підставою для того щоб вести так звану “*lícita*” або ж “*justa guerra*” (10 вживань) проти них.

Метою цієї війни є підкорення індіанців людському імперію, або ж “*imperio de los humanos*” (68 вживань): “*Y será siempre justo y conforme al derecho*

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

Linguocultural Analysis of the Concept of “Indios” in the Linguistic Worldview of Spaniards During the Golden Age

(in Ukrainian) [Linhvokulturolohichnyi analiz kontseptu "indios" u movnii kartyni svitu ispantsiv doby Zolotoho viku]

© Operailo S. S. [Operailo S. S., operailo303@gmail.com]

natural que tales gentes se sometán al imperio de príncipes y naciones más cultas y humanas...” [3, с. 22]. Поняття імперію – римського права на безмежну владу, використовується Сепульведою як щось на кшталт “ярма” – в тексті воно використовується з дієсловами “*sujetar a*”, “*someter a*”, “*recibir*”, “*rechazar*”, “*rehusar*”, тощо. Як подальший аргумент щодо правильності “закріпачення” індіанського народу він висуває ідею, що іспанська експансія послужить великим благом для місцевого неосвіченого люду: “...*у habría ciertamente algún bien para los españoles, pero mucho mayor y por muchas razones para los mismos bárbaros...*” [3, с. 27], “...*qué mayor beneficio puede hacerse a un hombre infiel que comunicarle la fe de Cristo?*” [3, с. 43]. Окрім того цікавим є використання слова “*servidumbre*” (13 вживань), яке використовується з наступними лексемами: “*innata*”, “*es necesario*”, “*a la torpeza de entendimiento*”, “*injustísima*” (натякаючи що існує “*servidumbre justa*”), а також “*haber nacido para la servidumbre y no para la vida civil y liberal*” [3, с. 32]. Таким чином, Сепульведа заявляє, що індіанці за самою своєю природою є рабами, які приречені бути у вічній службі: “...*si quieres reducirlos, no digo a nuestra dominación, sino a una servidumbre un poco más blanda, no les ha de ser muy gravoso el mudar de señores...*” [3, с. 32].

У завершення, варто навести кілька порівнянь, які Сепульведа використовує у своєму дискурсі. Іспанців він часто порівнює з давніми римлянами, що упродовж кількох століть один за одним підкоряли варварські племена спочатку Апеннінського п-ву, а потім й всієї Європи, та фактично приносили до них “цивілізацію”: “...*es justo y natural que los hombres prudentes ... dominen sobre los que no lo son, y esta causa tuvieron los romanos para establecer su legítimo y justo imperio sobre muchas naciones*” [3, с. 28], “...*hacen los españoles a estos hombrecillos como la que hacían a las demás naciones los antiguos romanos...*” [3, с. 42]. Індіанців же він порівнює, як не дивно, із дикими тваринами: “...*bárbaros, tales que apenas merecían el nombre de seres humanos*” [3, с. 41], (говорячи про майстерне ремесло індіанців) “...*puesto que vemos a las bestias, y a las aves, y a las arañas hacer ciertas obras que ninguna industria humana puede imitar cumplidamente*” [3, с. 31], “...*con perfecto derecho los españoles imperan sobre estos bárbaros ..., los cuales ... son tan inferiores a los españoles como los niños a los adultos y las mujeres a los varones, ..., y estoy por decir que de monos a hombres*” [3, с. 28].

Таким чином, спробуємо реконструювати концепт “*los indios*” у свідомості Хуана Хінеса де Сепульведи:

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

Лінгвокультурологічний аналіз концепту “*indios*” у мовній картині світу іспанців доби Золотого віку (Українською) [Linhvokulturolohichnyi analiz kontseptu "indios" u movnii kartyni svitu ispantsiv doby Zolotoho viku]

© Операйло С. С. [Operailo S. S.], operailo303@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

- Концепт представлений такими когнітивними ознаками: дикість, безбожність, боягузливість, аморальність, розумова відсталість, вроджений рабський менталітет, меншовартість у порівнянні з “освіченими народами”.
- Концепт як образ постає у вигляді істоти, що є менш здатною в будь-яких сферах людської діяльності за звичайного чоловіка (на той час це могли бути як і дикі звіри, так і, наприклад, жінки).
- Утилітарним сенсом концепту є підкорення індіанців та їхнє подальше закріпачення з метою християнізації та окультурення захоплених народів.

Висновки. Таким чином, сприйняття концепту “indios” іспанцями доби Золотого Віку дійсно було неоднозначним. Можна виділити три моделі: секулярну, духовну та філософську. Секулярна модель постає найбільш нейтральною з усіх трьох: вона розглядає індіанців в першу чергу з погляду утилітарного сенсу, а саме – встановити контакт, підкорити, здобути золото, використовувати як робочу силу, тощо. – решта ознак не є занадто важливою, що пояснює переважну відсутність в Кортеса лексем з емоційним забарвленням. Духовна модель розглядає індіанців без будь-якого корисливого інтересу – у цьому виді світосприйняття вони постають як окрема цивілізація та як свого роду загублені душі, збиті з праведного путі дияволом. Філософська ж модель розглядає індіанців як помилку природи, яка за усіма своїми ознаками не може бути класифікована як “людське створіння”, та яку треба приборкати, закріпачити та виправити. Кожна модель має свої особливості – секулярна вдається до прагматики, духовна вдається до емоційної складової, філософська вдається до раціонального осмислення концепту – однак і в них є свої спільні риси. Так, першою спільною рисою є їхня поширена ненависть до індіанської релігії, що виражається в кожній моделі сильними негативно-забарвленими лексемами, такими як “idólatras”, “impíos”, “cosa horrible y abominable y digna de ser punida” тощо. Другою рисою є їхня спільна відданість іспанській монархії та загальний консенсус, що індіанці повинні бути васалами Корони. Третьою, є те, що незважаючи на те, що кожна модель формулює це по-своєму, – індіанці сприймаються всіма видами світосприйняття, як щось нижче за самого себе: так, навіть у випадку духовної моделі індіанці постають у вигляді наївних та слабких

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

Linguocultural Analysis of the Concept of “Indios” in the Linguistic Worldview of Spaniards During the Golden Age

(in Ukrainian) [Linhvokulturolohichnyi analiz kontseptu "indios" u movnii kartyni svitu ispantsiv doby Zolotoho viku]

© Operailo S. S. [Operailo S. S., operailo303@gmail.com]

“ягнят”, яким більше ніяк не зарадити, окрім як запропонувати свій захист та свою “правильну” віру. Ці та інші спільні ознаки можна пояснити як результат того, що хоча й три описані моделі світогляду, містять різні уявлення про індіанців, та все ж таки вони належать до однієї національної іспанської свідомості, яка підсвідомо споріднює світогляди цих трьох авторів.

Перспективи подальших наукових розвідок полягають у подальшому дослідженні еволюції концептів іспанської свідомості.

Література:

1. Cortés, H. (1979). *Cartas de relación de la conquista de México*. Madrid: Espasa-Calpe. Retrieved from https://archive.org/details/isbn_8423905470/mode/2up
2. Landa, D. De. (2002). *Relación de las cosas de Yucatán*. Dastin Export S.L. Retrieved from <https://archive.org/details/relaciondelascos0000dieg>
3. Sepulveda, J. G. De. (2016). *Democrates Segundo, O De Las Justas Causas*. Clásicos de Historia. Retrieved from <https://archive.org/details/sepulveda-juan-gines-de.-democrates-segundo-o-de-las-justas-causas-2016/mode/2up>
4. Вільчинська, Т. П. (2009). Основні підходи до визначення концепту в лінгвістичній парадигмі. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету*, (2), 26–33.
5. Полюжин, М. М. (2009). Типологія й аналіз концептів. *Іноземна філологія*, (121), 80–89.
6. Попова, Н. М. (2018). *Еволюція національно-маркованих концептів у мовній картині світу Іспанії (XVI-XX століття)* [Автореф. дис. ... д-ра філол. наук: 10.02.05]. Київ: Київський національний університет ім. Тараса Шевченка.

References:

1. Cortés, H. (1979). *Cartas de relación de la conquista de México*. Madrid: Espasa-Calpe. Retrieved from https://archive.org/details/isbn_8423905470/mode/2up
2. Landa, D. De. (2002). *Relación de las cosas de Yucatán*. Dastin Export S.L. Retrieved from <https://archive.org/details/relaciondelascos0000dieg>
3. Sepulveda, J. G. De. (2016). *Democrates Segundo, O De Las Justas Causas*. Clásicos de Historia. Retrieved from <https://archive.org/details/sepulveda-juan-gines-de.-democrates-segundo-o-de-las-justas-causas-2016/mode/2up>
4. Vilchynska, T. P. (2009). Osnovni pidkhody do vyznachennia kontseptu v lnhvistychnii paradyhmi. *Naukovi zapysky Ternopil'skoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu*, (2), 26–33.
5. Poliuzhyn, M. M. (2009). Typolohiia y analiz kontseptiv. *Inozemna filolohiia*, (121), 80–89.
6. Popova, N. M. (2018). *Evoliutsiia natsionalno-markovanykh kontseptiv u movnii kartyni svitu Ispanii (XVI-XX stolittya)* [Avtoref. dys. ... d-ra filol. nauk: 10.02.05]. Kyiv: Kyivskiy natsionalnyi universytet im. Tarasa Shevchenka.

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

Лінгвокультурологічний аналіз концепту “indios” у мовній картині світу іспанців доби Золотого віку (Українською) [Linhvokulturolohichnyi analiz kontseptu "indios" u movnii kartyni svitu ispantsiv doby Zolotoho viku]

© Операйло С. С. [Operailo S. S.], operailo303@gmail.com

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

УДК 821.131.1-311.6.09:316.525.5

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 16.02.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 18.02.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 96 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.12>

**СТИЛІСТИЧНА КОНВЕРГЕНЦІЯ У СМИСЛОВОМУ ПОЛІ РОМАНУ
Г. ДЕЛЕДДИ «ПЛЮЩ» (НА МАТЕРІАЛІ ДЕСКРИПЦІЇ ОБРАЗУ
АННЕЗИ)**

Валерія Ігорівна Охріменко (м. Київ, Україна)

valeriaisabella@ukr.net

доктор філологічних наук, професор, професор кафедри романської філології

Навчально-наукового інституту філології

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

У статті проаналізовано лінгвопрагматичний потенціал стилістичної конвергенції у смисловому полі роману Г. Деледди «Плющ» на матеріалі дескрипції образу Аннези. Встановлено, що смислове поле роману має нечітку польову структуру й організовано за принципом релевантної виділеності: ядро поля складає референт-персонаж з іманентними характеристиками, а приядерну зону та периферію – природні явища, предмети побуту, помешкання. Квантування інформації в смисловому полі роману визначається вживанням колірної символіки, пов'язаної з поляризованою оцінкою. Символи, що входять до складу персоніфікацій, втілюють авторську інтенцію і задають напрям типізації умов смислотворення. Колірна символіка набуває особливої значущості, якщо вона пов'язана з символами, до складу яких входять розширені персоніфікації з компонентами, що утворюють градацію.

Персоніфікації, розширені персоніфікації з градацією, уподібнення з компонентами, що позначають темні кольори, вживаються на позначення наростання емоційного стану афекту героїні та невідконтрольності дій,

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

Stylistic Convergence in the Sense Field of G. Deledda's Novel of Decadence "The Ivy" (on the Material of Description of the Character of Annesa) (in Ukrainian) [Stylistychna konverhentsiia u smyslovomu poli romanu H. Deleddy "Pliushch" (na materiali deskriptsii obrazu Annezi)]

© Okhrimenko V. I. [Ohrimenko V. I.], valeriaisabella@ukr.net

неспроможності протистояти обставинам. Персоніфікації та уподібнення з компонентами, що містить світлі кольори, використовуються на позначення природних явищ. На внутрішньофразовому рівні ці тропи можуть утворювати антитези, на трансфразистичному – розширені антитези. Семантичні компоненти, що входять до складу персоніфікацій на позначення емоцій, епістемічного стану, волевияву та дій головної героїні, пов'язані з відділенням, ізоляцією, стисканням, що вербалізує неспроможність протистояти обставинам, а уподібнення містять семантичні компоненти, пов'язані з руйнуванням, невідконтрольністю, втратою зв'язку з реальністю. Ключовим тропом у романі є антитеза, що виражається на текстономічному рівні і містить компоненти з колірною символікою, які набувають оцінної конотації під впливом смислового поля. Ключові метафори роману утворюють антитезу, що виявляє протиріччя між прагненням та їх реалізацією. Ключова метонімія роману входить до складу розширеної антитези, що описує протистояння зовнішнього і внутрішнього світу героїні. Ключове уподібнення, значиме для розкриття образу героїні, пов'язане з колірною символікою і символізує цілковиту темряву.

Ключові слова: тропеїчні засоби, стилістична конвергенція, лінгвопрагматика, смислове поле, референтні групи, декаданс, італійська мова.

STYLISTIC CONVERGENCE IN THE SENSE FIELD OF G. DELEDDA'S NOVEL OF DECADENCE "THE IVY" (ON THE MATERIAL OF DESCRIPTION OF THE CHARACTER OF ANNESE)

Valeriia I. Okhrimenko (Kyiv, Ukraine)

valeriaisabella@ukr.net

Advanced PhD (Philology), Professor, Professor at Romance Philology Department, Educational and Scientific Institute of Philology, Taras Shevchenko National University of Kyiv (Ministry of Education and Science of Ukraine) 14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

The article focuses on stylistic convergence in the sense field of G. Deledda's novel of decadence "The Ivy" on the material of description of the character of Annese. It has been established that the system of stylistic devices can be defined as stylistic convergence that reflects author's intention to show such topics as crime and punishment, the protagonist's inability to resist passions and the correlation between the inner world, the emotional state of the characters and nature as well as decadence ideas such as social decline of the noble families of Sardinia, disappointment, hopelessness.

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

Стилістична конвергенція у смислово-полі роману Г. Деледди «Плюш» (на матеріалі опису образу Аннеси) (Українською) [Stylistychna konverhentsiia u smyslovomu poli romanu H. Deleddy "Pliushch" (na materialy deskriptsii obrazu Annezi)]

© Охріменко В. І. [Okhrimenko V. I.], valeriaisabella@ukr.net

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

Our results reveal a correlation between extra-linguistic factors and semantic field of the novel containing quants of information relevant to establish regularities of sense-making. In according to three components of conscience defined by L. Festinger such as affective, cognitive, behavioral we propose to involve in analyses the verbalization of information of perceptive, emotional, epistemic, willing semantics, verbs of movement as well as nouns denoting nature phenomena, household items, shelter.

It has been shown that the regularities of information quantization are based on the cognitive principle of salience "background vs figure". The sense field of G. Deledda's novel "The Ivy" is based on the referent (the protagonist and her inner properties) being nucleus and referent groups (nature phenomena, household items, shelter) being the pre-nuclear and peripheral zone. The elements of the field are presented according to the cognitive principle of salience "background vs. figure" and correlate with the category of evaluation. The category of evaluation in the analyzed novel is related to color symbolism. Symbols, in particular, those being part of personifications, reflect the author's intention and define regularities of sense-making.

Color symbolism acquires special significance if it is associated with symbols that include extended personifications with components that form a gradation. On the one hand, personifications, extended personifications with gradation and similes with color symbolism components containing dark colors are used to denote increasing of the protagonist's emotional state of affect and the uncontrollability of actions, the inability to resist circumstances. On the other hand, personifications and similes with color symbolism components containing light colours are used to refer to natural phenomena being contrastive background for the protagonist. These stylistic devices can form antithesis at the transphrasal level and extended antithesis at the textonomical level. The semantic components denoting emotions, epistemic state, will and actions of the protagonist being part of personifications are associated with separation, isolation, compression and verbalizes the inability to resist the circumstances, while similes contain semantic components related to destruction, uncontrollability and loss of connection with reality.

The main stylistic device in the novel is antithesis expressed at the textonomical level containing components with color symbolism components that acquire an evaluative connotation under the influence of the semantic field. The key metaphors of the novel form an antithesis that reveals the contradiction between aspirations of the protagonist and their realization. The key metonymy of the novel is part of an extended antithesis that describes the confrontation between the external and internal world of the protagonist. The key simile that is significant for revealing the protagonist's image is associated with color symbolism component symbolizing complete darkness.

Key words: *stylistic devices, stylistic convergence, linguopragmatics, sense field, referent groups, decadence, Italian language.*

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

Stylistic Convergence in the Sense Field of G. Deledda's Novel of Decadence "The Ivy" (on the Material of Description of the Character of Annesa) (in Ukrainian) [Stylistychna konverhentsiia u smyslovomu poli romanu H. Deleddy "Pliushch" (na materiali deskriptsii obrazu Annezi)]

© Okhrimenko V. I. [Okhrimenko V. I.], valeriaisabella@ukr.net

Поліпарадигмальний характер сучасної лінгвістики уможливорює здійснення поглибленого аналізу функціонування мовних явищ завдяки уніфікації існуючих підходів. Поєднання лінгвостилістичного та лінгвопрагматичного аспектів при дослідженні смислового простору художнього тексту сприяє поглибленому аналізу стилістичних явищ із застосуванням засад лінгвопрагматики, зокрема, при встановленні закономірностей квантування інформації. З огляду на зазначене, дослідження є **актуальним**.

Наукова новизна роботи полягає у першій спробі визначити лінгвопрагматичний потенціал тропеїстики у романі декадансу в аспекті смислотворення як відображення авторської інтенції.

Об'єктом дослідження є тропеїчні засоби у романі декадансу Г. Деледди.

Предметом дослідження є лінгвопрагматичний потенціал тропеїчних засобів у романі декадансу в аспекті квантування інформації та смислотворення.

Матеріалом дослідження є роман Г. Деледди «Плюш» літературного напрямку декадансу.

Мета роботи полягає у дослідженні лінгвопрагматичного потенціалу тропеїчних засобів у романі декадансу Г. Деледди «Плюш» на матеріалі дескрипції образу Аннези шляхом проекції авторських ідей та інтенцій на дискретизацію смислового поля роману.

Реалізація мети передбачає виконання таких **завдань**:

1. встановлення відповідності між особливостями роману декадансу, авторськими ідеями, сюжетною лінією (екстралінгвістичні чинники) та функціями тропів, які втілюють авторську інтенцію;
2. встановлення закономірностей квантування інформації при дескрипції образу персонажа в лінгвопрагматичному аспекті (визначення референційних груп, особливостей вживання дейксису у співвіднесеністю з валоритивною віссю);
3. визначення структурно-семантичних особливостей тропів, характеру їх комбінаторики та динаміки;
4. визначення системоформотворчих смислів, що вербалізуються різнорівневими мовними засобами при дескрипції образу обраного персонажа, зокрема, в аспекті модального значення;
5. встановлення чинників, що задають напрям типізації умов смислотворення.

(Актуальні питання комунікативної лінгвістики [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])
Стилістична конвергенція у смислому полі роману Г. Деледди «Плюш» (на матеріалі дескрипції образу Аннези)
(Українською) [Stylistychna konverhentsiia u smyslovomu poli romanu H. Deleddy "Pliushch" (na materialy deskriptsii obrazu Annezi)]

© Охріменко В. І. [Ohrimenko V. I.], valeriaisabella@ukr.net

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

Вихідною гіпотезою дослідження є системна організація тропеїчних засобів у романі Г. Деледди «Плющ», що є втіленням авторської інтенції – створення образу головної героїні Аннеси Декеркі крізь призму ідей декадансу: занепаду, розчарування, безнадії як відображення занепаду шляхетних родин-землевласників тогочасної Сардинії та їх неспроможності пристосуватися до нових суспільних вимог буржуазного устрою.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Дослідження системи тропеїчних засобів, зокрема, лінгвопрагматичного аспекту стилістичної конвергенції у смисловому полі художнього тексту в аспекті встановлення закономірностей квантування інформації як відображення авторської інтенції потребує встановлення чинників, що протидіють відкритості каналів інформаційного розгортання. Вирішення цього завдання уможлиблює залучення до аналізу категорій лінгвопрагматики, а також понять значення та смислу. У дослідженні, присвяченому розкриттю смислової структури модальних одиниць, було виявлено системоформотворчі смисли, що потенційно можуть бути вербалізованими у мікротексті їх функціонування. Було встановлено, що чинниками, які протидіють відкритості каналів інформаційного розгортання, є семантика модальної одиниці та набір параметрів типової кореферентної дійсності ситуації, що підлягала вербалізації, що уможлиблює встановлення закономірностей розпредметнення значення як згорнутої структури з урахуванням співвідношення між кореферентною дійсністю ситуацією та текстовим корелятом [5, с. 86-87]. Тому ми вважаємо, що для встановлення системного характеру організації тропеїчних засобів у художньому тексті є доцільним залучення до аналізу *категорій лінгвопрагматики*, зокрема, *референції* та *дейксису*.

Для встановлення закономірностей дискретизації смислового простору є необхідним залучення до аналізу понять значення та смислу. Г. Альтман та Р. Келлер визначають смисл у синергетиці як «сітку значень у певних позиціях й оперативний алгоритм для вирішення проблем» [цит. за: 5, с. 86-87]. Смыслотворення пов'язане зі співвідношенням значення та смислу і відображає постійний баланс між суб'єктивністю і об'єктивністю. Лексичне значення є полікомпонентною структурою і включає *предметно-логічний* компонент (що співвідноситься не тільки з об'єктом, але і з типовою ситуацією, способом її осмислення та вербальної репрезентації й імплікує зв'язок з категорією оцінки), [1,

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

Stylistic Convergence in the Sense Field of G. Deledda's Novel of Decadence "The Ivy" (on the Material of Description of the Character of Annesa) (in Ukrainian) [Stylistychna konverhentsiia u smyslovomu poli romanu H. Deleddy "Pliushch" (na materiali deskriptsii obrazu Annezi)]

© Okhrimenko V. I. [Okhrimenko V. I., valeriaisabella@ukr.net]

с. 159], *граматичний компонент* (що включається у структуру слова і поєднується з предметно-логічним) [7, с. 23] і *комбінаторний компонент* (що регулює потенційну сполучуваність слова). Зазначимо, що Ч. Філлмор включав до структури лексичного значення і *пресупозиційний компонент* (що містить елементи ситуативних та енциклопедичних знань) [10].

Дослідження *лінгвопрагматичних особливостей функціонування тропеїчних засобів у смисловому полі художнього тексту* уможливило визначення загальних закономірностей смислотворення і квантування інформації, що відображають авторську інтенцію. Встановлення системного характеру у вживанні тропеїчних засобів із залученням лінгвопрагматичного аналізу дозволяє протидіяти відкритості каналів інформаційного розгортання та визначити основні закономірності квантування інформації в аспекті ідентифікації смислового наповнення сегментів мікротексту та встановлення зв'язків між ними.

У попередніх дослідженнях нами було здійснено спробу визначення основних закономірностей вживання тропів у смисловому полі художнього тексту та його фрагментів. У публікації [3], присвяченій дослідженню лінгвопрагматичних особливостей функціонування афіксальних дериватів у романі представника веризму Л. Капуани «Маркіз Роккавердіна», було встановлено, що смислове поле художнього тексту ґрунтується на *поляризованих референтних групах*, а оцінка за валоритивною віссю (позитивна vs негативна) визначалася ядром референтної групи – персонажем, що належав до вищих vs нижчих прошарків суспільства. До приядерної зони відносилися помешкання, оточуючі предмети, природні артефакти. Напрям типізації умов смислотворення визначався ядром референтної групи. Закономірності квантування інформації у зазначеному романі визначалися авторською інтенцією – зображенням класового антагонізму на Сицилії у ХІХ столітті [3]. Точкою відліку протидії відкритості каналів інформаційного розгортання у цьому випадку слугувала бінарна опозиція, пов'язана з поляризованою оцінкою.

У публікації, присвяченій дослідженню лінгвопрагматичних особливостей дескриптивних текстів у романі А. Мандзоні «Заручені» на матеріалі дескрипції образу Безіменного, було визначено закономірності квантування інформації у смисловому полі, що представлено у такий спосіб: «*референт-суб'єкт – якість референта (оцінка) – локативні маркери* (особливості перцепції) – *темпоральні маркери* (послідовність потенційних дій, повторюваність), *розгортання каузальних*

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

Стилістична конвергенція у смисловому полі роману Г. Деледди «Плюш» (на матеріалі дескрипції образу Аннези)
(Українською) [Stylistychna konverhentsiia u smyslovomu poli romanu H. Deleddy "Pliushch" (na materialy deskriptsii obrazu Annezi)]

© Охріменко В. І. [Ohrimenko V. I.], valeriaisabella@ukr.net

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

структур» [2, с. 91]. Було виявлено, що смислотворення в дескриптивних текстах задається модальним значенням *внутрішньої можливості*, в основі якого знаходиться зв'язок між суб'єктом та його іманентною якістю, що імплікує типову поведінку; дане модальне значення містить системоформотворчі смисли узагальненості й оцінності [5, с. 384-385]. Було встановлено, що зв'язок «узагальнена якість – потенційна здатність» протидіє відкритості каналів інформаційного розгортання, а зазначені системоформотворчі смисли виражаються за допомогою *Imperfetto Modo Condizionale, Periodo Ipotetico* (умовний період імплікує розгортання каузальних структур). Було виявлено, що референт та імплікована якість визначають системну організацію тропейчних засобів, які вербалізують системоформотворчі смисли. При цьому нейтральні за семантикою лексичні одиниці (зокрема, дієслова руху у складі персоніфікацій, локативні маркери) набувають оцінного значення під впливом дії модального поля [2, с. 92].

У результаті аналізу, здійсненого в попередніх публікаціях, ми дійшли таких висновків: визначення системних закономірностей вживання тропів у художньому тексті та його фрагментах визначається рядом чинників, що протидіють відкритості каналів інформаційного розгортання. До них належать літературна течія, хронотоп, авторська інтенція, референт або група референтів, оцінка, а також домінуюче модальне значення з властивими йому системоформотворчими смислами, що вербалізуються різнорівневими мовними засобами. Ці чинники визначають закономірності квантування інформації, що виявляються у специфічному вживанні тропів у смисловому полі художнього твору. Під впливом смислового поля лексичні одиниці нейтральної семантики можуть набувати оцінного значення і утворювати синонімічні ряди.

У попередній публікації, присвяченій дослідженню лінгвопрагматичних особливостей функціонування тропейстики у романі декадансу Г. Деледди «Плющ», було зазначено, що вживання тропів віддзеркалює авторську інтенцію: зображення занепаду класу великих землевласників Сардинії через їх нездатність пристосуватися до вимог буржуазного устрою, що зароджується у ті часи [4, с. 76]; до найуживаніших тропів відносилася *розширена антитеза*, що включала *уподібнення, персоніфікацію, епітет* [4, с. 85]. Було встановлено, що категоріями лінгвопрагматики, релевантними для визначення закономірностей квантування інформації у смисловому полі роману, є *референтні групи*, що розглядаються з

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

Stylistic Convergence in the Sense Field of G. Deledda's Novel of Decadence "The Ivy" (on the Material of Description of the Character of Annesa) (in Ukrainian) [Stylistychna konverhentsiia u smyslovomu poli romanu H. Deleddy "Pliushch" (na materialii deskriptsii obrazu Annezi)]

© Okhrimenko V. I. [Okhrimenko V. I.], valeriaisabella@ukr.net

позицій ядра та периферії (персонаж є *ядром референтної групи*, що оцінюється за певною валоритивною віссю, а помешкання, предмети побуту, природа відносяться до *периферії*). Оскільки авторською інтенцією було зображення занепаду шляхетних родин Сардинії, у центрі уваги поставали саме представники великих землевласників, які оцінювалися негативно; представники бідних верств населення оцінювалися здебільшого позитивно й виступали певним фоном для здійснення оцінки. Також нами було відмічено, що у зазначеному романі використовується *колірна символіка*: темні та світлі кольори асоціювалися, відповідно, з негативною та позитивною оцінкою [4, с. 79, 85]. У цій статті ми розглянемо лінгвопрагматичний потенціал стилістичної конвергенції (термін М. Ріффатерра) [11] при дескрипції образу головної героїні роману Аннези Декеркі шляхом проекції авторських ідей та інтенцій на дискретизацію смислового поля роману.

Для дослідження смислотворення у романі декадансу Г. Деледди «Плюш» необхідно враховувати взаємодію екстралінгвістичних та лінгвістичних чинників. До екстралінгвістичних чинників належить *риса творчості авторки*: 1) злочин та спокутування провини; 2) фаталізм, що полягає у неможливості героїв протистояти пристрастям; 3) кореляція між внутрішнім світом, емоційним станом персонажів і природою [8]; *ідеї декадансу*: занепад, розчарування, безнадія [6]; *хронотон, фабула*. Екстралінгвістичні чинники визначають *втілення авторських ідей та інтенцій*, що впливають на формування смислового поля роману.

Проекція екстралінгвістичних чинників на смисловий простір художнього тексту передбачає виявлення квантів інформації, релевантних для встановлення закономірностей смислотворення. У межах цієї статті ми розглянемо дескрипцію головної героїні роману – Аннези Декеркі, її почуття, думки, дії. Оскільки структура свідомості за Л. Фестінгером включає емоційний, епістемічний та поведінковий компонент [9], при дослідженні квантування інформації в художньому творі, що стосується емоцій та поведінки персонажа, ми вважаємо за доцільне дослідити:

- лексичні одиниці перцептивної емотивної, епістемічної, волітвної семантики;
- дієслова семантики руху;
- конкретні іменники-референти, що відносяться до ядра референтної групи – персонажів (антропоніми);

(Актуальні питання комунікативної лінгвістики [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])
Стилістична конвергенція у смисловому полі роману Г. Деледди «Плюш» (на матеріалі дескрипції образу Аннези)
(Українською) [Stylistychna konverhentsiia u smyslovomu poli romanu H. Deleddy "Pliushch" (na materialy deskriptsii obrazu Annezi)]

© Охріменко В. І. [Ohrimenko V. I.], valeriaisabella@ukr.net

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

- конкретні іменники-референти, що відносяться до периферії (які позначають природні явища, предмети побуту, помешкання);
- лексичні одиниці на позначення колірної символіки, пов'язані з поляризованою оцінкою.

Ми вважаємо за доцільне проаналізувати семантику зазначених лексичних одиниць як у складі тропів, так і в тексті роману. Особливої значущості набуває аналіз референтних груп, що відносяться до персонажів (ядро поля) та референтних груп, що відносяться до периферії (природні явища, предмети побуту, помешкання).

Назва роману є метафоричною: головна героїня роману Аннеза порівнюється з плющем, який міцно тримається за стовбур і не може існувати без нього. Після раптової смерті батька, що був проїздом у Баруней, Аннезу прихистила шляхетна родина Декеркі. Спочатку її виховували як доньку зі шляхетної родини, проте з плином часу родина великих землевласників Декеркі, будучи не в змозі пристосуватися до нових реалій буржуазного суспільства, що зароджується в Сардинії, стає збіднілою і опиняється на межі банкрутства. З восьмирічного віку Аннеза починає допомагати по дому донні Ракеле і фактично перетворюється на служницю. На сторінках роману Аннеза постає вже дорослою жінкою, таємною коханкою Паулу Декеркі – господаря маєтку, який не припиняє спроб позичити гроші, щоб їхній будинок не продали з аукціону. У їхньому маєтку проживає багатий родич родини Декеркі – Дзуа. Аннеза отримує лист від Паулу, сповнений відчаю, і подумки бажає смерті Дзуа, що дозволило б знайти вихід із боргової ями.

Для зображення неоднозначного становища Аннези у родині Декеркі Деледда вживає дві ключові **метафори**: «*edera*» та «*abisso*». З одного боку, Аннеза порівнюється з плющем, що прагне понад усе сімейної прихильності; з іншого боку, вона найбільше страждає через те, що ніколи не знала своєї справжньої родини, і вважає, що між нею та її першими роками життя пролягає прірва: «*ella non ricordava nulla dei suoi primi anni: non una voce saliva per lei dalla profondità oscura della sua origine, non una figura si disegnava nel suo passato*» [Deledda, p. 114]. Ця прірва постає між нею та реальністю, коли в афектованому стані вона душить старого, голос якого долинає ніби з глибокої прірви: «*Un gemito sordo, un agitarsi disperato di membra sotto la coperta: poi, lentamente, il gemito s'affievolì, parve venire da una lontananza buia, dalla profondità d'un abisso; e sotto il suo petto convulso, fra le*

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

Stylistic Convergence in the Sense Field of G. Deledda's Novel of Decadence "The Ivy" (on the Material of Description of the Character of Annesa) (in Ukrainian) [Stylistychna konverhentsiia u smyslovomu poli romanu H. Deleddy "Pliushch" (na materialii deskriptsii obrazu Annezi)]

© Okhrimenko V. I. [Okhrimenko V. I.], valeriaisabella@ukr.net

sue braccia contratte, Annesa non sentì che qualche sussulto, un lieve movimento, più nulla» [Deledda, p. 121]. Для характеристики прірви Г. Деледда вдається до колірної символіки, зображаючи її в темних кольорах: «*lontananza buia» «profondità oscura».* Зазначені метафори пов'язані з **уподібненням**, що є ключовим для розкриття авторської інтенції: «*E le sembrava che realmente ella e Paulu fossero ciechi» [Deledda, p. 114].* У нічному жахитті Аннеза бачить себе і коханого Паулу спішими, що підтримують один одного. Уподібнення символізує втрату опори і підтримки, до яких вона так прагнула. В аспекті колірної символіки йдеться про відсутність світла і цілковиту темряву.

У романі «Плющ» вживаються персоніфікації на позначення природних явищ, що відображають емоційний головної героїні. Настрій сповненої відчаю Аннези корелює з непогодою. Напередодні трагедії описується гроза, яка вирувала до пізнього вечора: «*Il temporale infuriò fino a sera inoltrata; poi d'un tratto il cielo si rasserenò; le ultime nuvole, come squarciate dall'ultimo tuono, s'aprirono, si lacerarono, scesero giù dietro la montagna. La luna grande e triste apparve sopra il bosco nel silenzio improvviso e nella melanconia della notte umida» [Deledda, p. 112].* У наведеному прикладі **персоніфікації** входять до складу **розширеної антитези** та утворюють **градацію**: «*Il temporale infuriò» – «il cielo si rasserenò, le ultime nuvole (...) s'aprirono, si lacerarono, scesero».* Гроза, яка потім закінчується, символізує внутрішній стан Аннези: буря, яка вирувала в її душі, теж вщухає, і після скоєного злочину прийде розкаяння і спокутування провини. Наступне висловлювання містить **розширену персоніфікацію**, до якої входить **епітет** «*La luna grande e triste apparve».*

Ураган, який бачить Аннеза у своєму сні, порівнюється з бандою розбійників, які штурмують будинок і хочуть його спустошити «*l'uragano assediava la casa, la prendeva d'assalto, come una torma di grassatori, e voleva devastarla» [Deledda, p. 114].* Виходячи з того, що в аналізованому романі Г. Деледди втілюються такі ідеї, як злочин та спокутування провини, неможливість героїв протистояти пристрастям і кореляція між внутрішнім світом, емоційним станом персонажей та природою [8], можна стверджувати, що висловлювання з описом грози задають **ретроспекцію**, створюючи певні очікування у читача: непогода й неконтрольоване стихійне явище відображає бурю емоцій в душі головної героїні, що призведе до фатальних наслідків.

(Актуальні питання комунікативної лінгвістики [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])
Стилістична конвергенція у смисловому полі роману Г. Деледди «Плющ» (на матеріалі дескрипції образу Аннези)
(Українською) [Stylistychna konverhentsiia u smyslovomu poli romanu H. Deleddy "Pliushch" (na materiali deskriptsii obrazu Annezi)]

© Охріменко В. І. [Ohrimenko V. I.], valeriaisabella@ukr.net

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

Розглянемо опис помешкання, в якому знаходиться героїня: «*Il chiarore del fuoco illuminava le pareti brune, tremolava sul pavimento umido, macchiato dall'impronta delle scarpe infangate di don Simone e di zio Cosimu. Ella sentiva brividi di freddo e sbadigliava nervosamente*» [Deledda, p. 113]. Для опису помешкання вживаються персоніфікації: «*Il chiarore del fuoco illuminava (...) Il chiarore del fuoco tremolava*»). Висловлювання з персоніфікаціями містить **антитезу**, пов'язану з **колірною символікою**: вогонь освітлював темні стіни: «*Il chiarore del fuoco – le pareti brune*». Відмітимо кореляцію між дескрипцією персонажа, природними явищами та артефактами: йдеться про тремтіння вогню в каміні та тремтіння Аннези, у якій починається лихоманка: «*fuoco tremolava*», «*Ella sentiva brividi di freddo*» [Deledda, p. 113].

Уподібнення, що використовуються в романі для опису сприйняття, емоційного стану, намірів та дій Аннези, мають негативні конотації. Для опису сприйняття Аннези використовується уподібнення, до складу якого входить компонент з колірною символікою на позначення темряви, що асоціюється з негативною оцінкою: «*la figura di zio Zua parve sprofondarsi nella penombra*» [Deledda, p. 113]. Записка від Паулу, кинута нею в камін, уподібнюється сухому листку: «*il foglietto, nero e attortigliato come una foglia secca*» [Deledda, p. 113] і перетворюється на попіл, що символізує руйнування. У наступному висловлюванні вживається персоніфікація, що корелює з внутрішнім станом героїні, в душі якої щось відмирає «*Qualche cosa entro di lei si consumava così*» [Deledda, p. 113]. Відчай та схвильований емоційний стан Аннези впливає і на її думки та поведінку. Її хаотичне переміщення по будинку уподібнюється механічному руху веретена: «*Rientrò nella camera, uscì di nuovo nel cortile: andava e veniva come una spola, tessendo una trama spaventevole*» [Deledda, p. 115], а рухи в афектованому стані – рухам божевільної: «*s'avventò contro l'uscio come una pazza*» [Deledda, p. 118]. Як бачимо, семантичні компоненти уподібнень, що вживаються для опису головної героїні, пов'язані з руйнуванням, непідконтрольністю та втратою зв'язку з реальністю.

Зазначимо, що **світлі кольори**, позбавлені негативних конотацій, зокрема ті, що входять до складу **уподібнень**, використовуються у романі декадансу Г.Деледди на позначення саме природних явищ. Так, після закінчення грози на небі сходить місяць, світло якого порівнюється з кришталем: «*La luna saliva limpida sul cielo*

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

Stylistic Convergence in the Sense Field of G. Deledda's Novel of Decadence "The Ivy" (on the Material of Description of the Character of Annesa) (in Ukrainian) [Stylistychna konverhentsiia u smyslovomu poli romanu H. Deleddy "Pliushch" (na materialy deskriptsii obrazu Annezi)]

© Okhrimenko V. I. [Okhrimenko V. I.], valeriaisabella@ukr.net

azzurro chiaro come un cristallo» [Deledda, p. 115]. Світло є тим фоном, на тлі якого вимальовуються образи персонажів, нездатних протистояти спокусам і обставинам, що склалися.

Для опису емоційного стану Аннези напередодні скоєння злочину використовується ряд **персоніфікацій**. Відмітимо вживання **розширеної персоніфікації** з компонентами, що утворюють **градацію**: «*La coscienza e la ragione l'abbandonavano: un velo scendeva intorno a lei, la separava dalla realtà, la circondava d'ombra e di terrore» [Deledda, p. 113]. При дескрипції у фокус уваги потрапляє внутрішній стан героїні: персоніфікації підлягають свідомість та здоровий глузд, які покидають героїню, а між нею та реальністю постає завіса, яка оточує її темрявою і страхом. Останній компонент градації пов'язаний з колірною символікою: знову йдеться про темряву. Компоненти персоніфікації мають семантику, пов'язану з рухом вниз, розривом, ізоляцією «l'abbandonavano», «un velo scendeva (...) separava (...) circondava». Таке поєднання **створює ефект ізоляції, стискування** і, як наслідок, **неможливості протистояти обставинам**. Під час сварки зі старим розлучена Аннеза відчуває, ніби на її очі спустилася пелена «Un velo copri gli occhi di Annesa» [Deledda, p. 119].*

Після вбивства Аннеза відчайдушно намагається протистояти емоціям, які її охоплюють, щоб приховати скоєний злочин: «*Ma la stessa disperazione le diede un impeto di forza: si ribellò al dolore, al rimorso, alla paura, a tutte le cose terribili che l'avvolgevano e la soffocavano come la coperta aveva soffocato il vecchio» [Deledda, p. 113]. Для опису емоційного стану героїні Деледда використовує персоніфікацію «la (...) disperazione le diede un impeto di forza», висхідну градацію «al dolore, al rimorso, alla paura, a tutte le cose terribili», компоненти якої утворюють **розширену персоніфікацію**: «l'avvolgevano e la soffocavano», що закінчується **уподібненням**: «come la coperta aveva soffocato il vecchio». Почуття, які душать героїню, порівнюються з ковдрою, за допомогою якої вона задушила старого; у такий спосіб створюється ефект, що спроби Аннези протистояти почуттям є марними і приреченими на невдачу.*

Відмітимо вживання в романі **синеждохи** з антропонімами. У нічному жахітті Аннеза бачить руку, яка її душить: «*La mano salì al viso di lei (...) Era zio Zua. Egli la strangolava» [Deledda, p. 114]. Потім вона усвідомлює, що насправді думає про смерть старого астматика і про те, як мало зусиль потрібно прикласти: «Ella si è coricata vestita, non per esser pronta ad aiutare il vecchio, ma per aiutare la morte, se*

(Актуальні питання комунікативної лінгвістики [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])
Стилістична конвергенція у смисловому полі роману Г. Деледди «Плюш» (на матеріалі дескрипції образу Аннези)
(Українською) [Stylistychna konverhentsiia u smyslovomu poli romanu H. Deleddy "Pliushch" (na materialy deskriptsii obrazu Annezi)]

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

l'accesso ritorna: un piccolo sforzo, una mano sulla bocca del malato, il calmante rovesciato sul tavolino, e tutto sarà finito» [Deledda, p. 116]. В обох випадках вживання синекдохи, що позначає персонажа через частину тіла (руку, що слугує знаряддям вбивства), створює ефект відділення частини від цілого і викликає асоціації з невідконтрольністю дії.

Ключова **метонімія** роману входить до складу **розширеної антитези**: «*Il mondo esterno coi suoi ammonimenti e i suoi pericoli non esisteva più per lei: e nel suo mondo interno, tutto era di nuovo tenebre. L'ossessione la riprese, la ripiombò in uno stato di semi-incoscienza febbrile; ella però lottò ancora contro il cieco impulso che la guidava» [Deledda, p. 115]. У стані відчаю Аннеза протиставляє зовнішній світ світу внутрішньому, з власними почуттями, що сповнений темряви.*

У результаті аналізу **референтних груп**, що відносяться до персонажів (**ядро поля**) та **референтних груп**, що відносяться до **периферії** (природні явища, предмети побуту, помешкання), було виявлено кореляцію. Основним референтом є головна героїня роману Аннеза Декеркі.

Перцептивний стан героїні корелює з оточуючими предметами помешкання. Так, Аннеза, у якої починається лихоманка, тремтить від холоду, як і світло від вогника на підлозі: «*Il chiarore del fuoco... tremolava sul pavimento umido (...) Ella sentiva brividi di freddo»*; «*Un brivido di freddo la scuote dai iedi alla testa» [Deledda, p. 113, 116];*

Емоційний стан героїні корелює з природними явищами. Гроза та сильна злива починається увечері того дня, коли душа Аннеси сповнена бурхливих переживань «*Il temporale infuriò fino a sera inoltrata» [Deledda, p. 112].*

Епістемічний стан героїні до скоєного нею злочину визначається в аспекті неусвідомлення, невідконтрольності. Вона сидить перед каміном, не усвідомлюючи, скільки часу пройшло, і відчуває, що здоровий глузд її покидає: «*La coscienza e la ragione l'abbandonavano (...) Ella non ricordò mai quanto tempo stette così, piegata su se stessa, in uno stato di incoscienza» [Deledda, p. 113].*

Волевияв героїні та дії – скоєння злочину в стані афекту корелюють з ураганом, який порівнюється з бандою розбійників, що штурмують будинок. Таке порівняння ніби передрікає сцену насильства – вбивство старого «*l'uragano assediava la casa, la prendeva d'assalto, come una torma di grassatori, e voleva devastarla» [Deledda, p. 114].* Водночас ураган є невідконтрольною стихією і

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

Stylistic Convergence in the Sense Field of G. Deledda's Novel of Decadence "The Ivy" (on the Material of Description of the Character of Annesa) (in Ukrainian) [Stylistychna konverhentsiia u smyslovomu poli romanu H. Deleddy "Pliushch" (na materialy deskriptsii obrazu Annezi)]

© Okhrimenko V. I. [Okhrimenko V. I., valeriaisabella@ukr.net]

символізує стан Аннези у момент скоєння злочину, яку покидає здоровий глузд «*La coscienza e la ragione l'abbandonavano*» [Deledda, p. 113].

Дієслова семантики руху позначають:

- перебування у стані нерухомості, що співвідноситься з пригніченим емоційним станом: «*E per lungo tempo rimase immobile, coi gomiti sulle ginocchia e il viso fra le mani*» [Deledda, p. 113];
- жести, зміну положення у просторі: «*fissando gli occhi*», «*si piegò verso la fiamma*», «*volgeva il viso spaurito*» [Deledda, p. 113, 121]; [Deledda, p. 113, 121]
- тремтіння: «*Il chiarore del fuoco... tremolava (...); Ella sentiva brividi di freddo*» [Deledda, p. 113];
- хаотичні рухи: «*dopo aver rimesso in ordine la cucina, rientrò nella camera e accese il lumino da notte*»; *si avvicinò parecchie volte al letto, preparò la coperta sul canapè, ma non si coricò*» [Deledda, p. 113];
- повторювальний рух: «*rientrò nella camera*»; «*si avvicinò parecchie volte*» «*Ritornò a sedersi accanto al focolare*» [Deledda, p. 113];
- рух в межах чітко окресленого простору, переміщення на невеликі дистанції: «*Ci fu un momento in cui ella si alzò e s'avvicinò all'uscio della camera*», «*entrò, s'avvicinò al letto*» [Deledda, p. 113, 115]. Переміщення героїні в межах локалізованого простору має також і символічне значення: Аннеза ніколи у своєму житті не покидала Сардинії.

Розглянемо семантику іменників в аналізованому романі. Конкретні іменники позначають:

- кімнати в помешканні та предмети побуту, що зазвичай виступають локативними маркерами вживаються у висловлюваннях на позначення переміщення героїні в чітко окресленому просторі: «*rientrò nella camera*», «*si avvicinò parecchie volte al letto*»; «*Ritornò a sedersi accanto al focolare*»; «*s'avvicinò all'uscio della camera*»; «*si gettò dal canapè trascinandosi dietro la coperta, e s'avventò contro l'uscio*», «*Istintivamente ella si scostò dal letto*» [Deledda, p. 113, 118, 119];
- частини тіла (антропоніми). При описі пригніченого емоційного стану Аннези використовуються антропоніми на позначення відповідного положення тіла: «*coi gomiti sulle ginocchia e il viso fra le mani, fissando gli occhi*» [Deledda, p. 113], а при описі стану афекту – на позначення

(Актуальні питання комунікативної лінгвістики [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])
Стилістична конвергенція у смислово-полі роману Г. Деледди «Плюш» (на матеріалі дескрипції образу Аннези)
(Українською) [Stylistychna konverhentsiia u smyslovomu poli romanu H. Deleddy "Pliushch" (na materiali deskryptsii obrazu Annezi)]

© Охріменко В. І. [Ohrimenko V. I.], valeriaisabella@ukr.net

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

непідконтрольних жестів: «*fissandolo con gli occhi non più umani*» [Deledda, p. 120]. Також антропоніми вживаються при описі жестів та рухів переляканого старого: «*si portò le mani al collo, con un istintivo moto di difesa, e chinò la testa, curvò le spalle, e tremò tutto*» [Deledda, p. 120].

Найуживанішими з антропонімів є ті, що позначають частини голови та руки. У такий спосіб здійснюється фіксація на органах, пов'язаних зі сценою, в якій Аннеза душить старого Дзуа: «*La mano salì fino al viso di lei*», «*con due occhi ardenti e una lunga barba grigia fra i cui peli umidi s'apriva una bocca nera e contorta*», «*gli mise le mani intorno al collo*», «*Una specie di rantolo le usciva dalla bocca spalancata*», «*fra le sue braccia contratte*» [Deledda, p. 114, 119, 121].

природні явища, що часто є частиною персоніфікацій: «*Il temporale infuriò (...)* il cielo si rasserenò; le ultime nuvole (...) scesero giù dietro la montagna», «*La luna saliva limpida sul cielo azzurro*» [Deledda, p. 112, 115];

Найуживанішими абстрактними іменниками є лексичні одиниці емотивної семантики на позначення емоційних реакцій та емоційного стану. Превалює вербалізація негативних емоцій, які утворюють **сміслові асоціативні ряди** на текстономічному рівні, задаючи емоційну тональність роману декадансу: «*pìù infelice di lui*», «*si svegliò piena di terrore*», «*egli ebbe paura*», «*vinto da un terrore infantile*», «*voce del suo terrore*», «*ebbe paura di se stessa*» [Deledda, p. 113, 114, 120, 123].

Розглянемо функціонування **символів** в аналізованому романі. Символ вогню пов'язаний з колірною символікою. З одного боку, **вогонь спалює** і виступає **символом руйнації**. У вогні записка Паулу перетворюється на попіл: «*brace fra le quali il foglietto (...) si trasformava (...) in cenere*»; у нічному жахитті Аннеза бачить червону вогняну стіну, яка її спалює «*una muraglia rossa e infocata il cui riverbero la bruciava tutta*» [Deledda, p. 113, 114]. Попіл є чорним і з позицій колірної символіки має негативну конотацію. З іншого боку, **вогонь освітлює** і виступає **символом появи нового: усвідомлення, зародження докорів сумління, надії**. Після скоєння злочину Аннезі здається, що вогонь, який на мить завмирає, перш ніж загориться гніт, повідомляє йому страшну таємницю «*La fiammella della lampadina s'allungò, s'indugiò intorno al lucignolo del lume, parve comunicargli un segreto*» [Deledda, p. 122-123]. Деледда використовує **розширену персоніфікацію** з компонентами, що утворюють **градацію**. Наступне висловлювання також містить розширену

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

Stylistic Convergence in the Sense Field of G. Deledda's Novel of Decadence "The Ivy" (on the Material of Description of the Character of Annesa) (in Ukrainian) [Stylistychna konverhentsiia u smyslovomu poli romanu H. Deleddy "Pliushch" (na materialii deskriptsii obrazu Annezi)]

© Okhrimenko V. I. [Okhrimenko V. I., valeriaisabella@ukr.net]

персоніфікацію, компоненти якої утворюють градацію: «*E la nuova luce si sparse, giallognola e triste, cercò ogni angolo della camera lugubre, illuminò il mucchio immobile che sorgeva sul letto*». Світло розходить від запаленої лампи, зазирає в кожний куток зловісної кімнати, і падає на купу лахміття, що здіймається на ліжку. У наступному висловлюванні персоніфікації підлягає саме епістемічний стан героїні: нарешті вона усвідомлює, що скоїла: «*Anche la mente di Annesa parve rischiararsi: ella capì ciò che aveva fatto, ed ebbe paura di se stessa*» [Deledda, p. 123].

У романі вживаються переважно **модальні висловлення проблематичної достовірності** з семантичними імплікатурами потенційно заданої невизначеності. Наприклад: «*Le pareva che avesse ancora qualche cosa da fare. Che cosa? Che cosa? Non sapeva, non ricordava*» [Deledda, p. 113]. У наведеному прикладі потенційно задана невизначеність зумовлюється суб'єктивними чинниками і залежить від емоцій героїні, на перцепцію та епістемічний стан якої впливає емоційний стан, тобто йдеться про невідконтрольність. Відмітимо також вживання **модальних висловлювань заперечної можливості**, що вербалізують **системоформотворчі смисли неспроможності, невідконтрольності**: «*Ma ella non poteva, non poteva. Le sue mani rifiutavano all'opera orrenda*» [Deledda, p. 120]. Можна стверджувати, що у цьому випадку відбувається збіг семантичних імплікатур: заперечна можливість пов'язана з невідконтрольністю, якій передують нерезультативні спроби. Також у художньому творі виживаються висловлення з модальним значенням заперечного волевияву на позначення нерезультативних спроб. До певного моменту героїня ще намагалася певний час чинити спротив «*Ella lottò ancora contro il cieco impulso che la guidava*» [Deledda, p. 115]. Висловлення такого типу відображають властивий декадансу фаталізм, що полягає у неможливості героїв протистояти пристрастям та обставинам, що склалися.

Висновки.

Смислове поле у романі Г. Деледди «Плюш» має ядро (референтні групи з іманентними характеристиками) та периферію (природні явища, предмети побуту, помешкання), між якими простежується кореляція Елементи поля представлені за когнітивним принципом релевантної виділеності «фон vs фігура» і співвідносяться з категорією оцінки. Категорія оцінки в аналізованому романі пов'язана з **колірною символікою**. Символи, зокрема ті, що входять до складу персоніфікацій, втілюють авторську інтенцію і задають напрям типізації умов смислотворення. **Колірна символіка** набуває особливої значущості, якщо вона

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

Стилістична конвергенція у смисловому полі роману Г. Деледди «Плюш» (на матеріалі дескрипції образу Аннези)
(Українською) [Stylistychna konverhentsiia u smyslovomu poli romanu H. Deleddy "Pliushch" (na materiali deskriptsii obrazu Annezi)]

© Охріменко В. І. [Ohrimenko V. I.], valeriaisabella@ukr.net

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

пов'язана з *символами*, до складу яких входять *розширені персоніфікації* з компонентами, що утворюють *градацію*. З одного боку, *персоніфікації, розширені персоніфікації з градацією, уподібнення* з колірною символікою, що містить *темні кольори*, вживаються на позначення *наростання емоційного стану афекту героїні та невідконтрольності дій, неспроможності протистояти обставинам*. З іншого боку, *персоніфікації та уподібнення* з колірною символікою, що містить *світлі кольори*, використовуються на позначення *природних явищ*, на тлі яких вимальовуються постаті персонажів, слугуючи фоном. На внутрішньофразовому рівні ці тропи можуть утворювати *антитези*, на трансфрастичному – *розширені антитези*. Семантичні компоненти, що входять до складу *персоніфікацій* на позначення *емоцій, епістемічного стану, волевияву та дій* головної героїні, пов'язані з *відділенням, ізоляцією, стисканням*, що вербалізує неспроможність протистояти обставинам, а *уподібнення* містять семантичні компоненти, пов'язані з *руйнуванням, невідконтрольністю, втратою зв'язку з реальністю*. Ключовим тропом у романі є *антитеза*, що виражається на текстономічному рівні і містить компоненти з *колірною символікою*, які набувають оцінної конотації під впливом смислового поля. Ключові *метафори* роману утворюють антитезу, що виявляє протиріччя між прагненням та їх реалізацією. Ключова *метонімія* роману входить до складу розширеної антитези, що описує протистояння зовнішнього і внутрішнього світу героїні. Ключове *уподібнення*, значиме для розкриття образу героїні, пов'язане з колірною символікою і символізує цілковиту темряву.

Література:

1. Манакін, В. М. (2004). *Зіставна лексикологія*. Київ: Знання.
2. Охріменко, В. І. (2024). Лінгвопрагматичні особливості смислового поля дескриптивних текстів (на матеріалі дескрипції образу Безіменного у романі А. Мандзоні «Заручені»). *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*, 45, 79–93.
3. Охріменко, В. І. (2023). Лінгвопрагматичні особливості функціонування афіксальних дериватів у смисловому полі роману Л. Капуани «Маркіз Роккавердіна». *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*, 44, 103–115.
4. Охріменко, В. І. (2024). Лінгвопрагматичні особливості функціонування тропеїчних засобів у смисловому полі роману Г. Деледди «Плющ». *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*, 46, 70–87.
5. Охріменко, В. І. (2012). *Онтологія та гносеологія категорії модальності в італійській мові* (Дисертація доктора філологічних наук). Київ.

(Current issues in linguistic communications [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])
 Stylistic Convergence in the Sense Field of G. Deledda's Novel of Decadence "The Ivy" (on the Material of Description of the Character of Annesa) (in Ukrainian) [Stylistychna konverhentsiia u smyslovomu poli romanu H. Deleddy "Pliushch" (na materialі deskriptsii obrazu Annezi)]

© Okhrimenko V. I. [Ohrimenko V. I.], valeriaisabella@ukr.net

6. Сизько, Г. (н.д.). *Декаданс. Світоглядно-естетичні зрушення у мистецтві та літературі середини – другої половини XIX ст.* Slideshare. <https://www.slideshare.net/slideshow/xix-55919192/55919192> (дата звернення: 15.02.2025)
7. Зубрицька, М. (Ред.). (1996). *Слово. Знак. Дискурс. Антологія світової літературно-критичної думки XX ст.* Львів: Літопис.
8. Grazia Deledda, tra Verismo e Decadentismo. (н.д.). *StudiaRapido.it*. <https://www.studiarapido.it/grazia-deledda-verismo-e-decadentismo/> (accessed 20.02.2025)
9. Festinger, L. (1962). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
10. Fillmore, C. (1976). Frame semantics and the nature of language. In *Annals of the New York Academy of Sciences: Conference on the Origin and Development of Language and Speech*, 280, 20–32.
11. Riffaterre, M. (1959). Criteria for style analysis. *Word*, 15(1), 154–174.

Джерела ілюстративного матеріалу:

12. Deledda, G. (1950). *L'edera*. Milano: Mondadori.

References:

1. Manakin, V. M. (2004). *The contrastive lexicology*. Kyiv: Znannya.
2. Okhrimenko, V. I. (2024). Linguopragmatic features of the meaning field of descriptive texts (on the material of description of the character of the Unknown in the novel by A. Manzoni *The Betrothed*). *Problems of Semantics, Pragmatics and Cognitive Linguistics*, 45, 79–93.
3. Okhrimenko, V. I. (2023). Linguopragmatic features of the functioning of affixal derivatives in the meaning field of L. Capuana's novel *The Marquis of Roccaverdine*. *Problems of Semantics, Pragmatics and Cognitive Linguistics*, 44, 103–115.
4. Okhrimenko, V. I. (2024). Linguopragmatic features of the functioning of stylistic devices in the meaning field of G. Deledda's decadent novel *The Ivy*. *Problems of Semantics, Pragmatics and Cognitive Linguistics*, 46, 70–87.
5. Okhrimenko, V. I. (2012). *Ontology and gnoseology of the category of modality in Italian* (Doctoral dissertation). Kyiv University.
6. Syz'ko, G. (n.d.). *Worldview and aesthetic shifts in art and literature of the mid-second half of the 19th century*. <https://www.slideshare.net/slideshow/xix-55919192/55919192> (accessed October 15, 2024)
7. Zubrytska, M. (Ed.). (1996). *Word. Sign. Discourse: An anthology of world literary and critical thought of the 20th century*. Lviv: Litopys.
8. Grazia Deledda, tra Verismo e Decadentismo. (н.д.). *StudiaRapido.it*. <https://www.studiarapido.it/grazia-deledda-verismo-e-decadentismo/> (accessed February 20, 2025)
9. Festinger, L. (1962). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press.
10. Fillmore, C. (1976). Frame semantics and the nature of language. In *Annals of the New York Academy of Sciences: Conference on the Origin and Development of Language and Speech*, 280, 20–32.
11. Riffaterre, M. (1959). Criteria for style analysis. *Word*, 15(1), 154–174.
12. Deledda, G. (1950). *L'edera*. Milano: Mondadori.

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

Стилістична конвергенція у смисловому полі роману Г. Деледди «Плюш» (на матеріалі дескрипції образу Аннези)
(Українською) [Stylistychna konverhentsiia u smyslovomu poli romanu H. Deleddy "Pliushch" (na materiali deskriptsii obrazu Annezi)]

© Охріменко В. І. [Ohrimenko V. I.], valeriaisabella@ukr.net

УДК 81'373:81'42:81'282(450):070

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 07.02.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 18.02.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 90 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.13>

FUNZIONI DEI NEOLOGISMI ITALIANI NEL GIORNALISMO

Anastasiia O. Seliverstova (Kiev, Ucraina)

a.seliverstova@knu.ua

Assistente presso il Dipartimento di Filologia Romanza,

Università Nazionale Taras Shevchenko di Kiev

(Ministero dell'Istruzione e della Scienza dell'Ucraina)

14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ucraina, 01601

Questo articolo analizza gli aspetti funzionali dei neologismi italiani nel discorso giornalistico contemporaneo, con particolare attenzione al loro ruolo nel riflettere i cambiamenti sociali, culturali e tecnologici. Lo studio esamina i principali presupposti della formazione dei neologismi nel lessico italiano odierno, evidenziando l'influenza dei progressi tecnologici, della digitalizzazione e della comunicazione via internet. L'autrice individua sei funzioni principali dei neologismi: nominativa, informativa, estetica, pragmatica, comunicativa e cognitiva, ognuna delle quali svolge un ruolo specifico nel discorso massmediatico. Viene inoltre evidenziata una sottocategoria della funzione informativa, la funzione informativo-compressiva, che utilizza la compressione linguistica come strategia per una trasmissione più efficace delle informazioni. L'analisi si basa su un corpus di esempi tratti da periodici italiani contemporanei, tra cui Corriere della Sera e Il Sole 24 ORE. Lo studio sottolinea l'importanza di ciascuna funzione nella pratica linguistica, evidenziando come i neologismi contribuiscono all'adattamento della lingua alle nuove esigenze sociali e comunicative. Inoltre, si prende in considerazione l'impatto di queste innovazioni linguistiche sulla fruizione dei media e sul discorso pubblico, dimostrando il loro ruolo nell'evoluzione dell'uso linguistico contemporaneo.

Parole chiave: *funzione dei neologismi, innovazioni linguistiche, discorso giornalistico, digitalizzazione, periodici italiani contemporanei.*

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

Functions of Italian Neologisms in Publicistics (in Italian)

[**Funzioni dei neologismi italiani nel giornalismo**]

© Seliverstova A. O. [Seliverstova A. O.], a.seliverstova@knu.ua

ФУНКЦІЇ ІТАЛІЙСЬКИХ НОВОТВОРІВ У ПУБЛІЦИСТИЦІ*Анастасія Селіверстова (м. Київ, Україна)*a.seliverstova@knu.ua

асистент кафедри романської філології
 Київський національний університет імені Тараса Шевченка
 (Міністерство освіти і науки України)
 01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

*У статті досліджуються особливості функціонування італійських неологізмів у сучасній публіцистичній сфері, зокрема їхня роль у відображенні динаміки суспільних, культурних і технологічних змін. Розглянуто основні передумови появи новотворів у лексичному складі сучасної італійської мови, зосереджено увагу на впливі розвитку технологій, цифровізації та інтернет-комунікацій. Автором виділено шість основних функцій неологізмів: номінативну, інформативну, естетичну, прагматичну, комунікативну та когнітивну, які визначають їхню роль у текстах мас-медійного дискурсу. Окремо виокремлено підвид інформативної функції – інформативно-компресивну, що передбачає використання механізмів мовної компресії (скорочення) для більш ефективної передачі інформації. Аналіз здійснено на основі корпусу прикладів із сучасних італійських періодичних видань, зокрема *Corriere della Sera* та *Il Sole 24 ORE*. У підсумках наголошується на важливості кожної функції у процесах адаптації мови до нових реалій і комунікативних потреб суспільства.*

Ключові слова: функції неологізмів, лінгвістичні інновації, публіцистичний дискурс, діджиталізація, сучасна італійська преса.

FUNCTIONS OF ITALIAN NEOLOGISMS IN PUBLICISTICS*Anastasiia Seliverstova (Kyiv, Ukraine)*a.seliverstova@knu.ua

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

This article examines the functional aspects of Italian neologisms in modern journalistic discourse, particularly their role in reflecting social, cultural, and technological changes. The study explores the main prerequisites for the emergence of neologisms in contemporary Italian vocabulary, focusing on the influence of technological advancements,

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

Функції італійських новотворів у публіцистиці (Італійською)

[Funktsii italiiskykh novotvoriv u publitsystytsi]

© Селіверстова А. О. [Seliverstova A. O.], a.seliverstova@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

digitalization, and internet communication. The author identifies six primary functions of neologisms: nominative, informative, aesthetic, pragmatic, communicative, and cognitive, each of which plays a distinct role in mass media discourse. A specific subtype of the informative function-informative-compressive – is also highlighted. This function involves linguistic compression (abbreviation) as a strategy for efficient information transmission. The analysis is based on a corpus of examples from contemporary Italian periodicals, including Corriere della Sera and Il Sole 24 ORE. The study underscores the importance of each function in linguistic practice, emphasizing how neologisms contribute to language adaptation in response to evolving societal and communicative needs. Additionally, attention is given to the potential impact of these linguistic innovations on media consumption and public discourse, illustrating their role in shaping contemporary language use.

Key words: *functions of neologisms, linguistic innovations, journalistic discourse, digitalization, contemporary Italian newspapers.*

Introduzione. In che modo il linguaggio riflette e modella la nostra realtà? La linguistica risponde a questa domanda non solo attraverso le categorie grammaticali tradizionali, ma anche attraverso i processi dinamici di creazione di nuove parole, che si possono osservare nel caso dei neologismi. Ogni giorno nel mondo compaiono nuovi fenomeni e la società li affronta. Le parole usate per descrivere questi fenomeni formano unità neologiche. Nel campo giornalistico, dove ogni dettaglio è importante per trasmettere informazioni, i neologismi servono come un importante strumento di manipolazione e di percezione. In particolare, nella stampa italiana, essi svolgono un ruolo nel determinare le tendenze politiche, sociali e culturali. **Lo scopo** di questo articolo è analizzare le funzioni dei neologismi italiani nel discorso giornalistico e il loro impatto sulla percezione di notizie ed eventi.

La rilevanza di questo tema risiede nel fatto che i neologismi sono diventati parte integrante del giornalismo moderno di lingua italiana, in quanto riflettono i continui cambiamenti della società, della tecnologia e della cultura. L'uso di nuove parole e termini permette ai giornalisti di comunicare efficacemente con il pubblico, di adattarsi a nuove realtà e di trattare temi di attualità. L'analisi delle funzioni dei neologismi italiani aiuta a capire come la lingua risponda alle sfide del nostro tempo, in particolare attraverso nuovi concetti, impatto emotivo e modi innovativi di trasmettere le informazioni.

Innanzitutto, è bene ricordare che, secondo alcuni studiosi, “il discorso giornalistico è un mezzo per la diffusione sistematica di messaggi tra numerosi

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

Functions of Italian Neologisms in Publicistics (in Italian)

[Funzioni dei neologismi italiani nel giornalismo]

© Seliverstova A. O. [Seliverstova A. O.], a.seliverstova@knu.ua

pubblici dispersi, al fine di influenzare la formazione e il cambiamento delle valutazioni, delle opinioni, delle credenze e dei comportamenti delle persone sotto forma di informazioni pragmaticamente intese” [2]. Il discorso giornalistico viene utilizzato per descrivere eventi socialmente importanti: quotidiani, sportivi, politici, economici, culturali. Poiché gli eventi coprono sfere completamente diverse della vita pubblica, il pubblico di riferimento è piuttosto ampio e diversificato. Di conseguenza, si può parlare di componente funzionale attiva sia dello stile giornalistico in generale sia dei singoli elementi lessicali.

Presentazione del materiale principale. Lo sviluppo della tecnologia e i progressi nel campo delle comunicazioni via Internet, così come la creazione di reti sociali, hanno contribuito notevolmente al miglioramento dell'interazione umana. Nel processo di cambiamento tecnologico, gli individui si adattano alle nuove condizioni combinando e creando nuovi elementi lessicali per garantire una comunicazione più rapida ed efficace. Questo nuovo formato di comunicazione, in particolare la comunicazione su Internet, ha stimolato la comparsa di innovazioni lessicali nei testi mediatici caratterizzati da fenomeni linguistici specifici.

I neologismi compaiono con diverse motivazioni, la principale delle quali è quella di dare un nome a nuovi concetti e nozioni che emergono nel mondo moderno e che non hanno ancora un nome. In questo modo, possiamo identificare la prima funzione dei neologismi: quella **nominativa**. Si tratta di una delle funzioni principali dei neologismi, che svolge un ruolo importante nell'espansione della composizione lessicale della lingua, poiché quando emergono nuove tecnologie o fenomeni, l'esigenza primaria è quella di creare un termine per denotarli. T. Koval nota giustamente che: “Il processo di denominazione di un nuovo fenomeno o concetto è sempre un riflesso della natura creativa dell'attività discorsiva dell'autore, poiché, avendo cercato la parola necessaria e non avendo trovato il nome giusto, il parlante la crea facilmente da sé, utilizzando modelli di formazione delle parole o singoli schemi lessicali a lui noti” [1; 80]. Così, i parlanti utilizzano un certo lessema che meglio si adatta alla loro richiesta e lo modificano per adattarlo alla struttura e al contenuto semantico richiesti.

- “E poi ci sono i fan di Harry Potter, ovviamente. Quale migliore idea regalo per gli appassionati di lettura come i **potteriani**?” (Corriere della Sera, 19 dicembre 2024), dove *potteriani* – è un esempio vivido di parola nuova. Si tratta

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

Функції італійських новотворів у публіцистиці (Італійською)

[Funktsii italiyskykh novotvoriv u publitsystytsi]

© Селіверстова А. О. [Seliverstova A. O.], a.seliverstova@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

di una parola formata dall'aggiunta del suffisso **-iani** al nome Potter per indicare i fan della saga di Harry Potter. In questo caso, il termine si riferisce a un certo gruppo di persone unite da un interesse comune e svolge quindi una funzione nominativa, in quanto nomina una specifica comunità di fan.

- “*Il Ceo James Li riprende il termine che sembra dover rappresentare l'evoluzione dei chatbot, quando si parla di intelligenza artificiale, e parla di agenti”* (Corriere della Sera, 2 marzo 2025). *Agenti* – è una parola che viene utilizzata per riferirsi a una categoria specifica quando si parla di sistemi intelligenti o chatbot. In questo caso, *agenti* si riferisce a un nuovo tipo di software o tecnologia che ha determinate funzioni nel contesto dell'intelligenza artificiale. Svolge una funzione nominativa in quanto descrive una nuova categoria nel campo della tecnologia.

Oltre alla funzione nominativa, vale la pena menzionare anche la funzione **informativa**, che non è meno importante nel discorso giornalistico. Il compito principale del giornalismo è quello di informare il pubblico sugli eventi che si svolgono nel mondo e sui cambiamenti che avvengono nelle varie sfere della vita: politica, economia, scienza e cultura. A loro volta, i neologismi svolgono un'importante funzione informativa, in quanto riflettono i cambiamenti sociali in corso, i nuovi fenomeni e i concetti che compaiono nelle varie sfere della vita. Aiutano a trasmettere rapidamente nuove informazioni e ad adattare il quadro linguistico del mondo alle realtà moderne.

- “*Un caso noto è quello del Dogecoin, una criptovaluta nata per scherzo nel 2013, ossia una memecoin e sostenuta da Elon Musk*” (Corriere della Sera, 10 marzo 2025). In questa frase, i termini *Dogecoin*, *criptovaluta* e *memecoin* sono utilizzati a scopo informativo. *Dogecoin* è il nome specifico di una criptovaluta, quindi fornisce informazioni precise sull'oggetto di cui si tratta. In questo caso, il termine viene utilizzato per riferirsi a un fenomeno specifico del mondo delle criptovalute, permettendo al lettore di capire di che tipo di criptovaluta si sta parlando. *Criptovaluta* è un termine generale per indicare una categoria di valute digitali. Serve a classificare Dogecoin come parte di una categoria più ampia di criptovalute, un dettaglio informativo importante. *Memecoin* è un termine specifico che descrive una criptovaluta creata nell'ambito della cultura

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

Functions of Italian Neologisms in Publicistics (in Italian)

[Funzioni dei neologismi italiani nel giornalismo]

© Seliverstova A. O. [Seliverstova A. O.], a.seliverstova@knu.ua

dei meme. Questo termine non solo fornisce informazioni aggiuntive sulla natura di Dogecoin, ma ne spiega anche l'origine e il contesto, rendendo il testo più informativo.

Un altro tipo di funzione informativa può essere definita **informativo-compressiva**: spesso i neologismi servono a ridurre concetti o processi complessi, rendendo le informazioni più concise. Nel contesto del giornalismo, questa funzione è particolarmente importante perché aiuta a trasmettere le informazioni in modo compatto e a evitare spiegazioni inutili, rendendo il testo più facile da capire e facendo risparmiare tempo al lettore. Di seguito sono riportati alcuni esempi concreti:

- “*Alla fine, la **Brexit** non ha fatto inciampare l'export delle eccellenze agroalimentari italiane verso la Gran Bretagna*” (Il Sole 24 ORE, 25 luglio 2024). I giornali usano spesso termini come *Brexit* per riferirsi all'uscita del Regno Unito dall'UE, che è un modo più compatto di riferirsi all'intero processo e alle sue conseguenze – si può quindi parlare di funzione informativo-compressiva: l'informazione viene trasmessa attraverso un metodo di compressione.
- “*Con questa affermazione, la terza civile della Corte di cassazione, con la sentenza n. 3016 del 6 febbraio, ha respinto la richiesta di risarcimento avanzata da un medico di medicina generale morto a causa del **Covid***” (Il Sole 24 ORE, 5 marzo 2025). Un altro esempio della funzione informativa e compressiva dei neologismi è il termine *Covid* nel contesto della pandemia globale di coronavirus. Invece di ripetere ogni volta “la pandemia causata dal virus SARS-CoV-2 iniziata nel 2019”, usiamo la semplice parola “*covid*”, che trasmette comodamente l'essenza del fenomeno, la sua natura globale e le sue conseguenze, e che aiuta a risparmiare spazio e tempo, rendendo il testo più facile da leggere. Tali abbreviazioni ci permettono di evitare lunghe spiegazioni, pur mantenendo la chiarezza e la comprensibilità delle informazioni.

Spesso nel linguaggio giornalistico, i neologismi possono servire a creare l'impatto desiderato sul pubblico, indirizzando le percezioni dei lettori in una certa direzione. L'uso di nuovi termini permette ai giornalisti di formulare le tesi in modo che abbiano un maggiore impatto emotivo o logico sui lettori, aumentando l'efficacia della comunicazione. Questo può essere legato alla manipolazione, al rafforzamento

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

Функції італійських новотворів у публіцистиці (Італійською)

[Funktsii italiiskikh novotvoriv u publitsistytsi]

© Селіверстова А. О. [Seliverstova A. O.], a.seliverstova@knu.ua

delle argomentazioni o alla creazione di un'immagine desiderata. Questa funzione delle nuove parole si chiama **pragmatica** ed è molto importante.

Esempi della funzione pragmatica sono i seguenti:

- *“Sull'approccio alle **fake news** emergono, inoltre, alcune differenze significative sia relativamente al genere, le ragazze condividono il 61% in più di notizie non verificate, sia geografiche, con gli adolescenti delle regioni del sud del Paese”* (Il Sole 24 ORE, 21 febbraio 2025). L'uso del termine *fake news* per riferirsi a informazioni false può non solo informare il lettore, ma anche manipolare la percezione delle fonti di informazione, mettendo il pubblico in uno stato di sfiducia nei confronti di certi media. Questo uso del neologismo dimostra perfettamente la funzione pragmatica dei neologismi.
- *“Concetto che inquadra benissimo le trattative in corso tra Alphabet Google e Universal Music sull'utilizzo delle voci e dei repertori degli artisti del roster della prima major discografica al mondo per la generazione mediante intelligenza artificiale di canzoni **deepfake** da parte degli utenti del web”* (Il Sole 24 ORE, 9 agosto 2023). L'uso del termine *deepfake* per descrivere i video generati dall'intelligenza artificiale ha una funzione manipolatoria, in quanto è associato a immagini e video falsi, fabbricati, che danno una falsa impressione di realtà. Questo termine provoca spesso una sorta di sfiducia nei media, in quanto ci ricorda la possibilità di creare un video che sembra assolutamente reale, ma che in realtà non lo è. Di conseguenza, l'uso del neologismo *deepfake* può rafforzare la percezione negativa delle tecnologie di intelligenza artificiale, aumentando i timori del pubblico nei confronti delle fake news o della manipolazione nello spazio dei media.

Le persone hanno sempre ricercato valori estetici e questo definisce una delle funzioni dei neologismi: quella **estetica**. L'aspetto estetico di un testo giornalistico è estremamente importante, poiché un testo mal strutturato o mal progettato non sarà percepito dal pubblico. Pertanto, è importante creare testi in modo tale che i destinatari vogliano leggerli. Nel contesto dei neologismi, vale la pena notare che essi svolgono anche una funzione estetica, arricchendo il testo e rendendolo più attraente per il lettore: i neologismi possono essere utilizzati per creare un certo stile di testo, che aiuta i giornalisti a rendere un articolo più vivido, memorabile o emotivo.

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

Functions of Italian Neologisms in Publicistics (in Italian)

[Funzioni dei neologismi italiani nel giornalismo]

© Seliverstova A. O. [Seliverstova A. O.], a.seliverstova@knu.ua

➤ “*Doctorow chiama il processo «enshittification» del web, ed è questo il termine che il Macquarie Dictionary, il dizionario nazionale australiano, ha eletto parola del 2024. Una scelta diversa rispetto all'Oxford University Press, che invece ha scelto «brainrot» (cioè il «cervello che marcisce» per i contenuti consumati passivamente online)*” (Corriere della Sera, 29 novembre 2024). L'uso di neologismi, come *enshittification* e *brainrot*, crea un certo effetto emotivo e aggiunge un sapore distintivo: *enshittification* è un neologismo che evoca forti associazioni emotive. Di per sé, appare scortese e persino provocatorio, il che rafforza la percezione negativa dei processi che descrive (l'allontanamento dalla qualità dei servizi online). L'uso di questa parola indica un atteggiamento sprezzante nei confronti della situazione, che crea un senso di frustrazione e di crisi. *Brainrot* – anche questo termine evoca un senso di decadenza o distruzione, indicando i danni causati dal consumo dissennato di contenuti su Internet. Non si tratta solo di una descrizione del problema, ma anche di un tentativo di trasmetterlo come qualcosa di distruttivo e quasi fisico. Pertanto, l'uso di questi termini nel testo aggiunge una coloritura emotiva e rafforza la critica dei fenomeni contemporanei nell'ambiente online.

Il ruolo sociale della lingua come sistema di segni che unisce le persone in determinati gruppi è alla base della funzione **comunicativa** dei neologismi, che è una delle più importanti al giorno d'oggi. Sui social media, gli utenti creano quotidianamente nuove parole che finiscono per diventare popolari tra un vasto pubblico, penetrando nel discorso pubblico e diventandone parte integrante. Le nuove parole separano il nuovo dal vecchio nella lingua come patrimonio culturale comune. La comunicazione su Internet, che si realizza attraverso il discorso online, è un tipo speciale di interazione, scambio di informazioni, opinioni e punti di vista. Ha le sue formule di etichetta consolidate, mezzi grafici specifici e, indubbiamente, una composizione lessicale unica, una parte significativa della quale è costituita da neologismi, che in seguito costituiranno gran parte della composizione lessicale attiva della lingua moderna.

➤ “*Sulle passerelle milanesi Autunno/Inverno 2025-26 appena terminate il mix and match si impone come una delle tendenze più audaci e creative del momento. Un look che ben mescola texture e stili differenti, ideale per chi ama sperimentare senza rinunciare all'eleganza.*” (Corriere della Sera, 11 marzo

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

Функції італійських новотворів у публіцистиці (Італійською)

[Funktsii italiiskikh novotvoriv u publitsystitsi]

© Селіверстова А. О. [Seliverstova A. O.], a.seliverstova@knu.ua

2025). La collocazione *mix and match* trasmette il concetto di combinazione stilistica di diversi elementi che è attuale nel mondo della moda. Senza questo termine, non sarebbe così comodo e preciso trasmettere l'idea delle tendenze della moda, dove è importante combinare diverse parti dell'abbigliamento. Esso descrive in modo chiaro e preciso la strategia moda che è diventata popolare negli ultimi anni e aiuta il lettore a capire subito di cosa si parla senza bisogno di spiegazioni, svolgendo così una funzione comunicativa, aiutando a trasmettere in modo preciso il significato e il concetto legato alle tendenze moderne. Il termine *look*, a sua volta, è diventato una parola ampiamente utilizzata nell'industria della moda, e proprio grazie ad esso è possibile discutere comodamente di diversi stili, tendenze o immagini tipiche di determinate stagioni o eventi, facilitando la comunicazione del concetto di immagine alla moda, rendendolo non solo utile, ma anche un termine necessario nel campo del giornalismo legato alla moda.

Un'altra funzione importante dei neologismi nei testi giornalistici è quella **cognitiva**. K. Tretyakova sottolinea che la pragmaticità delle neologismi è inseparabile dalla loro funzione comunicativa e, di conseguenza, anche dalla funzione cognitiva [3; 156]. La capacità di percepire e comprendere nuove informazioni è una delle funzioni principali della mente umana. Nella società moderna, per trasmettere efficacemente il contenuto di un determinato messaggio al pubblico, nella giornalistica vengono utilizzate nuove parole che spesso diventano familiari ai lettori, poiché riflettono concetti e fenomeni nuovi. Con il tempo, questi neologismi acquisiscono popolarità nei discorsi giornalistici, vengono utilizzati attivamente nei testi e diventano parte del vocabolario attivo della società. Ciò è importante nei contesti in cui emergono nuove realtà o fenomeni, e la lingua deve in qualche modo fissarli o sistematizzarli.

“*Tuttora 8th Note Press si occupa di selezionare i titoli più virali online, compresi quelli di cui si parla nella sezione **BookTok**, dando prima importanza alle discussioni che generano quei romanzi, e soffermandosi solo in un secondo momento sul genere dell'opera*” (Corriere della Sera, 29 ottobre 2024). In questa frase, la parola *BookTok* è un neologismo che svolge una funzione cognitiva, poiché aiuta a organizzare la conoscenza e la percezione delle tendenze letterarie, designando una specifica categoria di libri e la loro discussione all'interno di questa

comunità online. L'uso di questo termine consente di comprendere rapidamente ed efficacemente a quale comunità si fa riferimento. Pertanto, questo termine favorisce la comprensione dei moderni meccanismi di promozione dei libri tramite i social media.

Conclusioni. L'articolo ha esaminato le diverse funzioni dei neologismi italiani nel discorso giornalistico, con particolare attenzione alle funzioni nominativa, informativa, cognitiva, comunicativa, estetica e pragmatica. Ognuna di esse svolge un ruolo importante nella pratica linguistica, contribuendo a designare con precisione i nuovi fenomeni, a trasmettere efficacemente le informazioni, a formare nuovi concetti, nonché a creare un impatto emotivo ed estetico sul pubblico. I neologismi permettono ai giornalisti di esprimere le realtà contemporanee, di rispondere adeguatamente ai cambiamenti socioculturali e di garantire una migliore interazione con i lettori, aumentando il loro interesse e la loro comprensione degli argomenti trattati.

Література:

1. Коваль, Т. Л. (2011). Експресивна функція неологізмів у мові сучасного газетного дискурсу. *Наукові Записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*, (100), 78–81.
2. Мосейчук, О. М. (2012). Публіцистичний дискурс як контекст реалізації комунікативного впливу на масового адресата. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*, (65), 174–177. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/VZhDU_2012_65_36
3. Третякова, К. В. (2019). Функціонально-прагматична місія неологізмів у мові. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 42(1), 156–159.

References:

1. Koval, T. L. (2011). Ekspresyvna funktsiia neolohizmiv u movi suchasnoho hazetnoho dyskursu. *Naukovi Zapysky. Serii: Filolohichni nauky (movoznavstvo)*, (100), 78–81.
2. Moseichuk, O. M. (2012). Publitsystychnyi dyskurs yak kontekst realizatsii komunikatyvnoho vplyvu na masovoho adresata. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka*, (65), 174–177. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/VZhDU_2012_65_36
3. Tretiakova, K. V. (2019). Funktsionalno-prahmatychna misiia neolohizmiv u movi. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Serii: Filolohiia*, 42(1), 156–159.

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

Функції італійських новотворів у публіцистиці (Італійською)

[Funktsii italiiskykh novotvoriv u publitsystytsi]

© Селіверстова А. О. [Seliverstova A. O.], a.seliverstova@knu.ua

УДК 81'42:070:811.161.2

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 15.02.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 17.02.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 92 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.14>

COMMUNICATIVE-DISCURSIVE STRATEGIES OF CONSTRUCTING THE IMAGE OF CHINA IN THE UKRAINIAN INFORMATION SPACE

Song Qin (Kyiv, Ukraine)

songqin499@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0001-6691-8223>

Phd Student at Department of Ukrainian Language and Applied Linguistics

Taras Shevchenko National University of Kyiv

(Ministry of Education and Science of Ukraine)

14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

The article examines communicative-discursive strategies for forming China's image in the Ukrainian information space, which are based on genre-discursive and linguopragmatic approaches that allow systematizing genre-specific features of information presentation and identifying rhetorical techniques and communicative strategies characteristic of news agencies, analytical editions, economic and socio-political media, as well as social platforms, including Facebook, Telegram, YouTube, and Medium, which ensures the multidimensionality of media discourse research and contributes to identifying their influence on the formation of the country's international image. The study employs methods of discourse analysis, content analysis, and comparative analysis, which enable distinguishing dominant rhetorical techniques and genre characteristics of information presentation that shape an ambivalent perception of China's image in the Ukrainian information space, confirming the multifaceted nature of media positioning approaches for international actors.

Keywords: *China, communicative-discursive strategies, communicative tactics, Ukrainian media, media discourse, linguopragmatic approach, media representation, information space.*

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

Communicative-Discursive Strategies of Constructing the Image of China in the Ukrainian Information Space

(in English) [Komunikatyvno-dyskursyvni stratehii stvorennia obrazu Kytau v ukrainskomu informatsynomu prostori]

© Song Qin [Sun' Cyn], songqin499@gmail.com

КОМУНІКАТИВНО-ДИСКУРСИВНІ СТРАТЕГІЇ СТВОРЕННЯ ОБРАЗУ КИТАЮ В УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

Сунь Цин (м. Київ, Україна)

songqin499@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0001-6691-8223>

аспірант кафедри української мови та прикладної лінгвістики

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

У статті розглянуто комунікативно-дискурсивні стратегії формування образу Китаю в українському інформаційному просторі, що базується на жанрово-дискурсивному та лінгвопрагматичному підходах, які дозволяють систематизувати жанрові особливості подачі інформації та виявити риторичні прийоми і комунікативні стратегії, характерні для новинних агентств, аналітичних видань, економічних та суспільно-політичних ЗМІ, а також соціальних платформ, зокрема Facebook, Telegram, YouTube та Medium, що забезпечує багатовимірність дослідження медійних дискурсів та сприяє виявленню їх впливу на формування міжнародного іміджу країни. У процесі дослідження використано методи дискурс-аналізу, контент-аналізу та порівняльного аналізу, що дозволило виокремити домінуючі риторичні прийоми та жанрові характеристики подачі інформації, які формують амбівалентне сприйняття образу Китаю в українському інформаційному просторі, підтверджуючи багатогранність підходів до медійного позиціонування міжнародних акторів.

Ключові слова: *Китай, комунікативно-дискурсивні стратегії, комунікативні тактики, українські ЗМІ, медіадискурс, лінгвопрагматичний підхід, медіарепрезентація, інформаційний простір.*

The modern information space not only transmits political, economic, and sociocultural events on a global scale but also serves as a tool for instrumentalizing public discourse through the implementation of genre-stylistic and linguo-pragmatic strategies aimed at shaping public perceptions of certain countries, political processes, and international actors. This approach corresponds to the contemporary theory of discourse analysis, which emphasizes the role of linguistic strategies in shaping social reality [1; 2]. In particular, the use of genre-stylistic and linguo-pragmatic strategies is an important tool for influencing the perception of international events and political

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

Комунікативно-дискурсивні стратегії створення образу Китаю в українському інформаційному просторі
(Англійською) [Komunikatyvno-dyskursyvnii stratehii stvorennia obrazu Kytaiu v ukrainskomu informatsynomu prostori]

© Сунь Цин [Sun' Cyn], songqin499@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

processes [3]. The relevance of systematic analysis of media discourse is determined by the ability of the media not only to inform but also to shape communicative strategies of explicit and implicit influence on the audience [4].

The relevance of the study is driven by the growing role of China in global politics and economics, which affects the shift in the geopolitical balance of power and necessitates a critical analysis of media discourses used to represent the country in Ukrainian mass media, as the media is not only a means of disseminating information but also a tool for shaping public perception, which may include both objective analysis of international processes and elements of manipulative influence realized through specific framing of information presentation, lexical choices, communicative strategies of explicit or implicit influence, ultimately determining the overall picture of China's positioning in the Ukrainian information space.

News agencies such as *Укрінформ* and *РБК-Україна* are characterized by a factual presentation of information, which is manifested in the focus on official statements, statistical indicators, and a neutral tone of presentation. However, even within the framework of a neutral style, it is possible to trace indirect informational influence realized through thematic accents, the placement of quotes, visual material design, the choice of experts commenting on the event, as well as the use of headlines that can not only inform but also shape a primary impression regarding events related to Sino-Ukrainian relations, which is characteristic of media discourse analysis where the media's ability to shape social realities through presentation and framing is essential [1; 2].

For example, in a news piece by *Укрінформ* about China's official policy regarding the ecological transition, the intention to achieve carbon neutrality by 2060 is emphasized without a detailed analysis of potential risks and challenges, creating an impression of predictability and strategic stability of the country's environmental policy [7].

At the same time, in a piece by *РБК-Україна* covering a joint US-China statement on combating climate change, a direct factual presentation is used without expert commentary on the implications of this initiative for the global economy, which, on the one hand, supports informational neutrality, while on the other hand, indirectly contributes to the legitimization of China's diplomatic initiatives on the international

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

Communicative-Discursive Strategies of Constructing the Image of China in the Ukrainian Information Space

(in English) [Komunikatyvno-dyskursyvni stratehii stvorennia obrazu Kytaiu v ukrainskomu informatsiynomu prostori]

© Song Qin [Sun' Cyn], songqin499@gmail.com

stage [8], which corresponds to the strategy of informational influence in international relations [2].

Meanwhile, analytical media, such as *Дзеркало тижня* and *Європейська правда*, demonstrate a tendency towards deep and multi-level analysis of international politics, using a wide range of argumentative practices, including historical analogies, expert assessments, predictive models of situation development, and critical reflections on political and economic processes, enabling variability in interpreting China as an international actor and creating the basis for constructing informational frames that may emphasize both the potential of strategic partnership and the threats to regional stability or the prospects of economic cooperation between states.

One example of such an approach is an analytical article by *Дзеркало тижня*, which explores how China adapted its foreign trade strategy in response to the introduction of new tariffs by the United States [9], demonstrating both readiness for compromise negotiations and the ability to maneuver economically and form new strategic alliances within global trade, aligning with theoretical models of international politics where states use economic tools to strengthen their positions in the global market [3].

In another article by the same publication, the potential threat to global trade routes due to possible escalation of tensions between the US and China is analyzed, as Beijing views the Panama Canal as one of the key logistical hubs that could be used as a geopolitical leverage in case of a conflict situation in relations with Washington [10], which corresponds to the theory of international relations where logistical and trade routes are used as instruments of strategic influence on global politics [2].

The publication *Європейська правда* also pays attention to the dynamics of Sino-European relations, particularly highlighting the precedent of Beijing imposing sanctions against representatives of European state institutions [11], which is an unprecedented step signaling a change in the geopolitical paradigm wherein China positions itself as an independent regulator of international processes and gradually accumulates tools of diplomatic pressure, characteristic of concepts of diplomacy and international relations where countries use economic and political levers to strengthen their positions on the global stage [2].

Moreover, the publications of this edition consider the issue of Chinese investments in Eastern European countries, which emerges as one of the most controversial aspects of China's economic interaction with the region, as analysts point

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

Комунікативно-дискурсивні стратегії створення образу Китаю в українському інформаційному просторі
(Англійською) [Komunikatyvno-dyskursyvni stratehii stvorennia obrazu Kytaiu v ukrainskomu informatsynomu prostori]

© Сунь Цин [Sun' Cyn], songqin499@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

to the ambivalent nature of such investments, which, on the one hand, contribute to the development of infrastructure and production capacities, but on the other hand, may serve as an instrument of economic influence, requiring a balanced approach to strategic planning of further cooperation with China [12], which confirms the concept of using investments as an instrument of influence in international relations [3].

Economic media such as *Мінфін* and *Економічна правда* cover relations between Ukraine and China using specialized terminology and conceptual metaphors, including “*економічна експансія*”, “*глобальний ринок*”, “*фінансовий центр*”, and others, which not only record financial and trade processes but also shape the image of China as a dominant player in the global economy, simultaneously acting as both a potential investor and a competitor that poses challenges to Ukraine’s economic stability. For example, in an article by *Економічна правда* [13], the global expansion of Chinese electric vehicle manufacturer BYD, which raised 5.6 billion dollars to expand its presence in international markets, is analyzed, highlighting China’s ambitions to strengthen its positions in high-tech sectors of the global economy, which aligns with the concept of economic influence through investments and strategic maneuvers in international relations [2].

In a piece by *Мінфін*, the internal economic challenges of China are examined, particularly the increase in debt to a record 287.8 % of GDP in 2023, raising potential risks for the global economy, given China’s tight integration into global financial systems [14], enabling Chinese institutions to influence financial processes worldwide. This is why China is often referred to as “*фінансовий центр*”, as its economic problems have a significant impact on global financial markets and the stability of the world economy.

Furthermore, *Економічна правда* publishes materials that focus on Chinese subsidies for electric vehicle production [15], emphasizing China’s growing influence on the global electric vehicle market, reinforcing its role as a powerful economic actor on the international stage, where China becomes an important supplier and player capable of altering the competitive environment in global markets.

Conversely, socio-political media, such as *Лівий берег* and *Главком*, employ political frames to represent China, combining both diplomatic aspects of cooperation and security issues, forming China’s image through the prism of its relations with other international actors, defining its position in global geopolitical conflicts, and analyzing

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

Communicative-Discursive Strategies of Constructing the Image of China in the Ukrainian Information Space

(in English) [Komunikatyvno-dyskursyvni stratehii stvorennia obrazu Kytaiu v ukrainskomu informatsiynomu prostori]

© Song Qin [Sun' Cyn], songqin499@gmail.com

military-political strategy. For instance, in an article by *Лівий берег*, China is characterized as “*світова потужність*” [16], symbolizing China’s dominance on the international stage, and as “*спритний гравець на полі світової політики*” [Там само], highlighting China’s flexibility and strategic endurance in interstate relations, corresponding to theoretical approaches regarding power strategies in international relations through manipulation of images and discourses in political processes [2].

Meanwhile, *Главком* uses the metaphor “*Китай як хижак, потенційна здобич*”, emphasizing China’s strategic approach to other states, particularly to Ukraine, which may become “*жертвою*” by succumbing to economic pressure and investments that lead to dependence on China. In this context, China is portrayed as “*токсини у вигляді привабливих інвестпроектів*” [17], illustrating Chinese investments that initially seem beneficial but may cause strategic dependence of the country on China. Such strategies also correspond to concepts of *м’яка сила* and *жорстка сила*, developed within the context of international politics and manipulation through economic tools [5].

The metaphor “*м’яка сила*” describes China’s strategies through the use of soft influence tools such as economic and cultural initiatives [17], allowing it to strengthen its positions in Ukraine and other countries, highlighting China’s use of strategic influence through the economy, media, and other soft mechanisms that make it possible to shape the political course of countries without resorting to open aggression.

Official state media of Ukraine, such as *Голос України* and *Урядовий кур’єр*, use various metaphors to convey the complexity and scale of Chinese policy, emphasizing its cultural and economic influence on the international stage. In the publications of *Голос України* [18], China is often depicted through the metaphor “*Великий шовковий шлях як міст між культурами*”, symbolizing its role as a connecting element between East and West, emphasizing not only trade but also cultural and ideological interaction, as well as through the metaphor “*моноліт нації*”, indicating China’s historical unity, which, in reality, is a multiethnic society capable of integrating various ethnic groups. Moreover, the use of the metaphor “*підтримка буддизму*” emphasizes the strategic approach of Chinese leaders to supporting this religion [18], which is an important element in building internal unity and geopolitical influence of China in the East and on the international arena, corresponding to strategies of geopolitical influence through cultural instruments [5].

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

Комунікативно-дискурсивні стратегії створення образу Китаю в українському інформаційному просторі
(Англійською) [Komunikatyvno-dyskursyvni stratehii stvorennia obrazu Kytaiu v ukrainskomu informatsynomu prostori]

© Сунь Цин [Sun' Cyn], songqin499@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

On the other hand, *Урядовий кур'єр* uses metaphors to emphasize China's neutral position in the context of military conflicts, particularly through the metaphor “*цан-відбувайло*”, which symbolizes China's refusal to accept accusations and emphasizes its desire to avoid being labeled as guilty, as well as through the metaphor “*позиція Китаю справедлива й об'єктивна*”, demonstrating its orientation toward adherence to legal norms and a neutral role in conflict resolution. Moreover, the expression “*діалог та переговори як єдиний правильний шлях*” indicates China's strategic choice to support peace through constructive dialogue, demonstrating its willingness to make diplomatic efforts to resolve international crises. The metaphor “*архітектура європейської безпеки*” is used to emphasize the need to build a stable security system in Europe through diplomatic processes and mutual negotiations [19], which is an important element in China's foreign policy aimed at peace and stability, in line with the concept of *м'яка сила* in global international strategies [5].

Ukrainian social media and digital platforms, such as *Facebook*, *Telegram*, *YouTube*, *Medium*, and *LiveJournal*, serve as important communicative spaces where the image of China is formed through the combination of emotionally charged vocabulary, symbolic concepts, and metaphorical constructions, simultaneously representing both its economic and cultural power and its controversial role in global politics, creating a multidimensional discourse that influences public perception. This aligns with van Dijk's research on the media's impact on public perception and the formation of state images [2].

In the digital information environment, Ukrainian social media reflect the ambiguity of attitudes towards China, combining positive narratives about its economic growth, technological leadership, and cultural expansion with critical discourses focusing on issues of geopolitical influence, potential threats of economic dominance, and strategic maneuvering in international relations. This, in turn, underlines the diversity and variability of media coverage of China in the Ukrainian digital space, corresponding to theoretical approaches to the formation of social representations through media and communication platforms in the context of information wars [6].

For instance, a significant portion of communicative materials on *Facebook* and *Telegram* contains the metaphor “*економічний гігант*”, emphasizing China's powerful economic impact on global processes, as well as the metaphor “*дракон*”, symbolizing the strength, dynamism, and strategic prudence of Chinese policy. At the

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

Communicative-Discursive Strategies of Constructing the Image of China in the Ukrainian Information Space
(in English) [Komunikatyvno-dyskursyvni stratehii stvorennia obrazu Kytaiu v ukrainskomu informatsynomu prostori]

© Song Qin [Sun' Cyn], songqin499@gmail.com

same time, it may evoke associations with a potential threat to the world order [20], which corresponds to the concepts of global influence through cultural and economic images in the media [6].

In blogs on *Medium* and *LiveJournal*, China is often portrayed through the image of “*Велика Китайська стіна*” [21], which acts as a symbol of isolationism and China’s desire to preserve its uniqueness, while the metaphor “*Китай як Конфуцій*” emphasizes traditional wisdom and philosophical foundations that influence the country’s modern political strategy, reflecting strategies of cultural diplomacy and the use of cultural images in forming the international image of the state [5].

On the *YouTube* platform, particularly in video analytics about Chinese diplomacy, the metaphor “*боргова пастка*” is widespread, characterizing China’s external investment policy as a way to gain control over other states through economic dependence, supplemented by the critical frame “*економічний хижак*”, indicating the aggressive expansion of Chinese corporations in the global market [22]. This reflects the use of economic instruments for strategic manipulation of global markets within the framework of the “*жорстка сила*” concept in international relations [5].

In social networks like *Instagram*, a positive frame “*Китай як центр культури та спадщини*” [23] is used, implemented through hashtags #ChinaInFocus and #ChineseCulture, forming the impression of the country as a center of ancient traditions, cultural influence, and tourist attractiveness, contributing to the spread of its positive image in the international space. This is part of the strategy of cultural diplomacy, actively used by states to enhance their own image on the international stage [5].

Thus, a comprehensive analysis showed that Ukrainian media demonstrate significant diversity in representing China’s image, depending on the genre and stylistic features of different media platforms. In particular, news agencies tend to present factual narratives focusing on official statements and statistical indicators, creating a neutral and objective image of China, while analytical publications apply a critical approach using historical analogies, expert assessments, and predictive models, contributing to the creation of a complex multi-layered discourse. Socio-political media build discourse through rhetorical techniques and symbolic images that emphasize geopolitical aspects and potential threats, while economic publications use conceptual metaphors and specialized terminology to characterize China’s economic expansion and its role in the global market, forming an ambivalent perception of the country’s international image and demonstrating the contrast of approaches to forming media discourse.

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

Комунікативно-дискурсивні стратегії створення образу Китаю в українському інформаційному просторі
(Англійською) [Komunikatyvno-dyskursyvni stratehii stvorennia obrazu Kytaiu v ukrainskomu informatsynomu prostori]

© Сунь Цин [Sun' Cyn], songqin499@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

Література:

1. Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman. <https://www.felsemiotica.com/descargas/Fairclough-Norman-Critical-Discourse-Analysis.-The-Critical-Study-of-Language.pdf>
2. van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and Power*. London: Palgrave Macmillan.
3. Perelman, Ch. (1982). *The Realm of Rhetoric*. Notre Dame: University of Notre Dame Press.
4. Foucault, M. (1972). *The Archaeology of Knowledge*. London: Tavistock Publications. https://books.google.com.ua/books?id=kyKuUTYEn5sC&pg=PR3&hl=ru&source=gb_s_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false
5. Nye, J. S. (2005). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs. <http://www.tinyurl.com/2b5wv9az>
6. Fuchs, C. (2021). *Social Media: A Critical Introduction* (3rd ed.). London: Sage. https://fuchsc.net/wp-content/SocM_Preface_Intro.pdf
7. Укрінформ. (2021, 22 квітня, 16:55). Китай взяв зобов'язання до 2060 року досягти нульових викидів CO₂. <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3233118-kitaj-vzav-zobovazanna-do-2060-roku-dosagti-nulovih-vikidiv-co2.html> (Дата звернення 17.03.2025).
8. РБК-Україна. (2021, 18 квітня, 05:16). США і Китай об'єднують зусилля, аби перешкодити змінам клімату. <https://www.rbc.ua/ukr/news/ssha-kitaj-obedinyat-usiliya-chtob-pomeshat-1618712290.html> (Дата звернення 17.03.2025).
9. Дзеркало тижня. (2025, 09 березня, 15:55). Китай зробив висновки з першої торгової війни з Трампом і змінив тактику на тлі нових тарифів – АР. <https://zn.ua/ukr/china/kitaj-zrobiv-visnovki-z-pershoji-torhovoji-vijni-z-trampom-i-zminiv-taktiku-na-tli-novikh-tarifiv-ap.html>
10. Дзеркало тижня. (2025, 31 січня, 05:27). Китай планує закрити Панамський канал – Марко Рубіо. <https://zn.ua/ukr/usa/kitaj-planuje-zakriti-panamskij-kanal-marko-rubio.html>
11. Європейська правда. (2021, 26 березня, 15:00). Пекін взявся за санкції: як далеко заїде конфлікт Китаю та ЄС. <https://www.euointegration.com.ua/articles/2021/03/26/7121377/>
12. Європейська правда. (2021, 14 липня, 10:32). Китайські інвестиції: досвід Східної Європи для України. Відповідаємо на ключові питання. <https://www.euointegration.com.ua/articles/2021/07/14/7125417/>
13. Економічна правда. (2025, 4 березня, 12:31). Китайський виробник електромобілів BYD залучає 5,6 мільярда доларів для експансії за кордон. <https://pravda.com.ua/biznes/kitayskij-gigant-byd-zaluchaye-5-6-mlrd-dol-dlya-globalnoji-ekspansiji-#:~:text=Китайський%20виробник%20електромобілів%20BYD%20залучає,доларів%20для%20експансії%20за%20кордон&text=Китайський%20лідер%20з%20виробництва%20електромобілів,Про%20це%20пише%20Financial%20Times>

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

Communicative-Discursive Strategies of Constructing the Image of China in the Ukrainian Information Space
 (in English) [Komunikatyvno-dyskursyvnii stratehii stvorennia obrazu Kytaiu v ukrainskomu informatsionomu prostori]

© Song Qin [Sun' Cyn], songqin499@gmail.com

14. Мінфін. (2024, 12 лютого, 14:55). Китай найбільш зацікавлений у завершенні війни в Україні: 5 фактів, які це підтверджують. <https://minfin.com.ua/ua/2024/02/12/121377682/>
15. Економічна правда. (2023, 20 вересня, 11:57). Масштабні субсидії Китаю у виробництво електромобілів потребують розслідування – ЄК. <https://epravda.com.ua/news/2023/09/20/704537/>
16. Лівий берег. (2023, 2 червня, 14:35). Війна в Україні не змінила поглядів Китаю щодо можливого нападу на Тайвань, – Міжнародний інститут стратегічних досліджень. https://lb.ua/world/2023/06/02/558491_viyna_ukraini_zminila_poglyadiv.html
17. Главком. (2024, 27 липня, 09:07). Зрозуміти Китай. Чи може Пекін зупинити війну в Україні? (Частина 1). https://lb.ua/world/2024/07/27/626275_zrozumiti_kitay_chi_mozhe_pekin.html
18. Голос України. (2022, 09 лютого). Етнічна політика Китаю: історія і сучасність. <https://www.golos.com.ua/article/355972>
19. Урядовий кур'єр. (2024, 23 квітня). Китай відкидає звинувачення у підтримці російського вторгнення в Україну. <https://ukurier.gov.ua/uk/news/kitaj-vidkidaye-zvinuvachennya-u-pidtrimci-rosijsk/>
20. Facebook (2024, 12 березня). <https://www.facebook.com/>
21. Medium (2024, 05 лютого). <https://medium.com/>
22. Youtube (2024, 21 січня). <https://www.youtube.com/>
23. Instagram (2024, 14 березня). <https://www.instagram.com/>

References:

1. Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman. <https://www.felsemiotica.com/descargas/Fairclough-Norman-Critical-Discourse-Analysis.-The-Critical-Study-of-Language.pdf>
2. van Dijk, T. A. (2008). *Discourse and Power*. London: Palgrave Macmillan.
3. Foucault, M. (1972). *The Archaeology of Knowledge*. London: Tavistock Publications. https://books.google.com.ua/books?id=kyKuUTYEn5sC&pg=PR3&hl=ru&source=gbs_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false
4. Perelman, Ch. (1982). *The Realm of Rhetoric*. Notre Dame: University of Notre Dame Press.
5. Nye, J. S. (2005). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs. <http://www.tinyurl.com/2b5wv9az>
6. Fuchs, C. (2021). *Social Media: A Critical Introduction* (3rd ed.). London: Sage. https://fuchsc.net/wp-content/SocM_Preface_Intro.pdf
7. Ukrinform. (2021, April 22). *Kytai vzyav zobov'iazannia do 2060 roku dosiahnyty nulovykh vykydiv CO₂*. <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3233118-kitaj-vzav-zobovazanna-do-2060-roku-dosagti-nulovih-vikidiv-co2.html> (Accessed March 17, 2025).

(Актуальні питання комунікативної лінгвістики [Aktual'ni pytannja komunikatyvnoi' lingvistyky])
Комунікативно-дискурсивні стратегії створення образу Китаю в українському інформаційному просторі
 (Англійською) [Komunikatyvno-dyskursyvnii stratehii stvorennia obrazu Kytaiu v ukrainskomu informatsynomu
 prostori]

© Сунь Цин [Sun' Cyn], songqin499@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

8. RBK-Ukraine. (2021, April 18). *SSHA i Kytai ob'iednaiut zusyllia, aby pereshkodity zminam klimatu*. <https://www.rbc.ua/ukr/news/ssha-kitay-obedinyat-usiliya-chtob-pomeshat-1618712290.html> (Accessed March 17, 2025).
9. Dzerkalo tyzhnia. (2025, March 9). *Kytai zrobyv vysnovky z pershoi torgovoi viiny z Trampom i zminyv taktyku na tli novykh taryfiv – AP*. <https://zn.ua/ukr/china/kitaj-zrobiv-visnovki-z-pershoji-torhovoji-vijni-z-trampom-i-zminiv-taktiku-na-tli-novykh-tarifiv-ap.html>
10. Dzerkalo tyzhnia. (2025, January 31). *Kytai planuie zakryty Panams'kyi kanal – Marko Rubio*. <https://zn.ua/ukr/usa/kitaj-planuje-zakryty-panamskij-kanal-marko-rubio.html>
11. Yevropeiska pravda. (2021, March 26). *Pekin vziavsia za sanktsii: yak daleko zayde konflikty Kitaiu ta YES*. <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2021/03/26/7121377/>
12. Yevropeiska pravda. (2021, July 14). *Kytaiiski investysii: dosvid Skhidnoi Yevropy dlia Ukrainy. Vidpovidaemo na kliuchovi pytannia*. <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2021/07/14/7125417/>
13. Ekonomichna pravda. (2025, March 4). *Kytaiiskiy vyrobnyk elektroybiliv BYD zaluchae 5,6 miliarda dolariv dlia ekspansii za korodon*. <https://epravda.com.ua/biznes/kitayskiy-gigant-byd-zaluchaye-5-6-mlrd-dol-dlya-globalnoji-ekspansiji-#:~:text=Китайський%20виробник%20електромобілів%20BYD%20залучає,доларів%20для%20експансії%20за%20кордон&text=Китайський%20лідер%20з%20виробництва%20електромобілів,Про%20це%20пише%20Financial%20Times>
14. Minfin. (2024, February 12). *Kytai naybil'sh zaatsiavljeni u zavershennyi viiny v Ukraini: 5 faktiv, iaki tse pidtrymuiut'*. <https://minfin.com.ua/ua/2024/02/12/121377682/>
15. Ekonomichna pravda. (2023, September 20). *Masshtabni subsydii Kytaiu u vyrobnytstvo elektroybiliv potrebuiut' rozsliduvannia – YEK*. <https://epravda.com.ua/news/2023/09/20/704537/>
16. Livy Berih. (2023, June 2). *Viina v Ukraini ne zminyla pohliadiv Kytaiu shchodo mozhyvoho napadu na Taivan', – Mizhnarodnii instytut stratehichnykh doslidzhen'*. https://lb.ua/world/2023/06/02/558491_viyna_ukraini_zminila_poglyadiv.html
17. Glavkom. (2024, July 27). *Zrozumity Kytai. Chy mozhe Pekin zupynyty viinu v Ukraini? (Chastyna I)*. https://lb.ua/world/2024/07/27/626275_zrozumiti_kitay_chi_mozhe_pekin.html
18. Holos Ukrainy. (2022, February 9). *Etnichna polityka Kytaiu: istoriia i suchasnist'*. <https://www.golos.com.ua/article/355972>
19. Uryadovi kur'ier. (2024, April 23). *Kytai vidkydaiet' zvyuvachennia u pidtrymci rosiiskoho vtohrannia v Ukrainu*. <https://ukurier.gov.ua/uk/news/kitaj-vidkidaye-zvinuvachennya-u-pidtrimci-rosijsk/>
20. Facebook. (2024, March 12). <https://www.facebook.com/>
21. Medium. (2024, February 5). <https://medium.com/>
22. Youtube. (2024, January 21). <https://www.youtube.com/>
23. Instagram. (2024, March 14). <https://www.instagram.com/>

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

Communicative-Discursive Strategies of Constructing the Image of China in the Ukrainian Information Space
(in English) [Komunikatyvno-dyskursyvnii stratehii stvorennia obrazu Kytaiu v ukrainskomu informatsionomu prostori]

© Song Qin [Sun' Cyn], songqin499@gmail.com

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЇ
[CURRENT ISSUES IN LINGUOCULTURAL STUDIES]

УДК 811.133.1:81'373.611

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 24.01.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 27.01.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 91 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.15>

ФРАНЦУЗЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ПРОСТІР В АСПЕКТІ
АМЕРИКАНІЗАЦІЇ: ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ ЗРІЗ

Лада Вікторівна Клименко (м. Київ, Україна)

lada.klimenko@knu.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

Тетяна Вікторівна Бурмістенко (м. Київ, Україна)

t.burmistenko@knu.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

Стаття пропонує дослідження впливу американізації на культурний простір Франції, аналізується роль запозичення американських лінгвокультурних реалій у процесі формування сучасної мовної і концептуальної картин світу країни. Визначено, що американська експансія сприяла формуванню інакшого мовного мислення під впливом уніфікації мови, завдячуючи англійській. Зміни в концептуальній структурі французького культурного простору стали наслідком лінгвокультурного трансферу, який проявляється через асиміляцію, гібридизацію або конкуренцію запозичених культурно-специфічних елементів. Асиміляція є процесом переміщення культурно-

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз (Українською)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,

Бурмістенко Т. В. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

специфічних концептів до французького культурного простору разом з їх оригінальними позначеннями (пряме запозичення назв, калькування), коли вони залишаються феноменами похідної культури. **Гібридизація** сприяє створенню нових смислів і концептів завдяки міжкультурній **концептуальній інтеграції**, яка модифікує змістове наповнення концепту, внаслідок чого формуються нові концептуальні категорії. **Конкуренція** полягає у критиці проявів американізації як загрози французькій ідентичності, опорі американським реаліям. Лінгвокультурний трансфер впливає на лінгвістичні, дискурсивні та соціальні структури французької культури, породжуючи гібридні моделі, що поєднують локальні та запозичені елементи. Він сприяє закріпленню стереотипного мислення та формуванню клішованих уявлень під впливом культурної домінанти **American Dream** – когнітивного прототипу американізації.

Ключові слова: американізація, національний культурний простір, запозичення, лінгвокультурний трансфер, концептуальна інтеграція.

THE FRENCH CULTURAL SPACE IN THE ASPECT OF AMERICANIZATION: A LINGUOCOGNITIVE PERSPECTIVE

Lada V. Klymenko (Kyiv, Ukraine)

lada.klimenko@knu.ua

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

Tetiana V. Burmistenko (Kyiv, Ukraine)

t.burmistenko@knu.ua

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 presents the results of a comprehensive study on the impact of Americanization on the evolution of France's cultural space. It analyzes the process and

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

The French Cultural Space in the Aspect of Americanization: a Linguocognitive Perspective (in Ukrainian)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Klymenko L. V. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Burmistenko T. V. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

outcomes of the incorporation of American linguocultural realities into the formation of the country's linguistic worldview. It has been established that American expansion has contributed, on the one hand, to the development of a different mode of linguistic thinking under the influence of linguistic unification due to English, and on the other, to the modification of the conceptual framework of the recipient French culture. The sectors of the French cultural space most sensitive to the adaptation of Americanisms have been those lacking native analogs or equivalents, such as business, lifestyle, technology, and culture.

*The key theoretical foundation of this study is the concept of **linguocultural transfer**, which refers to the process of borrowing words, expressions, images, and culturally specific concepts from one culture into another. This process is accompanied by the assimilation, hybridization, or competition of these elements within the recipient culture. **Assimilation** involves the introduction of culturally specific concepts into the French cultural space along with their original designations (direct borrowing of terms, calquing), whereby they remain phenomena of the source culture. **Hybridization** fosters the creation of new meanings and concepts through intercultural conceptual integration, which modifies the semantic content of a concept, leading to the formation of new conceptual categories. **Competition** manifests in the critique of Americanization as a threat to French identity and resistance to American realities.*

The cognitive effects of linguocultural transfer are evident at multiple levels, altering the worldview of the recipient culture, including changes in everyday practice scenarios and established norms. This process gives rise to hybrid cultural models that combine local and borrowed elements. Linguocultural transfer induces transformations in the linguistic, discursive, and social structures of French culture, contributing to the formation of a stereotyped consciousness and reinforcing clichés under the influence of the ideals of the American Dream, which serves as a cognitive prototype of Americanization.

***Keywords:** Americanization, national cultural space, borrowing, linguocultural transfer, conceptual integration.*

Вступ. Сучасна наукова думка, орієнтована на антропоцентричний підхід, сприяла переосмисленню та розширенню методів вивчення міжкультурної комунікації. Вона наголошує, що комунікативна взаємодія відбувається не лише між окремими індивідами, а й між етнокультурними спільнотами в цілому. Кожен етнос і соціум має власний лінгвокультурний простір – поєднання мовно–культурних реалій і кодів, що формуються під впливом історії, ментальності та сукупного досвіду мовних ситуацій, який виникає як результат комунікативних і біологічних потреб суспільства, культурного досвіду етносу. Він слугує

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз (Українською)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Бурмістенко Т. В. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

своєрідною інтерпретаційною моделлю, яка дозволяє розкривати смислові структури через динаміку мовних знаків, адже навколишня реальність відображається у свідомості, трансформується у мисленні й втілюється в мові.

Одним зі способів інформаційного обігу між лінгвокультурними просторами є *запозичення* – невід’ємна складова функціонування та історичної зміни мови, одне з основних джерел поповнення її словникового запасу, процес, результатом якого є поява і подальше закріплення у мовному складі іншомовних та іншопольованих елементів. Запозичення – це результат міжетнічних контактів і відбиток соціальних, економічних та культурних зв’язків між мовними спільнотами.

Запозичення мовних і культурних реалій є доволі розповсюдженим явищем у сучасному глобалізованому світі. Від середини ХХ століття найбільша кількість запозичень до європейських мов йде з англійської, точніше її американського варіанту. Активно запозичуються елементи американської культури, почасти разом з їхніми англомовними найменуваннями. Англіцизми не просто інтегруються, асимілюючись до систем інших мов, а й беруть участь у словотворенні, вони модифікують і розширюють лексичні парадигми.

На початку ХХ ст. на позначення впливу США на культуру, бізнес–моделі, мову та політику інших країн з’являється термін *американізація* [14]. Набравши обертів після Другої світової війни процес американізації світової спільноти відзначився масовим надходженням культурної продукції американського виробництва: мультиплікаційних фільмів, кінематографу, аудіовізуальної і музичної продукції, продуктів культової їжі та напоїв тощо. Відбувається популяризація американського способу життя, так званого *american way of life*. Від 1970–х років США домінують вже не лише в економічній сфері, а й на світовому культурному тлі. “Глобалізація в сучасну епоху асоціюється, на краще чи на гірше, з американізацією. Особливо це стосується культурного виміру США. Бо саме Сполучені Штати, як світова «гіпердержава», мають економічну, військову та політичну силу, щоб поширювати свою культуру та цінності по всьому світу”, – пише американська політологиня С. Зонтаг [19].

Американізація не оминула і культурний простір Франції. Французька мова не залишилася «недоторканою» попри те, що французька нація історично була і залишається прихильницею пуризму – прагнення чистоти літературної мови,

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

The French Cultural Space in the Aspect of Americanization: a Linguocognitive Perspective (in Ukrainian)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Klymenko L. V. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Burmistenko T. V. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

вигнання з неї будь-яких “сторонніх” елементів, усвідомлення того, що мова є частиною національного світогляду і значним чином впливає на мислення.

Аналіз досліджень і публікацій. Розмаїття вживаних у науковій термінології лексичних одиниць, які називають поняття категорії запозичень, свідчить про її неоднозначність і комплексний характер. Різні підходи пропонують низку термінів, що розкривають її сутність. У найзагальнішому сенсі під запозиченням розуміються як слова, що перейшли з мови–джерела до мови–реципієнта, так і сам процес трансферу і засвоєння іншомовних елементів. Так, профільні словники термінів визначають запозичення, як процес звернення до лексичного фонду інших мов для визначення нових понять і предметів, при чому часто самі ці поняття і предмети разом з їх назвами засвоюються від інших народів [4], або *лексичне запозичення*, як процес виникнення у лексиці мовної одиниці внаслідок взаємозв’язку мов [10, р. 382–383]. Психолінгвістика розглядає запозичення в розрізі кореляції категорій «своє» і «чуже», запозичення є словом, що «називає первинне поняття про епізод реальності в окремому осмисленні» [3].

Запозичення у культурологічному вимірі розглядається як динамічний процес міжкультурної взаємодії, під час якого елементи однієї культури (мовні, поведінкові, ціннісні тощо) вбудовуються в іншу. Відповідно до класифікації Д. Хельда, існує кілька основних моделей культурної взаємодії: гомогенізація, конкуренція, гібридизація, індиферентність тощо [11]. Британський лінгвіст Д. Граддол у контексті теорії запозичень постулює, що глобалізація не призводить до гомогенізації й однаковості, але є процесом, в результаті якого створюються нові гібридні мовні форми мови і культури в результаті глобальних дій, які не суперечать місцевим традиціям, цінностям і соціальним контекстам [9].

Німецький лінгвіст А. Шлейхер класифікує запозичення за ступенем засвоєння на асимільовані та іншомовні, «чужі» [18] Перші науковець відносить до класу «своїх», таких, що є засвоєними, повністю чи частково асимільованими на етнокультурному тлі. Решту автор відносить до класу «чужих» і розподіляє на «варваризми» (чужі мові за структурою і звучанням), і «екзотизми» – іншомовні слова, які мають «заморський» колорит.

У 1980-х роках М. Еспань та М. Вернер, досліджуючи процеси взаємного впливу та обміну між європейськими культурами, зокрема між Францією та Німеччиною, запропонували термін *культурний трансфер* (*transfert culturel*), сутність якого в тому, що культурний обмін – це не просто механічне

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokulturologii'])

Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз (Українською)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua.

Бурмістенко Т. В. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

запозичення, а складний процес адаптації, переосмислення та трансформації елементів культури в новому середовищі, усвідомлене чи неусвідомлене перенесення культурних моделей з одного середовища до іншого [6].

Лінгвокультурологія розширює термін культурного трансферу, до поняття **лінгвокультурного трансферу**, яке сформувалося на стику лінгвістики, культурології і когнітивних наук і не має однозначного авторства [2; 17].

Ключову роль при лінгвокультурному трансфері відіграють реалії – одиниці, які позначають унікальні предмети, явища чи концепти, які є характерними для певної культури і не мають аналогів в інших. Вони часто відображають специфіку суспільного життя, традицій, історії та ментальності етносу. Так, наприклад, національними реаліями французької культури є *baguette* (французький хліб), *terroir* (особливості ґрунту, клімату та традиційного виробництва вина), для США – *це thanksgiving* (день подяки), в Японії *kimono* (традиційний одяг), або ж *hanami* (милування сакурою).

Варто зауважити, що наразі бракує робіт, присвячених дослідженню феномену міжкультурного переносу реалій в лінгвокогнітивному аспекті. На часі постала необхідність осмислення поняття лінгвокультурного трансферу не тільки з урахуванням міжмовних обмінів і запозичень, а й у контексті взаємозв'язку мови і культури, з можливістю проявити лінгвокогнітивні особливості сучасних інформаційних процесів у мові, що є новітньою тенденцією у розвитку лінгвістики. Вдається, що феномен американізації французької лінгвокультури заслуговує на окрему дослідницьку увагу, адже є надзвичайно актуальним і цікавим матеріалом, і, ймовірно, дозволять відкрити нові перспективи у вивченні взаємодії мови, культури та мислення у лінгвокогнітивному аспекті. Окреслені положення обумовлюють **актуальність** проведення дослідження

Метою роботи є виявлення лінгвокогнітивних особливостей адаптації американських концептів до французької мовної і концептуальної картин світу на основі здійснення комплексного аналізу лінгвокультурних змін у французькій культурі під впливом американізації.

Завдання і методи. Комплексна методика дослідження є сукупністю аналітичних прийомів, операцій і процедур аналізу кореляції понять мова і культура, яка поєднує методи культурології (цивілізаційний і соціокультурний

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

The French Cultural Space in the Aspect of Americanization: a Linguocognitive Perspective (in Ukrainian)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Klymenko L. V. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Burmistenko T. V. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

аналіз), лінгвістики (дискурсивний аналіз), і когнітивістики (концептуальний аналіз і метод фреймового моделювання).

Виклад основного матеріалу дослідження

Лінгвокультурний трансфер в аспекті американізації проявляється у множинності явищ, пов'язаних з впливом американської культури на французьку мову і суспільні практики Франції. Він включає як запозичення як мовних одиниць, так і культурних моделей, стереотипів, стилів життя та інших аспектів, внаслідок чого реалії адаптуються на багатьох рівнях, впливаючи на мову і мислення представників культури–реципієнта. В результаті лінгвокультурного трансферу утворюються структурні аналоги адаптованих запозичених елементів у вигляді фреймів. Як правило, до адаптації елементів іншомовної культури виявляється чутливою та галузь культури–реципієнта, що не має своїх аналогів або еквівалентів. Найчастіше запозичені реалії активують американські фрейми бізнесу, технологій, стилю життя і культури споживання, культурна домінанта *American Dream* постає як когнітивний прототип, що змінює лінгвокультурний простір Франції.

Основними механізмами взаємодії культур в контексті американізації французького лінгвокультурного простору є **асиміляція, гібридизація і конкуренція** мовних і культурних форм.

Передусім американізація спричиняє лінгвокультурний трансфер **на рівні лексики**, у результаті чого найчастіше відбувається **асиміляція** (фреймова адаптація) запозичень, коли лексичні одиниці на кшталт *fast-food, weekend, email* запроваджуються до французької, зберігаючи свою концептуальну структуру. Трансфер реалій відбувається разом з їхніми оригінальними позначеннями – репрезентантами цих лінгвокультурних концептів (пряме запозичення назв, калькування), причому, незважаючи на факт запозичення іншою культурою, вони залишаються феноменами своєї.

Французька мова активно запозичує англійські терміни. Ці запозичення часто не тільки транскрибуються в оригінальному вигляді (як от лексеми *marketing, cool, weekend*), але й адаптуються в межах французької фонетики і граматики. Так, наприклад, англіцизми зі сфери моди, на кшталт *casual, streetwear, dress code, oversize*, часто залишаються без перекладу і транслітерації у багатьох мовах. Як приклад повністю чи частково асимільованих можна навести вже

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз (Українською)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Бурмістенко Т. В. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

вкорінені у французькій мові запозичення в галузі економіки і маркетингу, де американські терміни давно стали стандартом терміновживання: *marketing* → *marketing*; *start-up* → *start-up*; *business* → *business* (паралельно також вживається фр. *affaires*); *manager* → *manager* (іноді *gestionnaire*), або ж лексеми, які пройшли семантичну гібридизацію, на кшталт слова *dressing*, яке у французькій означає простір для зберігання одягу, а в англійській воно найчастіше стосується кулінарії (*salad dressing* – соус для салату) або медицини (*wound dressing* – перев'язувальний матеріал). Втім лексичні запозичення – це не тільки заповнення мови номінаціями понять, явищ, предметів, нових для французької культури. Вони є, перш за все, ознакою змін на **рівні соціальних повсякденних практик і стандартів**.

Після Другої світової війни, яку Франція пережила у майже повній ізоляції, країна відчула потужну хвилю американізації на тлі повоєнної модернізації, яка заторкнула навіть ті галузі суспільного життя, які до того були резистентними. Тоді зародилася нова суспільна форма – суспільство споживання (*consumer society*), калькована з американського зразку, що призвело до фундаментальних змін у буденному житті французів.

Американська армія кардинально посприяла американізації французького культурного простору після відкриття Другого фронту, коли війська союзників, перетнувши Ла Манш, зійшли на французьку територію і просунулися нею, звільнили Париж та продовжили наступ до французько-німецького кордону. Американські військові бази, розташовані по всій території Франції, слугували своєрідними вітринами американського способу життя і залишалися в країні до 1967 року [20].

США вдало користуються історичним моментом для експорту до Європи своєї культури у вигляді низки новостворених музичних жанрів, зокрема джазу. Американські музичні колективи гастролюють військовими базами, на яких регулярно відбуваються «бали», куди запрошують і молодих французьких колег, працюють джазові клуби для місцевої молоді, що дає змогу не тільки познайомитися з американською музичною культурою, а й посмакувати модним коктейлем “*Captain Coca-Cola*” (суміш рому *Captain Morgan's* та Кока Коли), поласувати жувальною гумкою (*chewing-gum*) та спробувати цигарки з фільтром – *filter cigarettes* (фр. *les cigarettes blondes*).

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

The French Cultural Space in the Aspect of Americanization: a Linguocognitive Perspective (in Ukrainian)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Klymenko L. V. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Burmistenko T. V. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

Радіомовлення також зазнає значних про–американських змін. У програмах радіостанції “Голос Америки” слухачі відчули значну різницю між французькими та американськими передачами: “ми отримали змогу помітити прогалину, яка відокремлювала французьких коментаторів з їхнім декламаційним і задушливим тоном від американських ораторів, які кидали виклик слухачеві динамічним голосом” [1]. У 1955 р., починає трансляцію французький канал “Europe Numéro Un”, що змінює стиль французького радіо.

Формати і жанри книжкової продукції демократизуються у цей період. У 1953 р. видавництво “Hachette” запроваджує новий для Франції, американський формат – кишенькову книгу (*livre de poche*), що стрімко популяризується у колах французьких читачів. О 1961 р. колекція вже нараховує 545 найменувань загальним накладом 14 млн. екземплярів [16, р. 435–436]. Вплив американізації відчувається завдяки кількості перекладів творів американських письменників [13]. Великими накладомі видаються переклади творів Дж. Стейнбека і Е. Гемінгвея, аби задовольнити попит на американську літературну продукцію, видавництва вводять посади штатних перекладачів.

Французька преса також не встояла перед впливом американізації. Видавництва запроваджують американські жанри фотожурналу, жіночого журналу. «Новонароджені» видання “Paris Match” (1949), “L’Observateur” (1950) та “L’Express” (1953) якісно відрізняються від своїх попередників, віддаючи перевагу лаконічному, яскравому та доступному американському стилю [12, р. 101–124].

Зміна повсякденних практик і стандартів сприяла **переносу культурних і суспільних моделей**. Вплив американської культури оприявлюється у модифікації суспільних стереотипів і соціальних уявлень французів. Американська модель демократії, акцент на правах особистості, а також популярність американського способу життя, орієнтованого на кар’єру і особисті свободи, впливають на сприйняття французами власних традицій і соціальних норм. Масова культура створює благодатний ґрунт для засвоєння «глобальної» лексики національними мовами, формування клішованої свідомості і стереотипів світосприйняття загалом. Свідченням стереотипізації мовного мислення є глобальні бренди, тиражовані відомими комерційними підприємствами, які всюди мають переважно американське обличчя, серед яких: *Disney, McDonald’s, MTV, Microsoft, Google, Apple* тощо. Формуються нові концептуальні категорії,

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii])

Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз (Українською)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Бурмістенко Т. В. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

особливо в сферах бізнесу, стилю життя та технологій. Виникають гібридні культурні моделі – симбіоз місцевих і запозичуваних елементів, вони втілюють зміни у картині світу представників культури–реципієнта. Надчутливою до американізації виявляється молодь, що швидше ідентифікує себе з американською, більш сучасною, аніж французька, культурою, прагне до привабливого для молоді способу життя – *American Dream*. Забезпечена фінансуванням з Плану Маршалла (Франція отримала 21 % загального бюджету), відбувається комплексна модернізація французького суспільства за американською моделлю.

Переносу культурних і суспільних американських реалій до французького культурного простору значним чином посприяла медійна сфера. Голлівудські фільми, американські телешоу, музика і реклама активно застосовуються американські сюжетні форми, стилістичні прийоми. Франція суттєвим чином вимушено збільшила квоти на американських фільмів, внаслідок чого голлівудська продукція посіла панівне місце на французькому ринку. Голлівуд швидко відтіснив європейські кіностудії, а образи та історії з *happy end* впливали на настрої мільйонів європейців, які мріяли після перегляду про краще життя, що вони щойно побачили, асоціюючи його зі США. Відбувається «голлівудизація» французьких кінонарративів, зростає популярність фільмів з мотивом «з бруду до князів», не притаманним до того французькій культурі. Певні американські концепти, як-от ідея індивідуалізму, успіху завдяки підприємницькій діяльності, починають сприйматися у контексті французької культури.

Реклама та маркетинг, медіатори американського способу життя, поступово стають складовими французької дійсності. Класичним є приклад компанії *Кока-Кола*, яка є багаторічним абсолютним лідером продажів завдяки, перш за все, рекламним кампаніям на телебаченні, афішам, та чисельним інноваціям, як на рівні смаку (*кола з вишнею, кола з ваніллю тощо*), так і на рівні складників (*cola light, cola zéro ...*). З метою отримати місце на французькому ринку компанія виробляє рекламу, яка застосовує французькі національні реалії, як-от героїв відомої серії коміксів про Тентена (рис.1), обожнюваних французькою публікою. Вона виробляє гібридну культурну модель – сполучення місцевих і запозичуваних елементів.

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

The French Cultural Space in the Aspect of Americanization: a Linguocognitive Perspective (in Ukrainian)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Klymenko L. V. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Burmistenko T. V. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

| | |
|---|--|
|  |  |
| <p>Рис. 1 Рекламне повідомлення “Coca Cola Pin – Captain Haddock – Tintin – 50th”</p> | <p>Рис. 2 Реклама продукту компанії МакДональдз</p> |

Не тільки американські продукти, а й способи їхнього споживання під впливом моди та реклами дуже швидко засвоюються на французьких кухнях. Французи опановують швидкий спосіб їжі (*fast-food*) всупереч принципу неквапливого споживання. Так, ресторани мережі McDonald's стали синонімом і символом американізації. Попри те, що французи не дуже гарної думки про швидке харчування, цей ринок став одним із найвагоміших для індустрії ресторанів МакДональдз. Цікавим є той факт, що його рекламу у Франції було адаптовано до національних реалій шляхом запровадження до асортименту локальних продуктів. На рис. 2 зображено французький багет не тільки у складі страви, а й у її назві – *Le McBaguette*.

На відміну від асиміляції, механізм гібридизації, що застосовано в цій рекламі, спричинив спонтанне утворення нових концептуальних смислів і понять на тлі транскультурної моделі. Гібридизація відбувається за принципом *концептуальної інтеграції* [8], змішування поняттєвих областей вихідних ментальних просторів американської і французької культур. В результаті утворюється новий емерджентний смисловий простір — так званий бленд з новим змістом, який не був закладений у вихідних просторах.

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])
Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз (Українською)
[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Бурмістенко Т. В. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

Приклади концептуальної інтеграції культурних форм можна знайти не тільки в комерційній рекламі американських виробників, але й також в національній французькій рекламі.



Рис. 3 Реклама VIP послуг авіакомпанії Air France

У кожному з 12 рекламних повідомлень кампанії 2014 року авіакомпанія Air France використовує слоган “*Air France, France is in the air*” (див. рис. 3). Повторення назви країни *France* підкреслює національну ідентичність бренду, проте вибір англійської мови для рекламного гасла створює певний контрастний ефект. Крім того, навіть назва VIP-послуги оформлена англійською – *SkyPriority*. Таким чином, Франція, фінансуючи рекламу свого національного авіаперевізника, фактично визнає вплив американізації (як частини глобалізації) на свою мовну та культурну сферу. Це свідчить про зміну позиціонування французького суспільства та певний відхід від традиційно «франкомовноцентричного» підходу.

Переходячи до третього принципу міжкультурної взаємодії – **конкуренції**, варто згадати, що відносно резистентним до американізації виявився популярний жанр масового мистецтва – *комікси*. З появою таких героїв, як *Супермен* (*Superman*), *Бетмен* (*Batman*), а потому *Людини-Павука* (*Spiderman*), в коміксах превалує розважальне смислове навантаження. Поступово жанр втратив свій комічний характер, а його розвиток, на думку критиків, звузився до заміни

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

The French Cultural Space in the Aspect of Americanization: a Linguocognitive Perspective (in Ukrainian)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnnityvnyi zriz]

© Klymenko L. V. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Burmistenko T. V. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

сміслового обсягу на зовнішню кидкість знаку. Франція скорочує надходження американських коміксів, які критикуються спеціалістами за аморальність і вульгарність. Внаслідок французький ринок завойовує молода бельгійська школа коміксів з пригодами *Тентена* і *Спіру*.

Втім американський вплив залишається відчутним, як у технічному, так і ціннісному планах, оскільки сама тематика коміксів була часто пов'язаною з Америкою. Тут згадаймо серію пригод *Бака Данні* (*Buck Danny*), де йдеться про випробування, що випали на долю трьох американських пілотів (рис. 4). Заснована на документальних фактах, зібраних творцями коміксів, бельгійцями Ж.-М. Шарльє та В. Юбіньоном у США, вона доносить до молоді французької аудиторії не лише подвиги трьох героїв, які втручаються всюди, де це необхідно, щоб зберегти мир у світі, але й образ країни. Або ж серію коміксів про *Тентена*, який, в свою чергу, також рушає до Америки (рис. 5).



Хоча нові жанри суттєво вплинули на масову аудиторію, французька інтелігенція залишалася до цього здебільшого байдужою. Вона визнавала економічну та технологічну перевагу США, проте не сприймала їхню культурну продукцію як серйозний феномен, розглядаючи її переважно як частину поп-культури, яка не становить загрози для справжніх культурних цінностей Старого світу. Американська культурна продукція часто висміювалася як примітивне і

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])
Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз (Українською)
[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: lnhvokohnityvnyi zriz]

© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Бурмістенко Т. В. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

вульгарне явище. Французький історик П. Орі у статті з промовистою назвою «Mickey Go Home!» пише: «Уся Західна Європа, здається, захоплена американською моделлю... Вся? Ні! У франкофонних країнах, зокрема Франції та Бельгії, населених затятими депутатами, школа коміксів – одне з головних мистецтв «довгої сучасності» – все ще протистоїть загарбникам» [15, р. 77–88].

Американська культурна експансія Франції спричинила значний антиамериканізаційний рух, зумовлений побоюваннями щодо обсягу і темпів проникнення культури Нового світу: «страху французів перед обличчям країни, еволюція якої, як їм здавалося, є прообразом того, що чекає на Францію» [21]. Проти виступили такі політичні групи, як голлісти, праві колоніалісти й особливо комуністи. Саме тоді стіни паризьких будинків починають рясніти слоганами на кшталт «France, pays occuré» та «U.S. go home!» [5].

У Франції, де пуризм вважається специфікою мовної політики здійснюються особливі «охоронні» заходи. Так, у 1994 р. з метою захисту французької мовної спадщини і на запобігання американській культурній гегемонії, французький політикун приймає закон «La loi Toubon», який постулює всебічне застосування французької мови й її захист від англосаксонських впливів. Маніфестом проти вторгнення англійської мови до французької стала праця французького перекладача, академіка Р. Етьємбля «Parlez-vous français?» [7]. На державному рівні запроваджуються «термінологічні комісії», місія яких створення французької термінології, здатної конкурувати з англіцизмами, її запровадження до фахових дискурсів. Саме у цей період народжуються французькі *baladeur* замість англійського *walkman*, *courriel* замість *email*, *balado-diffusion* замість *podcast*, *mot-dièse* замість *hashtag*.

Широко відомі й законодавчі заходи уряду Ф. Міттерана (Закон «Про використання французької мови» 1994 р.), які забороняють вживання англійської лексики не лише в сферах комерції та економіки, але й у суспільному житті, зокрема в рекламі, а також ініціюють судові розгляди з вагомими штрафами.

Висновки. Комплексний аналіз змін у французькій лінгвокультурі під впливом американізації крізь призму поняття лінгвокультурного трансферу дозволив зробити **висновки** стосовно лінгвокогнітивних особливостей адаптації американських реалій до мовної і концептуальної картин світу Франції.

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

The French Cultural Space in the Aspect of Americanization: a Linguocognitive Perspective (in Ukrainian)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Klymenko L. V. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Burmistenko T. V. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

Дослідження показало, що лінгвокультурний трансфер у контексті американізації є складним і багатовимірним явищем, яке виходить за межі простого пристосування мови. Він охоплює фундаментальні зміни в соціальній та культурній сфері, впливаючи не лише на лексику, а й на суспільні цінності, сприйняття власної ідентичності та способи осмислення реальності, формуючи нові когнітивні структури.

Основними механізмами лінгвокультурного трансферу є *асиміляція*, *гібридизація* і *конкуренція* мовних і культурних форм. *Асиміляція* є переміщенням американських лінгвокультурних концептів до французького культурного простору разом з їхніми оригінальними позначеннями (пряме запозичення назв, калькування), які, незважаючи на факт їх запозичення залишаються феноменами своєї. *Гібридизація* модифікує змістове наповнення концепту і полягає у створенні нових смислів і понять завдяки концептуальній інтеграції. Як асиміляція, так і гібридизація сприяють розширенню концептосфери культури–реципієнта. *Конкуренція* проявляється на різних рівнях. Почасти американізація сприймається як загроза культурі і національній ідентичності, що спонукає французькі інституції до дій на захист мови і культури від «насаджених» американських стандартів, включаючи запровадження нормативних актів.

Когнітивні ефекти лінгвокультурного трансферу проявляються на багатьох рівнях, змінюючи картину світу представників культури–реципієнта, включаючи зміни повсякденних практик і стандартів. Формуються нові концептуальні категорії, особливо в сферах бізнесу, стилю життя та технологій. Виникають гібридні культурні моделі, які є сполученням місцевих і запозичуваних елементів. Лінгвокультурний трансфер сприяє формуванню клішованої свідомості і стереотипів світосприйняття загалом. Американізація охоплює більшість сфер французької культури, впливаючи на них у різному ступені. Концептуальний метафоричний конструкт *American Dream* виступає когнітивним прототипом, що трансформує лінгвістичні, дискурсивні та соціальні структури французької культури. Аналіз мовних складових у співвідношенні з культурними та соціокультурними теоріями дозволяє використовувати результати роботи для **подальшого дослідження** проблеми взаємодії мови і культури, вивчення процесу американського впливу на інші лінгвокультури.

Література:

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])
Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз (Українською)
[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Бурмістенко Т. В. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

1. Bernstein, S., & Milza, P. (1991). *Histoire de la France au XX^e siècle, 1944–1958*. Paris: Complexe.
2. Buttjes, D., & Byram, M. (Eds.). (1990). *Mediating Languages and Cultures: Toward an Intercultural Theory of Foreign Language Education*. Clevedon: [Publisher].
3. Colman, A. M. (2008). *A Dictionary of Psychology* (3rd ed.). Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acref/9780199534067.001.0001>
4. Ducrot, O., & Todorov, T. (1972). *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*. Paris: Seuil.
5. Duroselle, J.-B. (1976). *La France et les États–Unis des origines à nos jours*. Paris: Seuil.
6. Espagne, M., & Werner, M. (1991). Transferts: Les relations interculturelles dans l'espace franco-allemand (XVIII^e–XIX^e siècles) [Transfers: Intercultural Relations in the Franco-German Space (18th–19th Centuries)]. *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, 46, 911–912. <https://doi.org/10.1017/S0395264900069067>
7. Etiemble, R. (1964). *Parlez–vous français?* Paris: Gallimard.
8. Fauconnier, G., & Turner, M. (1998). Conceptual Integration Networks. *Cognitive Science*, 22(2), 133–187. https://doi.org/10.1207/s15516709cog2202_1
9. Graddol, D. (2000). *The Future of English?* (2nd ed.). London: [Publisher]. http://cfaculty.chuo-u.ac.jp/~mikenix1/co/we/Future_of_English.pdf
10. Hock, H. H. (1991). *Principles of Historical Linguistics* (2nd ed.). Berlin: Mouton de Gruyter.
11. Held, D., & McGrew, A. (1998). The End of the Old Order? Globalization and the Prospects for World Order. *Review of International Studies*, 24, 219–243. <https://doi.org/10.1017/S0260210598002191>
12. Kuisel, R. F. (2011). *The French Way: How France Embraced and Rejected American Values and Power*. Princeton: Princeton University Press.
13. Lazar, M. (1986). Les batailles du livre du Parti Communiste français (1950–1952). *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, April–June.
14. Moffett, S. E. (1907). *The Americanization of Canada*. New York: Columbia University.
15. Ory, P. (1984). Mickey Go Home! La désaméricanisation de la bande dessinée (1945–1950). *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 4, 77–88. Paris: Sciences Po University Press.
16. Prochasson, C. (1993). De la culture des foules à la culture de masse. In A. Burguière & J. Revel (Eds.), *Histoire de la France, les formes de la culture* (pp. [page numbers]). Paris: Seuil.
17. Samovar, L., Porter, R., & Jain, N. (1991). *Understanding Intercultural Communication*. Belmont, CA: Wadsworth.
18. Schleicher, A. (1860). *Die deutsche Sprache*. Stuttgart: J. G. Cotta'scher Verlag. <https://doi.org/10.11588/diglit.61330#0114>
19. Sonntag, S. K. (2003). *The Local Politics of Global English: Case Studies in Linguistic Globalization*. Lanham, MD: Lexington Books.
20. Tournès, L. (1997). L'américanisation de la culture française ou la rencontre d'un modèle culturel conquérant et d'un pays au seuil de la modernité. *Historiens/Géographes*, 358, 65–79.
21. Winock, M. (1982). U.S. Go Home: L'antiaméricanisme français. *L'Histoire*, November.

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

The French Cultural Space in the Aspect of Americanization: a Linguocognitive Perspective (in Ukrainian)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Klymenko L. V. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua,
Burmistenko T. V. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

References:

1. Berstein, S., & Milza, P. (1991). *Histoire de la France au XXè siècle, 1944–1958*. Paris: Complexe.
2. Buttjes, D., & Byram, M. (Eds.). (1990). *Mediating Languages and Cultures: Toward an Intercultural Theory of Foreign Language Education*. Clevedon: [Publisher].
3. Colman, A. M. (2008). *A Dictionary of Psychology* (3rd ed.). Oxford: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acref/9780199534067.001.0001>
4. Ducrot, O., & Todorov, T. (1972). *Dictionnaire encyclopédique des sciences du langage*. Paris: Seuil.
5. Duroselle, J.-B. (1976). *La France et les États-Unis des origines à nos jours*. Paris: Seuil.
6. Espagne, M., & Werner, M. (1991). Transferts: Les relations interculturelles dans l'espace franco-allemand (XVIIIe–XIXe siècles) [Transfers: Intercultural Relations in the Franco-German Space (18th–19th Centuries)]. *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, 46, 911–912. <https://doi.org/10.1017/S0395264900069067>
7. Etiemble, R. (1964). *Parlez-vous français?* Paris: Gallimard.
8. Fauconnier, G., & Turner, M. (1998). Conceptual Integration Networks. *Cognitive Science*, 22(2), 133–187. https://doi.org/10.1207/s15516709cog2202_1
9. Graddol, D. (2000). *The Future of English?* (2nd ed.). London: [Publisher]. http://cfaculty.chuo-u.ac.jp/~mikenix1/co/we/Future_of_English.pdf
10. Hock, H. H. (1991). *Principles of Historical Linguistics* (2nd ed.). Berlin: Mouton de Gruyter.
11. Held, D., & McGrew, A. (1998). The End of the Old Order? Globalization and the Prospects for World Order. *Review of International Studies*, 24, 219–243. <https://doi.org/10.1017/S0260210598002191>
12. Kuisel, R. F. (2011). *The French Way: How France Embraced and Rejected American Values and Power*. Princeton: Princeton University Press.
13. Lazar, M. (1986). Les batailles du livre du Parti Communiste français (1950–1952). *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, April–June.
14. Moffett, S. E. (1907). *The Americanization of Canada*. New York: Columbia University.
15. Ory, P. (1984). Mickey Go Home! La désaméricanisation de la bande dessinée (1945–1950). *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 4, 77–88. Paris: Sciences Po University Press.
16. Prochasson, C. (1993). De la culture des foules à la culture de masse. In A. Burguière & J. Revel (Eds.), *Histoire de la France, les formes de la culture* (pp. [page numbers]). Paris: Seuil.
17. Samovar, L., Porter, R., & Jain, N. (1991). *Understanding Intercultural Communication*. Belmont, CA: Wadsworth.
18. Schleicher, A. (1860). *Die deutsche Sprache*. Stuttgart: J. G. Cotta'scher Verlag. <https://doi.org/10.11588/diglit.61330#0114>
19. Sonntag, S. K. (2003). *The Local Politics of Global English: Case Studies in Linguistic Globalization*. Lanham, MD: Lexington Books.
20. Tournès, L. (1997). L'américanisation de la culture française ou la rencontre d'un modèle culturel conquérant et d'un pays au seuil de la modernité. *Historiens/Géographes*, 358, 65–79.
21. Winock, M. (1982). U.S. Go Home: L'antiaméricanisme français. *L'Histoire*, November.

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokulturologii])

Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз (Українською)

[Frantsuzkyi kulturnyi prostir v aspekti amerykanizatsii: linhvokohnityvnyi zriz]

© Клименко Л. В. [Klymenko L. V.], lada.klimenko@knu.ua.

Бурмістенко Т. В. [Burmistenko T. V.], t.burmistenko@knu.ua

УДК 82-053.5

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 06.03.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 09.03.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 92%

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.16>

ВІДБИР КУЛЬТУРНИХ КОДІВ У ХУДОЖНІХ ТЕКСТАХ: МЕТОДИ ТА ПІДХОДИ

Наталя Володимирівна Миронова (м. Київ, Україна)

orcid.org/0000-0002-9273-3863

natalia.myronova@knlu.edu.ua

кандидат філологічних наук, доцент
кафедри італійської і французької філології та перекладу,
Київський національний лінгвістичний університет
(Міністерство освіти і науки України)
03150, м. Київ, вул. Велика Васильківська, 73

Стаття присвячена аналізу методів та підходів до відбору культурних кодів в літературі. Розглядаються семіотичний, лінгвістичний, контекстуальний та інтертекстуальний аналіз як ключові методології, які допомагають розкрити глибинні шари культурної свідомості та ідентичності, закладені в художніх текстах. Обговорюється необхідність вивчення культурних кодів для розуміння соціально-історичних реалій та формування культурної грамотності.

Ключові слова: культурні коди, літературний аналіз, семіотика, контекстуальний аналіз, інтертекстуальність, критичне мислення, культурна ідентичність, соціально-історичний контекст, художні тексти, культурна грамотність.

SELECTION OF CULTURAL CODES IN ARTISTIC TEXTS: METHODS AND APPROACHES

Natalia V. Myronova (Kyiv, Ukraine)

natalia.myronova@knu.edu.ua

orcid.org/0000-0002-9273-3863

PhD (Philology), Associate Professor of Italian and French Philology and Translation
Department, Kyiv National Linguistic University
(Ministry of Education and Science of Ukraine)
73, Velyka Vasylkivska Str., Kyiv, 03150

The article is dedicated to the analysis of methods and approaches to selecting cultural codes in literature. It examines semiotic, linguistic, contextual, and intertextual analysis as key methodologies that help uncover the deep layers of cultural consciousness and identity embedded in artistic texts. The necessity of studying cultural codes for understanding socio-historical realities and fostering cultural literacy is discussed.

Keywords: *cultural codes, literary analysis, semiotics, contextual analysis, intertextuality, critical thinking, cultural identity, socio-historical context, artistic texts, cultural literacy.*

Вивчення культурних кодів у художніх текстах є важливим аспектом сучасних гуманітарних досліджень. Культурні коди функціонують як маркери ідентичності, які допомагають зрозуміти, як окремі особистості та цілі нації сприймають себе та свій світ. Аналіз цих кодів у художніх текстах дозволяє дослідникам виявити глибинні шари культурної свідомості та ідентичності, які можуть бути неочевидними на перший погляд.

Необхідність вивчення культурних кодів у художніх текстах можна обґрунтувати з кількох ключових позицій. По-перше, це розуміння власної культурної ідентичності. Культурні коди є маркерами ідентичності, які допомагають зрозуміти, як окремі особистості та цілі нації сприймають себе та свій світ. Аналіз цих кодів у художніх текстах дозволяє дослідникам виявити глибинні шари культурної свідомості та ідентичності, які можуть бути неочевидними на перший погляд. По-друге, аналіз культурних кодів розвиває критичне мислення та навички інтерпретації, які є необхідними для глибокого розуміння літературних творів. Це допомагає читачам та дослідникам виходити за межі очевидного та розкривати приховані шари значень, закладені в тексті.

По-третє, культурні коди часто відображають соціально-історичні реалії свого часу. Вивчення цих кодів допомагає реконструювати історичну картину та зрозуміти, як суспільство сприймало та інтерпретувало події та явища. Це особливо

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

Відбір культурних кодів у художніх текстах: методи та підходи (Українською) [Vidbir kul'turnykh kodiv u khudozhnykh tekstakh: metody ta pidkhody]

© *Myronova N. V.*, natalia.myronova@knu.edu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

важливо для істориків та культурологів, які працюють з художніми текстами як джерелами інформації про минуле.

До того ж, вивчення культурних кодів сприяє розумінню інтертекстуальних зв'язків між різними творами та культурами. Це допомагає дослідникам зрозуміти, як ідеї та образи передаються та трансформуються в різних культурних просторах, сприяючи міжкультурному діалогу та взаєморозумінню.

Окрім того, вивчення культурних кодів в художніх текстах має велику освітню цінність. Воно допомагає формувати культурну грамотність та свідомість у студентів, розвиваючи їх здатність аналізувати та інтерпретувати культурні явища. Це сприяє формуванню по-справжньому культурних читачів, здатних критично мислити та оцінювати літературні твори.

Таким чином, вивчення культурних кодів в художніх текстах є необхідним для всебічного розуміння культурних, соціальних та історичних контекстів, в яких ці тексти були створені. Це також сприяє розвитку критичного мислення та міжкультурного діалогу, що є важливим для сучасного суспільства.

Методика відбору культурних кодів в художніх текстах передбачає комплексний підхід, який включає кілька ключових етапів та методологій.

Семіотичний аналіз. Вивчення культурних кодів починається з аналізу знакових систем, які використовуються в тексті. Це включає розуміння символів, образів та інших знакових елементів, які несуть культурне навантаження [25; 20; 3; 17].

Герменевтичний метод пов'язаний з інтерпретацією тексту в історичному та культурному контексті, орієнтований на інтерпретацію смислів через призму читацького досвіду та культурного тла і включає феноменологічний аналіз сприйняття тексту [6; 24].

Заснований на структурному та морфологічному аналізі тексту **нарратологічний підхід** спирається на дослідження структуралістів [22; 14], вивчає способи оповідання, типи сюжетів, мотиви та їх зв'язок із культурними моделями [11] і розглядає культурні коди через сюжетні структури та архетипи, що повторюються [8].

Культурно-історичний метод дозволяє аналізувати текст у контексті епохи з огляду на історичні події, ідеологію, міфологію, спирається на історичний контекст твору, аналізує культурні реалії, традиції, ментальні моделі, використовуючи методи порівняльного аналізу, історико-культурної реконструкції

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

Selection of Cultural Codes in Artistic Texts: Methods and Approaches (in Ukrainian) [Vidbir kul'turnykh kodiv u khudozhnikh tekstakh: metody ta pidkhody]

© Myronova N. V. [Myronova N. V.], natalia.myronova@knu.edu.ua

[15; 2]. Це допомагає зрозуміти, як культурні коди впливають на сприйняття твору і яким чином вони відображають ідентичність автора або нації.

Лінгвістичний та дискурсивний аналіз досліджує мову твору як носій культурних кодів (метафори, фразеологізми, лексико-семантичні поля). Аналіз мовних знаків, таких як усталені словесні комплекси, допомагає виявити, як культурні коди вербалізуються в тексті. Цей аналіз включає методи когнітивної лінгвістики та аналізу дискурсу [1].

Когнітивний аналіз вивчає, як культурні концепти відбиваються у мові та тексті [12; 13]. В рамках цього підходу досліджуються метафори, кадри, сценарії. Так, метафора “життя – це шлях” зустрічається у різних культурах та кодує ідеї руху, вибору, перешкод.

Інтертекстуальний аналіз вивчає взаємозв'язків між текстами та іншими культурними джерелами, що допомагає зрозуміти, як культурні коди передаються і трансформуються в різних творах. Так, Жерар Женетт та Михайло Бахтін розглядали тексти як включені до системи інших текстів, зазначаючи, що культурні коди можна виявити через цитати, алюзії, ремінісценції [9; 1].

На основі аналізу кодів культури і “подвійного кодування” в мистецтві в контексті семіотики, структуралізму, постструктуралізму і культурологічної герменевтики визначається методологія дослідження. Це дозволяє комплексно підходити до вивчення культурних кодів, враховуючи різні теоретичні підходи.

Відбір культурних кодів в літературі є необхідним для всебічного розуміння культурних, соціальних та історичних контекстів, в яких ці тексти були створені. Семіотичний, контекстуальний та інтертекстуальний аналіз є ключовими методологіями, які допомагають розкрити глибинні шари культурної свідомості та ідентичності, закладені в художніх текстах.

Але на наше глибоке переконання, методика відбору культурних кодів в художніх текстах вимагає інтеграції різних аналітичних підходів для всебічного розуміння культурного контексту та значень, закладених в тексті.

Вивчення культурних кодів також сприяє розвитку критичного мислення та міжкультурного діалогу, що є важливим для сучасного суспільства та потребує подальшого детального вивчення на конкретних художніх текстах.

References:

1. Bakhtin, M. M. (1981). *The Dialogic Imagination: Four Essays*. (C. Emerson & M. Holquist, Trans.). University of Texas Press.

(Актуальні питання лінгвокультурології [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])
Відбір культурних кодів у художніх текстах: методи та підходи (Українською) [Vidbir kul'turnykh kodiv u khudozhnikh tekstakh: metody ta pidkhody]

© МIRONOVA H. B. [Myronova N. V.], natalia.myronova@knu.edu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

2. Bakhtin, M. M. (1984). *Rabelais and His World*. (H. Iswolsky, Trans.). Indiana University Press.
3. Barthes, R. (1967). *Elements of Semiology*. (A. Lavers & C. Smith, Trans.). Hill and Wang.
4. Barthes, R. (1970). *S/Z*. Paris: Seuil.
5. Barthes, R. (1977). *Image-Music-Text*. (S. Heath, Trans.). Hill and Wang.
6. Gadamer, H.-G. (1975). *Truth and Method*. (J. Weinsheimer & D. G. Marshall, Trans.). Continuum.
7. Gadamer, H.-G. (2004). *Philosophical Hermeneutics*. (D. E. Linge, Trans.). University of California Press.
8. Genette, G. (1980). *Narrative Discourse: An Essay in Method*. (J. E. Lewin, Trans.). Cornell University Press.
9. Genette, G. (1997). *Paratexts: Thresholds of Interpretation*. (J. E. Lewin, Trans.). Cambridge University Press.
10. Greimas, A. J. (1983). *Structural Semantics: An Attempt at a Method*. (D. McDowell, R. Schleifer, & A. Velie, Trans.). University of Nebraska Press.
11. Greimas, A. J. (1987). *On Meaning: Selected Writings in Semiotic Theory*. (P. Perron & F. H. Collins, Trans.). University of Minnesota Press.
12. Lakoff, G. (1980). *Metaphors We Live By*. (with M. Johnson). University of Chicago Press.
13. Lakoff, G. (1987). *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal About the Mind*. University of Chicago Press.
14. Lévi-Strauss, C. (1955). *Tristes Tropiques*. (J. Weightman & D. Weightman, Trans.). Penguin.
15. Lévi-Strauss, C. (1963). *Structural Anthropology*. (C. Jacobson & B. G. Schoepf, Trans.). Basic Books.
16. Lévi-Strauss, C. (1964-1971). *Mythologiques* (Vols. 1-4). University of Chicago Press.
17. Lotman, Y. M. (1977). *The Structure of the Artistic Text*. (G. Lenhoff & R. Vroon, Trans.). University of Michigan Press.
18. Lotman, Y. M. (1990). *Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture*. Tartu: Aleksandra.
19. Lotman, Y. M. (1990). *Universe of the Mind: A Semiotic Theory of Culture*. (A. Shukman, Trans.). Indiana University Press.
20. Peirce, C. S. (1931-1958). *Collected Papers of Charles Sanders Peirce* (Vols. 1-6). (C. Hartshorne & P. Weiss, Eds.). Harvard University Press.
21. Peirce, C. S. (1992-1998). *The Essential Peirce: Selected Philosophical Writings* (Vols. 1-2). (N. Houser & C. Kloesel, Eds.). Indiana University Press.
22. Propp, V. (1968). *Morphology of the Folktale*. (L. Scott, Trans.). University of Texas Press.
23. Ricoeur, P. (1970). *Freud and Philosophy: An Essay on Interpretation*. (D. Savage, Trans.). Yale University Press.
24. Ricoeur, P. (1984-1988). *Time and Narrative* (Vols. 1-3). (K. Blamey & D. Pellauer, Trans.). University of Chicago Press.
25. Saussure, F. de. (1916). *Course in General Linguistics*. (W. Baskin, Trans.). Dover Publications.

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

Selection of Cultural Codes in Artistic Texts: Methods and Approaches (in Ukrainian) [Vidbir kul'turnykh kodiv u khudozhnikh tekstakh: metody ta pidkhody]© Myronova N. V. [Myronova N. V.], natalia.myronova@knu.edu.ua

УДК 81'42:82.0

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 09.03.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 11.03.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 92%

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.17>

ТИПОЛОГІЇ ІНТЕРМЕДІАЛЬНОСТІ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Ірина Олегівна Чаюн (Київська обл., Україна)

iryna.chaiun@knu.edu.ua

аспірантка кафедри італійської і французької філології та перекладу

Київський національний лінгвістичний університет

(Міністерству освіти і науки України)

03680, м. Київ, вулиця Велика Васильківська, 73

У статті розглядаються основні підходи до типологізації інтермедіальності як феномена сучасної культури та мистецтва. Проаналізовано ключові проблеми, що виникають у процесі класифікації інтермедіальних явищ, зокрема розмитість меж між медіа, складність узагальнення теоретичних моделей та варіативність інтерпретацій.

Окрему увагу приділено перспективам розвитку типологічних підходів, їхньому значенню для міждисциплінарних досліджень і подальшої інтеграції в сучасний науковий дискурс. Запропоновано систематизацію основних моделей класифікації інтермедіальності та обґрунтовано необхідність розширення методологічного інструментарію для аналізу цього явища.

Ключові слова: *інтермедіальність, лінгвістика, типологія, дискурс, референція, інтеграція, семіотика, міждисциплінарний підхід.*

TYPOLOGIES OF INTERMEDIALITY IN MODERN LINGUISTICS: PROBLEMS AND PROSPECTS

Iryna O. Chaiun (Kyiv region, Ukraine)

iryna.chaiun@knu.edu.ua

PhD Student at the Department of Italian and French Philology and Translation

Kyiv National Linguistic University

(Ministry of Education and Science of Ukraine)

73, Velyka Vasylkivska Street, Kyiv, 03680, Ukraine

The article explores the main approaches to the typology of intermediality as a phenomenon of contemporary culture, art, and linguistics. Intermediality, understood as the interaction and intersection of different semiotic systems has become an essential aspect of modern communication and textual analysis. The study highlights the challenges in classifying intermedial phenomena, including the fluidity of media boundaries, the complexity of constructing universal theoretical models, and the dynamic nature of interpretation across various disciplines.

Special attention is given to the methodological difficulties associated with intermediality research, particularly the need for integrative approaches that combine linguistic, semiotic, cultural, and media studies perspectives. The article emphasizes the importance of developing comprehensive typological frameworks to better understand the mechanisms of intermedial interaction.

Furthermore, the study outlines the prospects for advancing typological approaches, particularly their significance for interdisciplinary research and their integration into contemporary scholarly discourse. A systematic classification of intermediality models is proposed, and the necessity of expanding methodological tools for analyzing this phenomenon is substantiated. The findings suggest that further exploration of intermediality can contribute to a deeper understanding of meaning-making processes in multimodal communication, as well as foster new directions in linguistic and media studies.

Keywords: *intermediality, linguistics, typology, discourse, reference, integration, semiotics, interdisciplinary research.*

Наукова новизна полягає у систематичному аналізі типологій у дослідженні інтермедіальності.

Постановка проблеми. Інтермедіальність є ключовою характеристикою сучасної культури, яка відображає взаємодію різних медійних форм та художніх практик. Однак типологія інтермедіальності залишається предметом дискусій серед

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

Typologies of Intermediality in Modern Linguistics: Problems and Prospects (in Ukrainian) [Typolohii intermedial'nosti u suchasni linhvistytsi: problemy ta perspektyvy]

© Chaiun I. O. [Chaiun I. O.], iryna.chaiun@knu.edu.ua

науковців, що ускладнює розуміння її природи та функцій. Недостатня систематизація та аналіз проблемних аспектів інтермедіальності створює прогалини у вивченні її впливу на культурні та комунікаційні процеси. Отже, актуальним є дослідження типології інтермедіальності з метою виявлення її проблем і перспектив, що сприятиме подальшому розвитку теоретичних і практичних підходів у цій галузі.

Мета роботи. Аналіз і систематизація типологій інтермедіальності з метою виявлення ключових проблем і визначення перспектив подальшого розвитку цього концепту в контексті сучасних культурних та медійних процесів. Пропонована стаття має на меті розкрити багатовимірність інтермедіальності та надати практичні та/або теоретичні інструменти для її вивчення, а тому і є **актуальною** в розвитку сучасної лінгвістики.

Об'єктом дослідження виступає інтермедіальність та її різновиди типологій.

Предметом дослідження є специфіка утворення типологій інтемедіальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У пропонованій статті проаналізовано найбільш відомих дослідників, які активно розвивали інтермедіальність крізь призму лінгвістичних студій, а також розробили відомі всіма лінгвістами класифікації для детального вивчення інтермедіальності. Такими дослідниками є О. Ханзен-Льове, німецько-австрійський літературознавець, професор славістики, який увів термін інтермедіальності у науковий обіг; Й. Шрьотер, німецький науковець, відомий своєю потужною та широкою типологією інтермедіальності; В. Вольф, німецький лінгвіст, який активно вивчав інтермедіальність з точки зору міждисциплінарного підходу.

Основний зміст. Інтермедіальність є одним із ключових явищ сучасної культури, яке втілює взаємодію між різними медіями, мистецькими формами та видами комунікації. Вона відіграє важливу роль у формуванні нових змістів, естетичних рішень та способів передачі інформації, що активно досліджується в культурологічній, літературознавчій, мистецтвознавчій та медіа-дослідницькій галузях. Проте, попри зростаючий інтерес до цього феномену, питання систематизації і класифікації типів інтермедіальності, а також аналіз її проблем залишається недостатньо розробленим.

Нині існує безліч типологій інтермедіальності, але їхній аналіз дозволяє стверджувати, що в основі більшості наявних визначень у світовому літературознавстві та лінгвістиці лежать класифікації, які були висунуті

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

німецькими та австрійськими ученими, такими як О. Ханзен-Льове, Й. Шрьотер, В. Вольф, І. Раєвські тощо.

Серед перших класифікацій інтермедіальності особливе місце займає концепція, запропонована австрійським славістом і теоретиком літератури О. Ханзен-Льове [5]. Як професор Мюнхенського та Віденського університетів і член-кореспондент Австрійської академії наук, він зосереджує свою наукову діяльність на дослідженні цього феномену. У праці «Intermediality and Intertextuality: Problems of the Correlation between Word and Visual Art – Using the Example of Russian Modernism» (1983) інтермедіальність розглядається як центральна проблема його досліджень.

У своїх працях О. Ханзен-Льове [1; 5] аналізує значущі школи та напрями, зокрема структуралізм і семіотику, а також їхній вплив на філософські концепції. Крім того, автор пропонує визначення інтермедіальності як процесу перенесення мотивів, конструктивних принципів або концептуальних моделей між медіа.

Науковець виокремлює три типи інтермедіальності [5], які можна співвідносити з подальшою концептуалізацією Й. Шрьотера, що охоплює онтологічну, трансмедіальну та трансформаційну інтермедіальність.

Перший тип, який О. Ханзен-Льове називає конвенціональним, стосується наявності характеристик одного медіа у складі іншого. Другий тип, позначений дослідником як нормативний, ілюструється через адаптацію одного сюжету в різних медіа. Третій тип, визначений як референційний, передбачає цитування текстів одного медіа у контексті іншого [5, с. 300–324].

Варто підкреслити, що на теперішній час розвитку лінгвістичної науки існують різноманітні підходи до розуміння терміна «інтермедіальність» з двох основних поглядів – семіотичної та технологічної. З цих позицій розроблено кілька класифікаційних підходів.

Наприклад, Й. Шрьотер виокремлює *чотири підходи* до розуміння поняття «інтермедіальність» з семіотичної перспективи, класифікуючи його на чотири типи: *синтетичну, трансмедійну, трансформаційну та онтологічну* [6, с. 3].

До *синтетичної інтермедіальності* відносять комбінації засобів масової інформації, які призводять до утворення нового медіуму. Такий синтез медіа, за Й. Шрьотером, відновлює цілісність буття [6, с. 4].

У межах семіотичного аналізу інтермедіальності доцільно виокремити перспективний напрямок досліджень, що акцентує на багатовимірності

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

Typologies of Intermediality in Modern Linguistics: Problems and Prospects (in Ukrainian) [Typolohii intermedial'nosti u suchasni linhvistytsi: problemy ta perspektyvy]

© Chaiun I. O. [Chaiun I. O.], iryna.chaiun@knu.edu.ua

інтермедіальних взаємодій. Ці взаємодії проявляються як внутрішньокомпозиційні зв'язки в межах одного тексту, так і позакомпозиційні відносини, що реалізуються через інтеграцію різних видів мистецтва. У результаті утворюється певна художня цілісність, яка проявляється на рівні окремого тексту або ж у рамках синтетичного мистецького жанру [6, с. 4–5].

Ця концепція відображена у роботі В. Вольфа «Musicalization of Fiction: A Study in the Theory and History of Intermediality». Тут інтермедіальність розглядається як «інтракомпозиційні феномени» (у вузькому розумінні) і «екстракомпозиційні відносини» (в широкому розумінні) [7].

Не всі дослідники поділяють це широке розуміння інтермедіальності, проте це свідчить про тенденцію до розширення семіотичного розуміння інтермедіальності, виявлення інтермедіальних відносин за межами конкретного тексту.

Цей підхід до інтермедіального аналізу пропонує інструмент для опису поліхудожніх просторів у культурі. Неоднозначність семіотичного розуміння інтермедіальності зумовлена тим, що це поняття формується на перетині різноманітних дисциплін і дискурсів, що значно ускладнює його визначення. Одним із можливих способів вирішення цієї неоднозначності є застосування інтертекстуального аналізу, спрямованого на дослідження взаємодії текстів, що належать до різних семіотичних систем [7].

За концепцією Й. Шрьотера, синтетична інтермедіальність передбачає об'єднання кількох засобів масової інформації у нове середовище, визначене як «проміжне середовище», яке перевищує суму своїх складових. Це інтеграційне злиття виступає новаторським явищем, яке сприймається як захоплюючий і прогресуючий зсув у межах існуючих уявлень. Або ж, як було сказано Маршаллом Маклюеном: «Момент зустрічі медіа – це момент свободи і звільнення від звичайного трансу та заціпеніння, нав'язаного ними нашим відчуттям» («*The moment of the meeting of media is a moment of freedom and release from the ordinary trance and numbness imposed by them on our senses*») [6, с. 3-4]

Формальна, або трансмедіальна, інтермедіальність ґрунтується на існуванні спільних формальних структур у різних медіа. Відповідно до теорії видатного британського лінгвіста та семіотика Джона Арнольда Бейтмана [1; 2], форма виникає виключно в межах медіуму, що унеможлиблює існування інтермедіальності між літературою та кіно. Водночас вона може проявлятися лише у взаємодії літературного медіуму з екранізованим оповіданням чи нарративом.

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

Трансформаційна інтермедіальність характеризується перенесенням способів репрезентації з одного медіуму до іншого, супроводжуючись трансформацією інформації під час переходу. Цей тип інтермедіальності проявляється, наприклад, у перенесенні живопису в кінематограф чи у відтворенні архітектури через фотографію. У подібних випадках живопис або архітектурна споруда перестають існувати як автономні мистецькі об'єкти, перетворюючись на невід'ємні складові репрезентуючого медіуму [6, с. 4–5]. Таким чином, фотографія, яка відображає написаний текст, не утворює проміжних зв'язків; вона лише відсилає до тексту, який стає об'єктом репрезентації.

Якщо фотографія здатна вказувати на письмовий текст або взаємодіяти з ним, це свідчить про встановлення зв'язку між двома медіа. Одне медіа слугує відсиланням до іншого, створюючи можливість для його інтерпретації або коментування. Така взаємодія відкриває перспективу для цікавих висновків стосовно «самоконцепції» медіуму як репрезентатора. У свою чергу, цей репрезентуючий медіум може демонструвати представлене середовище таким чином, що його звичні, «повсякденні стани буття» зазнають деформації або навіть трансформації [3, с. 5].

Онтологічна інтермедіальність, яка обумовлюється самим існуванням медіа, проявляється через невід'ємний зв'язок між різними формами медіа, наприклад, у музикальності поезії чи театралізованості прози. Цей тип взаємодії базується на концепції, що медіа завжди перебувають у стані взаємозалежності, оскільки жоден з них не є повністю автономним [6, с. 6–7].

Попри свою різноманітність, усі згадані типи інтермедіальності інтегруються у єдиний художній комплекс, утворюючи цілісну систему мистецького дискурсу, де їхні взаємозв'язки є тісно переплетеними [4, с. 19].

Наприкінці ХХ століття Вернер Вольф, ставши одним із провідних теоретиків інтермедіальних взаємозв'язків, запропонував нову типологію цього терміну. Його класифікація ґрунтувалася на аналізі системи взаємодії мистецтв [7], у межах якої дослідник виділив два основні типи: внутрішньоконпозиційний та позакомпозиційний, кожен із яких мав свої підтипи та специфічні риси. У цій взаємодії яскраво проявляється феномен інтермедіальності.

Вернер Вольф розглядає групування інтермедіальних взаємозв'язків через послідовність, яка включає *екстракомпозиційну інтермедіальність*

(*intermediality in the boarder sense*) та *інтракомпозиційну інтермедіальність* (*intermediality in the narrow sense*) [7, с. 3].

Існують два основних типи *екстракомпозиційної інтермедіальності*, кожен з яких має значущість у контексті дослідження взаємодії слова та музики. Перший тип стосується феноменів, що не є специфічними для окремих медіа. Як універсальні медіальні явища, вони виникають з більшою частотою, створюючи можливості для перетину або формування перехідних зв'язків між різними медіа. За відповідних умов ці зв'язки можуть слугувати основою для створення *внутрішньоконпозиційної інтермедіальності*. Такі явища ідентифікуються як *трансмедіальні* [7, с. 4].

Вернер Вольф пропонує розрізняти відкриті (*overt, direct*) і приховані (*covert, indirect*) форми інтермедіальності [7, с. 4-9]. У першому випадку передбачається об'єднання кількох «медіа» в одне («*multimediality*», «*plurimediality*»). Класичними прикладами такого типу інтермедіального об'єднання є «мультимедійні» жанри, такі як театральна вистава, звуковий фільм, опера чи пісня, а також вставки ілюстрацій чи нотних фрагментів у літературний текст.

Другий тип екстракомпозиційної інтермедіальності передбачає не пряме використання матеріалів іншого виду мистецтва (гетерогенну структуру медіатексту), а адаптацію цих матеріалів до мови «медіадомінанти» (гомогенну структуру). Вернер Вольф виокремлює дві основні форми такої адаптації: експліцитну, що реалізується через «розповідь» чи «тематизацію» («*telling*», «*thematization*»), та імпліцитну, яка виявляється у «імітації» («*showing*», «*imitation*», «*dramatization*»). Кожна з цих форм може бути деталізована на основі таких підтипів: 1) текстуальні, паратекстуальні та контекстуальні аспекти; 2) «*word music*», а також структурні та змістовні аналоги музики [7, с. 4-9].

Таким чином, підхід Вернера Вольфа до типологізації інтермедіальності відрізняється високою деталізованістю й ретельністю. Однак важливо зазначити, що його дослідження не є вичерпними, і класифікація можливих видів цього явища залишається відкритою для подальшого вивчення.

Висновки дослідження. Узагальнюючи ключові аспекти, зазначені у статті, можна зробити висновок, що поняття інтермедіальності є важливим інструментом для аналізу сучасного медійного простору та культурної взаємодії. Класифікації О. Ханзен-Льове, В. Вольфа та Й. Шрьотера дають змогу систематизувати різні види зв'язків між медіа, зокрема їхнє взаємопосилання, інтеграцію, трансформацію

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

та функціональну схожість. Це дозволяє глибше зрозуміти, як медіа впливають на сприйняття, комунікацію та культурну динаміку.

Перспективи подальших наукових розвідок. Таким чином, міжмедіальні дослідження стають важливим напрямом у контексті глобалізації та технологічного прогресу, відкриваючи нові перспективи для розуміння інтеграції різних медійних форматів у єдину комунікаційну систему.

Література:

1. Prosalova, V. A. (2010). *Intermedial'nist' u systemi intertekstual'nykh zv'iazkiv. Aktual'ni problemy ukrains'koi literatury i folkloru: Zb. nauk. pr., Donets'k. nats. un-t*, (15), 12–18.
2. Fesenko, V. I. (2014). *Literatura i zhivopys: intermedial'nyi dyskurs* (Navch. posib.). Kyiv: KNLU.
3. Besson, R. (2014). *Prolégomènes pour une définition de l'intermédialité à l'époque contemporaine*. HAL. <https://shs.hal.science/hal-01012325/>
4. Clüver, C. (2007). Intermediality and interarts studies. In *Changing Borders: Contemporary Positions in Intermediality* (pp. 19–37). Lund: Intermedia Studies Press.
5. Hansen-Löve, A. (1983). *Intermedialität und Intertextualität: Probleme der Korrelation von Wort und Bildkunst. Wiener Slawistischer Almanach*, 11, 291–360.
6. Schroter, J. (2011). Discourses and models of intermediary. *CLCWeb: Comparative Literature and Culture*, 13(3). <http://docs.lib.purdue.edu/clcweb/vol13/iss3/>
7. Wolf, W. (2011). (Inter)mediality and the study of literature. *CLCWeb: Comparative Literature and Culture*, 13(3). <https://doi.org/10.7771/1481-4374.1789>

References:

1. Prosalova, V. A. (2010). *Intermedialnist u systemi intertekstualnykh zviazkiv* [Intermediality in the system of intertextual connections]. *Actualni problemy ukrainskoi literatury i folkloru*, (15), 12–18. [in Ukrainian]
2. Fesenko, V. I. (2014). *Literatura i zhyvopys: intermedialnyi dyskurs: navchalnyi posibnyk* [Literature and art: intermediate aspect: a textbook]. Kyiv: KNLU. [in Ukrainian]
3. Besson, R. (2014). *Prolégomènes pour une définition de l'intermédialité à l'époque contemporaine* [Preliminaries for a definition of intermediality in the contemporary era]. *HAL*, 2–20. <https://shs.hal.science/hal-01012325/> [in French]
4. Clüver, C. (2007). Intermediality and interarts studies. In *Changing Borders: Contemporary Positions in Intermediality* (pp. 19–37). Lund: Intermedia Studies Press.
5. Hansen-Löve, A. (1983). *Intermedialität und Intertextualität: Probleme der Korrelation von Wort und Bildkunst* [Intermediality and intertextuality: Problems of the correlation between word and visual art]. *Wiener Slawistischer Almanach*, 11, 291–360. [in German]
6. Schroter, J. (2011). Discourses and models of intermediary. *CLCWeb: Comparative Literature and Culture*, 13(3). <http://docs.lib.purdue.edu/clcweb/vol13/iss3/>
7. Wolf, W. (2011). (Inter)mediality and the study of literature. *CLCWeb: Comparative Literature and Culture*, 13(3). <https://doi.org/10.7771/1481-4374.1789>

(Current issues in linguocultural studies [Aktual'ni pytannja lingvokul'turologii'])

Typologies of Intermediality in Modern Linguistics: Problems and Prospects (in Ukrainian) [Typolohii intermedial'nosti u suchasni linhvistytsi: problemy ta perspektyvy]

© Chaiun I. O. [Chaiun I. O.], iryna.chaiun@knu.edu.ua

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЛІНГВОДИДАКТИКИ
[CURRENT ISSUES IN LINGUODIDACTICS]

УДК 811.161.2'342.4+811.134.2'342.4:378.147

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 06.03.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 09.03.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 95 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.18>

ПОРІВНЯЛЬНА ФОНЕТИКА УКРАЇНСЬКОЇ ТА ІСПАНСЬКОЇ МОВ:
ТРУДНОЩІ ДЛЯ УКРАЇНОМОВНИХ СТУДЕНТІВ

Олена Миколаївна Братель (м. Київ, Україна)

[*olenabratel@gmail.com*](mailto:olenabratel@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

Олена Володимирівна Попова (м. Київ, Україна)

[*popovaalenka135@gmail.com*](mailto:popovaalenka135@gmail.com)

кандидат філологічних наук, асистент кафедри романської філології

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

У статті порівнюються фонетичні особливості української та іспанської мов і на основі відмінних рис прогнозується, з якими проблемами можуть зіткнутися україномовні студенти під час вивчення іспанської вимови. Запропоновано ієрархію складності звуків для планування більш ефективного навчального процесу.

Ключові слова: фонетика, іспанська мова, українська мова, вимова, труднощі, порівняльний аналіз.

(Актуальні питання лінгводидактики [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

Порівняльна фонетика української та іспанської мов: труднощі для україномовних студентів (Українською)

[Poriavniialna fonetyka ukrainskoi ta ispanskoi mov: trudnoshchi dlia ukrainomovnykh studentiv]

© Братель О. М. [Bratel O. M.], olenabratel@gmail.com,

Попова О. В. [Popova O. V.], popovaalenka135@gmail.com

COMPARATIVE PHONETICS OF UKRAINIAN AND SPANISH LANGUAGES: DIFFICULTIES FOR UKRAINIAN-SPEAKING STUDENTS

Olena Mykolaivna Bratel (Kyiv, Ukraine)

olenabratel@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

Olena Volodymyrivna Popova (Kyiv, Ukraine)

popovaalenka135@gmail.com

PhD (Philology), Assistant 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 examines the phonetic features of Spanish and Ukrainian languages, focusing on the difficulties Ukrainian-speaking students face when learning Spanish pronunciation. The study highlights specific phonetic challenges arising from the differences between the phonetic systems of both languages. To address these challenges, a hierarchy of sound difficulty is proposed to aid the learning process. The research is based on a comparative analysis of Spanish and Ukrainian phonetic systems, offering practical insights for teachers to improve pronunciation instruction. The developed hierarchy serves as a tool for optimizing phonetic training and enhancing the effectiveness of Spanish language education for Ukrainian speakers.

Keywords: *phonetics, Spanish language, Ukrainian language, pronunciation, difficulties, comparative analysis.*

Вступ. Вивчення фонетики є важливим етапом оволодіння будь-якою мовою, адже правильна вимова забезпечує ефективну комунікацію. Правильна вимова є фундаментальною складовою успішного вивчення іноземної мови, зокрема іспанської, адже вона впливає на всі аспекти комунікативної компетентності, включаючи фонологічну, соціолінгвістичну та прагматичну складові [11, с. 420]. Фонетична компетентність є здатністю правильно артикулювати, інтонувати

(Current issues in linguodidactics [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

Comparative Phonetics of Ukrainian and Spanish Languages: Difficulties for Ukrainian-Speaking Students (in Ukrainian) [Porivnialna fonetyka ukrainskoi ta ispanskoi mov: trudnoshchi dlia ukrainomovnykh studentiv]

© Bratel O. M. [Bratel O. M.], olenabratel@gmail.com,

Popova O. V. [Popova O. V.], popovaalenka135@gmail.com

власне мовлення та розуміти мовлення інших, і базується на взаємодії трьох компонентів: фонетичних навичок, знань і усвідомленості [4, с. 192].

Відсутність належної фонетичної підготовки може призводити до труднощів у спілкуванні, зниження впевненості студента та обмеження його прогресу у вивченні мови. Підручники з іспанської мови, які публікуються провідними іспанськими видавництвами, часто розробляються з урахуванням універсальних методологічних підходів, що можуть не враховувати специфічні труднощі, які виникають у студентів з певних мовних груп, зокрема україномовних. Це пов'язано з тим, що вони орієнтовані на широку аудиторію і можуть бути використані у всьому світі, проте не враховують мовних труднощів, які можуть виникати у студентів із певних регіонів. Для швидшого й ефективнішого вивчення іспанської фонетики україномовним студентам може бути корисним поєднувати універсальні підручники з додатковими матеріалами, які враховують специфіку їхньої рідної мови та допомагають подолати конкретні складнощі, пов'язані з відмінностями між фонетичними системами української та іспанської мов.

Виходячи з цього, **актуальним** є компаративне вивчення фонетики української та іспанської мов з точки зору прогнозування можливих труднощів, які можуть виникнути в українських студентів, що починають опановувати іспанську фонетику.

Мета статті – виявити основні труднощі, які виникають в україномовних студентів під час засвоєння іспанської вимови.

Для досягнення цієї мети потрібно виконати низку **завдань**, зокрема:

– проаналізувати фонетичні відмінності в українській та іспанській мовах і виявити спільні риси;

– виокремити звуки іспанської мови, які можуть бути складними для україномовних студентів через відмінності фонетичних систем іспанської та української мов;

– створити ієрархію складності звуків, що допоможе спрогнозувати основні труднощі в україномовних студентів під час вивчення фонетики іспанської мови.

Об'єктом дослідження є фонетичні особливості української та іспанської мов, а **предметом** – порівняння звукових систем двох мов та виявлення спільних і відмінних рис.

Наукова новизна дослідження полягає у прогнозуванні специфічних фонетичних складнощів, що зумовлені різницею у звукових системах української

(Актуальні питання лінгводидактики [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

Порівняльна фонетика української та іспанської мов: труднощі для україномовних студентів (Українською)

[Poriavniialna fonetyka ukrainskoi ta ispanskoi mov: trudnoshchi dlia ukrainomovnykh studentiv]

© Братель О. М. [Bratel O. M.], olenabratel@gmail.com,
Попова О. В. [Popova O. V.], popovaalenka135@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

та іспанської мов, і в пропозиції використовувати ієрархію складності звуків під час вивчення іспанської мови україномовними студентами.

Матеріали та методи. Дослідження базується на компаративному аналізі фонетичних систем української та іспанської мов і розробці ієрархії складності звуків.

Огляд наукової літератури. Попередні дослідження підкреслюють важливість фонетики у навчанні іноземних мов, зокрема, наголошується на необхідності розвитку фонологічної компетентності як частини загальної комунікативної компетентності (О. В. Бас-Кононенко, В. В. Бондаренко, О. В. Гаврилова, О. О. Гнатишева, Е. Д. Гоца, З. І. Комарова, А. К. Мойсієнко, О. Д. Пискач, В. В. Розгон, І. Х. Топал). Водночас, недостатньо уваги приділено порівнянню фонетичних систем української та іспанської мов і специфічним проблемам україномовних студентів, хоча певні розвідки у цій сфері були (О. М. Гончаренко, А. А. Кухаренко, Х. Льїстеррі, Е. А. Льорач, С. Ю. Ніколаєва, Р. Серда Массо, О. Б. Тарнопольський, Х. Хіль). О. Б. Бігич, Н. Ф. Бориско, Г. Е. Борецька та С. Ю. Ніколаєва в роботі з методики навчання іноземних мов і культур присвятили розділ особливостям вивчення фонетики різних іноземних мов, включаючи іспанську. Дослідження, яке виконали Х. Хіль та Х. Льїстеррі присвячене фонетиці й фонології іспанської мови в Іспанії в синхронічному та діахронічному аспектах. О. Б. Тарнопольський та А. А. Кухаренко порівнювали мовні системи іспанської та англійської мов (зокрема, й фонетичну складову) для лінгвістичного обґрунтування доцільності вивчення іспанської мови як другої іноземної на основі англійської як першої іноземної.

Основний зміст. Фонетичні системи української та іспанської мов мають як спільні, так і відмінні риси. Українська мова – це східнослов'янська мова, тоді як іспанська належить до романських мов, тому очевидно, що їхні звукові системи мають суттєві відмінності в артикуляції, акцентуації, просодичних особливостях тощо.

Мовний перенос у фонетиці – це вплив рідної мови (української) на вимову звуків іншої мови (іспанської). Він може бути як позитивним, коли схожі звуки в обох мовах допомагають у правильній вимові, так і негативним, коли студенти переносять українські артикуляційні особливості на іспанську, що призводить до помилок. У той час як позитивний перенос слід заохочувати та використовувати на користь навчання, негативному потрібно запобігати, оскільки він ускладнює

(Current issues in linguodidactics [Aktual'ni pyttannja lingvodydaktyky])

Comparative Phonetics of Ukrainian and Spanish Languages: Difficulties for Ukrainian-Speaking Students (in Ukrainian) [Porivnialna fonetyka ukrainskoi ta ispanskoi mov: trudnoshchi dlia ukrainomovnykh studentiv]

© Bratel O. M. [Bratel O. M.], olenabratel@gmail.com,Popova O. V. [Popova O. V.], popovaalenka135@gmail.com

засвоєння іспанської мови. Щоб ефективно сприяти позитивному переносу з української мови на іспанську мову та мінімізувати негативний вплив, викладач має чітко розуміти, у яких саме аспектах двох мовних систем виникає цей феномен [7, с. 24].

Студенти можуть стикатися з проблемами розпізнавання звуків та інтонації через вплив рідної мови, яка діє як “фільтр” й ускладнює сприйняття і правильне відтворення чужих мовленнєвих зразків. Додаткові труднощі викликає сформована під рідну мову артикуляційна база та індивідуальні фізіологічні особливості, такі як слухова чутливість чи дефекти мовлення. Також можуть виникати інтонаційні помилки через відсутність характерних для іспанської мови інтонаційних моделей [4, с. 195]. Обидві мови чітко розрізняють дзвінки та глухі приголосні. Хоча в українській кінцеві дзвінки приголосні оглушуються, а в іспанській – ні, основний принцип контрасту між [b] – [p], [d] – [t], [g] – [k] є спільним [9, с. 21-22]. Оскільки палаталізація є дуже поширеною в українській мові, а в іспанській вона відсутня, то це може впливати на вимову іспанських звуків українськими студентами [6, с. 233].

В іспанській мові налічується п'ять голосних звуків: А – відкритий передньо-центрально-голосний [a], Е – закритий передньо-середній голосний [e], І – закритий передній голосний [i], О – закритий задньо-середній голосний [o], У – закритий задній голосний [u] [7, с. 2]. Усі ці голосні чітко розрізняються за місцем артикуляції та завжди вимовляються однаково незалежно від розташування у слові чи наголосу. В іспанській мові немає редуції голосних, тому вони завжди залишаються чіткими й стабільними за якістю.

Українська мова містить шість голосних звуків: А – відкритий задній голосний [ɑ], Е – середній передній голосний [ɛ], И – закритий середньо-передній голосний [ɪ], І – закритий передній голосний [i], О – середній задній голосний [ɔ], У – закритий задній голосний [u] [3, с. 16].

Таким чином, українська та іспанська мови мають майже однакову кількість голосних звуків: в українській їх шість, а в іспанській – п'ять, тобто в іспанській мові відсутній закритий середньо-передній голосний [ɪ], який є характерним для української мови.

На відміну від іспанської, в українській мові голосні можуть змінювати свою вимову в ненаголошених складах через редуцію. Коли голосний опиняється в ненаголошеній позиції, його звучання слабшає і він починає уподібнюватися до сильнішого [2, с. 42]. Наприклад, ненаголошене [o] може наближатися до звука [u], а [e] – до звука [ɪ], тобто в українській мові є часткова редуція ненаголошених

(Актуальні питання лінгводидактики [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

Порівняльна фонетика української та іспанської мов: труднощі для україномовних студентів (Українською)
[Poriivniialna fonetyka ukrainskoi ta ispanskoi mov: trudnoshchi dlia ukrainomovnykh studentiv]

© Братель О. М. [Bratel O. M.], olenabratel@gmail.com,
Попова О. В. [Popova O. V.], popovaalenka135@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

голосних, в той час як в іспанській мові голосні завжди чітко вимовляються [3, с. 105]. На це потрібно звертати увагу студентів, коли вони починають вивчати іспанську, в якій немає такого явища.

Крім того, в іспанській мові звуки [e] та [o] вимовляються більш закрито, ніж відповідні українські [ε] та [ɔ] [10, с. 29]. Це може призводити до помилок у вимові іспанських слів, оскільки україномовні студенти можуть інтуїтивно намагатися редукувати голосні у ненаголошених складах і вимовляти їх відкритими [6, с. 213-214], тому окрему увагу потрібно приділяти однаковому вимовлянню голосних в усіх позиціях, без редукції.

В іспанській мові є дифтонгізація, а в українській вона присутня лише в деяких говорах, і це також може викликати певні проблеми під час вивчення іспанської фонетики [10, с. 42]. Коли іспанські фонемі [i] та [u] стають частиною дифтонга (або трифтонга), вони вимовляються як напівприголосні або напівголосні. Це означає, що їхня артикуляція є більш закритою і коротшою, ніж зазвичай. Важливою особливістю є те, що вони виконують функцію маргіну в складі, так само, як приголосні звуки [10, с. 43].

Для кращого засвоєння фонетичної системи іспанської мови, під час навчання варто орієнтуватися на ієрархію складності іспанських звуків для україномовних студентів і, виходячи з цього, визначати способи ознайомлення, види і кількість вправ для формування навичок рецесії та репродукції звуків. Звуки іспанської мови можна поділити на три групи за схожістю з українськими звуками: звуки, подібні до українських за акустикою й артикуляцією, звуки, які схожі на українські, але мають суттєві відмінності, звуки без аналогів в українській мові [4, с. 197].

Найпростіші звуки, що передбачають мінімальну складність для засвоєння – це іспанські звуки, подібні до українських за акустикою й артикуляцією, легко засвоювати завдяки позитивному переносу навичок з рідної мови [4, с. 197]. До звуків, які є в обох мовах і вимовляються однаково або майже однаково, відносяться [m], [n], [p], [b], [t], [d], [k], [g], [f], [x]. Для їхнього опанування достатньо імітації, мінімального тренування і контролю правильної артикуляції.

Помірно складні звуки для засвоєння українцями мають незначні відмінності у вимові, порівняно з українською мовою. Сюди можуть відноситися вже згадані голосні [e], [o], що є дещо більш закритими, ніж в українській мові, звук [ʎ] (у діалектах, де зберігся), передньоязиковий альвеолярний латеральний звук [l], який

(Current issues in linguodidactics [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

Comparative Phonetics of Ukrainian and Spanish Languages: Difficulties for Ukrainian-Speaking Students (in Ukrainian) [Porivnialna fonetyka ukrainskoi ta ispanskoj mov: trudnoshchi dlia ukrainomovnykh studentiv]© Bratel O. M. [Bratel O. M.], olenabratel@gmail.com,Popova O. V. [Popova O. V.], popovaalenka135@gmail.com

в різних позиціях залишається твердим, задньоязиковий [χ], звук [j], що схожий на українське *й*, але більш “щільний”. Подібні звуки, які схожі на українські, але мають певні відмінності, можуть викликати високий рівень інтерференції [4, с. 197].

Фонема [ʎ], яка зберігається у деяких діалектах іспанської мови, є схожою в обох мовах і співвідноситься з українським звуком [л'], який є трохи м'якішим. Українська буква Л та іспанська L передають подібні, але не ідентичні звуки. Вони мають відмінності у місці та способі творення, а також у варіативності вимови залежно від позиції у слові. Для україномовних студентів, які вивчають іспанську, ці відмінності можуть викликати певні труднощі. В українській мові буква Л передає два основних звуки: твердий [l] – передньоязиковий альвеолярний латеральний звук (наприклад, у слові *лампа* [ˈlampɑ]) та м'який [lʲ] – палаталізований (пом'якшений) передньоязиковий звук (наприклад, у слові *любов* [lʲuˈbɔw]). У більшості позицій звук [l] в українській мові має пом'якшену (палаталізовану) вимову [lʲ], особливо перед голосними переднього ряду (*літо*, *люди*). У твердому варіанті [l] він вимовляється перед голосними заднього ряду або приголосними (*лампа*, *лук*) [2, р. 102]. В іспанській мові буква L передає один основний варіант звука [l] – передньоязиковий альвеолярний латеральний звук (наприклад, у словах *luz*, *lago*, *lado*, який не змінює своєї якості в різних позиціях [9, с. 25]. Українці можуть інтуїтивно пом'якшувати [l] у таких словах, як *línea* або *limón*, вимовляючи [lʲ], що є неправильним в іспанській мові, адже в українській мові твердість або м'якість залежить від наступного звука. В іспанській мові L завжди залишається твердою, тому україномовні студенти мають звикнути до уніфікованої вимови [l] у всіх позиціях. Для усвідомлення м'якості й твердості цього звука потрібно вимовляти українські слова з м'яким [lʲ] (наприклад, *ліс*, *літо*) і порівнювати з іспанськими словами (наприклад, *luz*, *lado*), щоб відчуті різницю. Також на початку засвоєння цього іспанського звука потрібно контролювати положення язика – він має торкатися альвеол, але не рухатися до піднебіння.

Іспанський задньоязиковий фрикативний [χ], відсутній в українській мові, він набагато сильніший за українське [x], і звучить більш гортанно (наприклад, *joven* [ˈχo.βen]). Український звук [x] є слабшим і має більш м'яке звучання (наприклад, *xata* [ˈxa.ta]). Засвоєння помірно складних звуків загалом не повинно викликати труднощів в українських студентів, може бути достатньо базових імітаційних і обов'язково потрібні контрастивні фонетичні вправи [4, с. 197].

(Актуальні питання лінгводидактики [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

Порівняльна фонетика української та іспанської мов: труднощі для україномовних студентів (Українською)
[Porivnialna fonetyka ukrainiskoi ta ispanskoi mov: trudnoshchi dlia ukrainomovnykh studentiv]

© Братель О. М. [Bratel O. M.], olenabratel@gmail.com,
Попова О. В. [Popova O. V.], popovaalenka135@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

Звуки, що передаються літерами Y та LL в іспанській мові, та звук Й в українській мають подібності, але також значні відмінності, які можуть створювати труднощі для україномовних студентів. Українська буква Й унікальна, бо це єдиний середньоязиковий приголосний в українській мові [2, с. 101], і передається звуком [j], що завжди вимовляється чітко та м'яко й ніколи не має сильної шиплячої або афrikатної вимови. В іспанській мові букви Y та LL мають різну вимову залежно від діалекту. Більшість носіїв іспанської зараз не розрізняють Y та LL, і обидві букви вимовляються однаково: [j] (дзвінкий палатальний апроксимант) в більшості країн та [ʃ] або [ʒ] у деяких регіонах Аргентини та Уругваю [10, с. 34-35]. Звук [j] схожий на українське й, але більш «щільний» та вимовляється ближче до [ж]. Українські студенти можуть робити такі помилки: вимовляти Y та LL як звичайне українське Й [j] або як два різні звуки, тому вправи на відпрацювання цього звука повинні це враховувати.

Українська буква С та іспанська буква S на перший погляд передають подібні звуки, проте між ними є деякі важливі фонетичні відмінності. В українській мові буква С передає глухий передньоязиковий альвеолярний фрикативний звук [s]. Звук [s] може бути як твердим (наприклад, у слові *сало*), так і пом'якшеним (наприклад, у слові *сіно*). Український [s] вимовляється досить чітко, і його артикуляція є стабільною незалежно від позиції у слові [2, с. 133-134]. В іспанській мові буква S передає глухий передньоязиковий фрикативний звук [s], в багатьох діалектах цей звук може бути наближений до міжзубного, завжди є твердим [9, с. 23]. Студентам може бути важко відтворити цей звук, оскільки в іспанській мові він міжзубно-альвеолярний або передньозубний, а в українській – альвеолярний (язик торкається альвеол). Щоб наблизити вимову до іспанської норми, слід тренуватися трохи знизити кінчик язика і вимовляти звук ближче до передніх зубів.

Українські букви Б та В передають два різних звуки – губний проривний та губно-зубний фрикативний відповідно. В іспанській же мовній системі букви B та V часто позначають той самий звук, що може викликати труднощі для україномовних студентів.

Найбільше уваги під час вивчення іспанської вимови потрібно звертати на найскладніші для українців звуки – звуки, які повністю відсутні в українській мові або суттєво відрізняються. Засвоєння звуків без аналогів в українській мові складне, оскільки потребує формування нової артикуляційної бази [4, с. 197].

(Current issues in linguodidactics [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

Comparative Phonetics of Ukrainian and Spanish Languages: Difficulties for Ukrainian-Speaking Students (in Ukrainian) [Porivnialna fonetyka ukrainskoi ta ispanskoi mov: trudnoshchi dlia ukrainomovnykh studentiv]

© Bratel O. M. [Bratel O. M.], olenabratel@gmail.com,Popova O. V. [Popova O. V.], popovaalenka135@gmail.com

Інтердентальний (міжзубний) фрикативний звук [θ], властивий європейському варіанту іспанської мови, в українській мові відсутній. Українці можуть замінювати його на [s], що впливає на розуміння у кастильському варіанті.

Під час вивчення іспанських звуків у студентів можуть виникнути проблеми з розрізненням вібрантів [r] і [r̄]. В українській мові існує лише багатоголивний [r], в той час як в іспанській мові спостерігається контраст між [r] (одноколивний) та [r̄] (багатоголивний) (*pero* ['pero] та *perro* ['perro]) [10, с. 34].

Іспанській мові, на відміну від української, властиві фрикативні алофони звуків [b], [d], [g]. Так, у слабких позиціях звуки [b], [d], [g] вимовляються як [β], [ð], [ɣ] (наприклад, *haber* [a'βer], *todo* ['toðo], *amigo* [a'miɣo]) [9, с. 21-22], а в українській мові дзвінкі приголосні не мають подібних фрикативних варіантів.

В українській мові [d] і [t] – ясенні, можуть бути м'якими (наприклад, *день* [dʲenʲ]), а в іспанській [d] і [t] є дентальними, і вимовляються з язиком ближче до зубів (наприклад, *dedo* ['deðo]) [9, с. 20]. Українці можуть вимовляти [d] і [t] занадто твердо або м'яко, що може змінювати звучання.

Також в українській мові відсутній звук [β], який передається буквами В та V. Також україномовним студентам варто звертати увагу на те, що В та V не розрізняються у вимові, а звук змінюється залежно від позиції. Це не завжди легко через вплив української мови. В українській мові букви Б та В передають два принципово різних звуки: [b] – дзвінкий губний проривний звук, твердий у всіх позиціях (наприклад, *борг* [borh]), [v] – дзвінкий губно-зубний фрикативний звук (наприклад, *вода* [vɔ'da]). В українській мові В не чергується з Б і зберігає свій фрикативний характер у будь-якому контексті.

Приголосний В є губно-зубним, але буває і губно-зубним, і губно-губним. Місце творення приголосного в залежить від його місця в слові. Якщо В стоїть перед І чи А, він губно-зубний. А якщо В стоїть перед О, У, Е, И – він зазвичай губно-губний. Також він може бути нескладотворчим ʋ, тобто звук перебуває на межі між голосним у і приголосним В [2, с. 123]. При артикуляції губного твердого Б утворюється зімкнення нижньої губи з верхньою. М'яке піднебіння при цьому підняте й не пропускає повітря у носову порожнину, тому приголосний [б] не має носового забарвлення. Голосові зв'язки при творенні дзвінкого [б] перебувають у напруженому стані й дрижать [2, с. 134]. Звук [б] пом'якшується у позиції перед І. Ступінь пом'якшення незначний, в літературній мові він здебільшого вимовляється як приголосний напівм'який [2, с. 135].

(Актуальні питання лінгводидактики [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

Порівняльна фонетика української та іспанської мов: труднощі для україномовних студентів (Українською)
[Porivnialna fonetyka ukrainskoi ta ispanskoj mov: trudnoshchi dlia ukrainomovnykh studentiv]

© Братель О. М. [Bratel O. M.], olenabratel@gmail.com,
Попова О. В. [Popova O. V.], popovaalenka135@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

В іспанській мові букви B та V позначають один і той самий звук, але він реалізується у двох варіантах залежно від позиції у слові: дзвінкий губний проривний (сильний варіант) [b], що вимовляється на початку фрази або після паузи (наприклад, bien ['bjen], vamos ['bamos]) та дзвінкий губний фрикативний (ослаблений варіант) [β], що вимовляється між голосними (наприклад, abuelo [a'βwelo], lavar → [la'βar]) [10, с. 31-32]. Україномовні студенти часто намагаються диференціювати B та V, хоча в іспанській ці літери вимовляються однаково. Українці звикли вимовляти B як [v] (губно-зубний фрикативний), а Б як проривний [b], тоді як в іспанській обидва ці звуки реалізуються або як губний фрикативний [β] або як губний проривний [b].

Для засвоєння складних звуків потрібна спеціальна практика: артикуляційні вправи, слухові тренування, повторення за носіями мови. Вироблення правильної вимови можливе лише через систематичні тренування та використання спеціальних методик.

Висновки дослідження. Фонетичні системи української та іспанської мають як спільні, так і кардинальні відмінності, хоча їх відносно небагато, водночас, труднощі формування фонетичної компетентності в іспанській мові можуть бути зумовлені особливостями іспанської мови та інтерференцією з українською мовою.

Попри відмінності у фонетичних системах української та іспанської мов, можна знайти й деякі спільні риси, які допомагають україномовним студентам швидше адаптуватися до іспанської вимови. В обох мовах співвідношення між написанням і вимовою є досить стабільним. В українській та іспанській загалом можна читати слова за написанням, хоча є винятки.

Обидві мови мають порівняно просту систему голосних. Хоча іспанські голосні не зазнають редукації, а в українській мові редукація не відбувається постійно, тому цю особливість студентам відносно легко засвоїти. Серед усіх іспанських голосних найпростішими для україномовних студентів є звуки [a] та [u], оскільки вони майже повністю збігаються з їхніми українськими аналогами. Натомість голосні [e], [i] та [o] можуть становити певну складність через відмінності у відкритості та необхідність чіткої вимови незалежно від наголосу.

Українська та іспанська мають приголосні, такі як [m], [n], [p], [b], [f], які вимовляються подібно, що робить їхнє засвоєння легким. В обох мовах є вібрантний звук [r]. Хоча в українській він завжди реалізується як багатоголивний [r], а в іспанській є контраст із [r], сам принцип артикуляції схожий. Фрикативний

(Current issues in linguodidactics [Aktual'ni pyttannja lingvodydaktyky])

Comparative Phonetics of Ukrainian and Spanish Languages: Difficulties for Ukrainian-Speaking Students (in Ukrainian) [Porivnialna fonetyka ukraïnskoï ta ispanskoï mov: trudnoshchi dlia ukraïnomovnykh studentiv]© Bratel O. M. [Bratel O. M.], olenabratel@gmail.com,Popova O. V. [Popova O. V.], popovaalenka135@gmail.com

[x] в українській мові близький до слабшого варіанту іспанського [χ], що полегшує вимову цього звуку, також окрему увагу студентів потрібно звертати на звуки [s], [j] та [l]. Хоча український звук [s] досить близький іспанському [s], в україномовних студентів може спостерігатися неправильне місце артикуляції (занадто альвеолярний варіант) та надмірне пом'якшення цього звуку. Іспанський звук [j] схожий на українське й, але вимовляється ближче до [ж]. Український звук [l] подібний до іспанського, але має два варіанти – твердий і м'який, тоді як в іспанській [l] завжди залишається твердим. Основні труднощі для україномовних студентів – інтуїтивне пом'якшення звуку перед голосними переднього ряду, що є неправильною вимовою в іспанській. Найбільш складними для україномовних студентів є звуки [θ], [χ], [β], [γ], [ð], [r], яких не існує в українській мові, тому ці звуки потрібно детально пропрацювати. Методика навчання залежить від того, чи є звук легким, помірно складним чи дуже складним для відтворення україномовними студентами.

Перспективи подальших наукових розвідок. Знаючи, які саме іспанські звуки можуть викликати труднощі в україномовних студентів, можна вибудовувати ефективну навчальну траєкторію вивчення іспанської фонетики. Водночас, сьогодні залишається все ще недостатньо розробленою методика навчання іспанської вимови для україномовних студентів з урахуванням особливостей їхньої рідної мови і визначення найкращих способів адаптації навчальних матеріалів.

Література:

1. Гаврилова, О. В., & Гнатишева, О. О. (2024). Дистанційні методи та прийоми навчання фонетики англійської мови. *Інноваційна педагогіка*, 71(1), 41–45.
2. Дубчак, О. (2020). *Чути українською. У світі звуків і букв*. Київ: Віхола.
3. Комарова, З. І., & Розгон, В. В. (2014). *Сучасна українська літературна мова: фонетика, орфоенія, графіка, орфографія: навчально-методичний посібник для студентів-філологів ВНЗ*. Умань: ФОП Жовтий О. О.
4. Бігич, О. Б., Бориско, Н. Ф., Борецька, Г. Е., та ін. (2013). *Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика: підручник для студентів класичних, педагогічних і лінгвістичних університетів* (за заг. ред. С. Ю. Ніколаєвої). Київ: Ленвіт.
5. Пискач, О. Д., & Гоца, Е. Д. (2022). *Сучасна українська мова: Фонетика. Фонологія. Орфоенія: навчально-методичний посібник для студентів I курсу українського відділення філологічного факультету*. Ужгород.
6. Мойсієнко, А. К., Бас-Кононенко, О. В., Бондаренко, В. В., та ін. (2010). *Сучасна українська літературна мова: Лексикологія. Фонетика: підручник*. Київ: Знання.
7. Тарнопольський, О. Б., & Кухаренко, А. А. (2015). Педагогічне зіставлення мовних систем іспанської та англійської мов як лінгвістичне підґрунтя навчання у вищій

(Актуальні питання лінгводидактики [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

Порівняльна фонетика української та іспанської мов: труднощі для україномовних студентів (Українською)
[Poriivniialna fonetyka ukrainskoi ta ispanskoii mov: trudnoshchi dlia ukrainomovnykh studentiv]

© Братель О. М. [Bratel O. M.], olenabratel@gmail.com,
Попова О. В. [Popova O. V.], popovaalenka135@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

іспанської мови як другої іноземної на основі англійської як першої іноземної. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*, 3(81), 24–28.

8. Cerda Masso, R. (2000). Fonología funcional del español. En *Introducción a la Lingüística española* (pp. 139–153). Barcelona: Ariel.
9. Gil, J., & Llisterri, J. (2004). Fonética y fonología del español en España (1978–2003). *Lingüística Española Actual*, 26(2), 5–44.
10. Llorach, E. A. (2001). *Gramática de la lengua española. Fonología*. Madrid.
11. Topal, Í. H. (2019). CEFR-oriented probe into pronunciation: Implications for language learners and teachers. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 15(2), 420–436.

References:

1. Gavrilova, O. V., & Gnatisheva, O. O. (2024). Distanciini metody ta pryjomy navchannia fonetyky anhliiskoi movy [Distance methods and techniques of teaching English phonetics]. *Innovatsiina pedahohika [Innovative Pedagogy]*, 71(1), 41–45.
2. Dubchak, O. (2020). *Chuty ukrainskoiu. U sviti zvukiv i bukiv [Hearing Ukrainian. In the world of sounds and letters]*. Kyiv: Vikhola.
3. Komarova, Z. I., & Rozgon, V. V. (2014). *Suchasna ukrainska literaturna mova: fonetyka, orfoeppiia, hrafika, orfohrafiiia [Modern Ukrainian literary language: Phonetics, orthoepy, graphics, orthography]*. Uman: FOP Zhovtyi O. O.
4. Bihych, O. B., Borysko, N. F., Boretska, H. E., et al. (2013). *Metodyka navchannia inozemnykh mov i kultur: teoriia i praktyka [Methodology of teaching foreign languages and cultures: Theory and practice]* (S. Yu. Nikolaieva, Ed.). Kyiv: Lenvit.
5. Pyskach, O. D., & Hotsa, E. D. (2022). *Suchasna ukrainska mova: Fonetika. Fonolohiia. Orfoeppiia [Modern Ukrainian language: Phonetics. Phonology. Orthoepy]*. Uzhhorod.
6. Moisiienko, A. K., Bas-Kononenko, O. V., Bondarenko, V. V., et al. (2010). *Suchasna ukrainska literaturna mova: Leksykolohiia. Fonetyka [Modern Ukrainian literary language: Lexicology. Phonetics]*. Kyiv: Znannia.
7. Tarnopolskyi, O. B., & Kukharenko, A. A. (2015). Pedahohichne zistavlennia movnykh system ispanskoi ta anhliiskoi mov yak linhvistychnie pidgruntia navchannia u vyshi ispanskoi movy yak druhoi inozemnoi na osnovi anhliiskoi yak pershoi inozemnoi [Pedagogical comparison of the language systems of Spanish and English as a linguistic basis for teaching Spanish as a second foreign language at the university on the basis of English as a first foreign language]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka [Bulletin of Zhytomyr Ivan Franko State University]*, 3(81), 24–28.
8. Cerda Masso, R. (2000). Fonología funcional del español. In *Introducción a la Lingüística española* (pp. 139–153). Barcelona: Ariel.
9. Gil, J., & Llisterri, J. (2004). Fonética y fonología del español en España (1978–2003). *Lingüística Española Actual*, 26(2), 5–44.
10. Llorach, E. A. (2001). *Gramática de la lengua española. Fonología*. Madrid.
11. Topal, Í. H. (2019). CEFR-oriented probe into pronunciation: Implications for language learners and teachers. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 15(2), 420–436.

(Current issues in linguodidactics [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

Comparative Phonetics of Ukrainian and Spanish Languages: Difficulties for Ukrainian-Speaking Students (in Ukrainian) [Porivnialna fonetyka ukrainskoi ta ispanskoi mov: trudnoshchi dlia ukrainomovnykh studentiv]

© Bratel O. M. [Bratel O. M.], olenabratel@gmail.com,Popova O. V. [Popova O. V.], popovaalenka135@gmail.com

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВА
[CURRENT ISSUES IN LITERARY STUDIES]

УДК 821.134.2(83)-31.09

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 15.02.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 22.02.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 95 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.19>

НАРАТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТВОРУ ІСАБЕЛЬ АЛЬЄНДЕ
«БУДИНОК ДУХІВ»

Інна Анатоліївна Наваренко (м. Київ, Україна)

inna.navarenko@knlu.edu.ua

кандидат філологічних наук, доцент
кафедри іспанської і новогрецької філології та перекладу
Київський національний лінгвістичний університет
(Міністерство освіти і науки України)
03680, м. Київ, вулиця Велика Васильківська, 73.

Юлія Петрівна Невинна (м. Київ, Україна),

ykoschiy@gmail.com

кандидат філологічних наук, доктор філологічних наук Університету Гранади, доцент
кафедри викладання іноземних мов на історичному та філософському факультетах
Київський національний університет імені Тараса Шевченка Форма власності
01601, м. Київ, вулиця Володимирська, 60

Стаття присвячена дослідженню наратології як галузі сучасного напрямку аналізу художніх творів у теоретичному аспекті. Здійснено теоретичний огляд дефініцій поняття «нاراتологія» у зарубіжних і вітчизняних працях із літературознавства, лінгвістики та інших суміжних дисциплін. Досліджено й описано типологічний статус наратора в оповідній парадигмі тексту. Важливим стало також з'ясування основних різновидів нараторів за функціональними параметрами, а також диференціація базових засад для художнього тексту.

Наратологія дозволяє здійснювати аналіз структурної організації художнього твору та взаємодії автора та читача, що надає змогу об'єктивно оцінювати результати творчої роботи автора. Предметом вивчення наратології є природа,

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

Наративні характеристики твору Ісабель Альєнде «Будинок духів» (Українською) [Naratywni kharakterystyky tvoru Isabel Allende «Budynok dukhiv»]

© *Наваренко І. А.* [Navarenko I. A.], inna.navarenko@knlu.edu.ua,

Невинна Ю. П. [Nevynna Yu. P.], ykoschiy@gmail.com

форма і функціонування наратива, фокусується увага на можливих співвідношеннях між розповіддю і наративним текстом.

Літературні твори, написані в стилі магічного реалізму, представляють викладення ідеї у фантастичний, нереальний та дивний спосіб у найзвичайнішому і повсякденному житті. Магічний реалізм прагне надати правдоподібності ірреальному, зберігаючи повсякденну природу фантастичного як ставлення до життя. Досліджуються наративні особливості прозового твору магічного реалізму як способом передачі емоцій, настроїв, життєвої позиції автора, загальнолюдських цінностей. Аналізується типова для творів такого жанру структура ведення розповіді.

Ключові слова: наратологія, художній твір, автор, наратологічна концепція, магічний реалізм, дискурс.

NARRATIVE CHARACTERISTICS OF ISABEL ALLENDE'S WORK "THE HOUSE OF THE SPIRITS"

Inna A. Navarenko (Kyiv, Ukraine)

inna.navarenko@knlu.edu.ua

Ph.D. in Philology, Department of Spanish and Modern Greek Philology and Translation

Kyiv National Linguistic University

(Ministry of Education and Science of Ukraine)

73, Velyka Vasylkivska Street, Kyiv, 03680, Ukraine

Yuliia P. Nevynna (Kyiv, Ukraine),

ykoschiy@gmail.com

PhD in Philology, Doctor of Philology (University of Granada), Associate Professor of the Department of Foreign Language Teaching at the Faculty of History and Philosophy

Taras Shevchenko National University of Kyiv

(Ministry of Education and Science of Ukraine)

The article is devoted to the study of narratology as a branch of the modern direction of the analysis of works of art in the theoretical aspect. A theoretical review of the definitions of the concept of "narratology" in foreign and domestic works on literary studies, linguistics and other related disciplines has been carried out. The typological status of the narrator in the narrative paradigm of the text has been studied and described. It has also become important to clarify the main types of narrators by functional parameters, as well as the differentiation of the basic principles for the literary text.

Narratology allows for the analysis of the structural organization of a work of art and the interaction between the author and the reader, which makes it possible to objectively evaluate the results of the author's creative work. The subject of study of narratology is the nature, form and

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

Narrative Characteristics of Isabel Allende's Work "The House of the Spirits" (in Ukrainian) [Naratyvnii kharakterystyky tvoriv Isabel Allende «Budynok dukhiv»]

© Navarenko I. A. [Navarenko I. A.], inna.navarenko@knlu.edu.ua,
Nevynna Yu. P. [Nevynna Yu. P.], ykoschiy@gmail.com

functioning of the narrative, and attention is focused on the possible relationships between the story and the narrative text.

Literary works written in the style of magical realism represent the presentation of an idea in a fantastic, unreal and strange way in the most ordinary and everyday life. Magical realism seeks to give plausibility to the unreal, preserving the everyday nature of the fantastic as an attitude to life. The narrative features of the prose work of magical realism are studied as a way of conveying emotions, moods, the author's life position, and universal human values. The structure of narration typical for works of this genre is analyzed.

Keywords: *narratology, work of art, author, narratological concept, magical realism, discourse.*

Постановка проблеми. Нарація як форма викладу оповіді, покликана досліджувати її специфіку, реалізацію та функціонування, це моделювання фабул, визначення їх відповідних типологічних рядів. Наратологія досліджує природу наративу, намагається характеризувати наративну компетенцію. Дослідження наративу як вербального способу представлення часово-орієнтованих ситуацій і подій є **актуальним** та важливим напрямком в сучасних дослідженнях лінгвістики.

Метою даної статті є визначити типологічний статус наратора в оповідній парадигмі тексту, з'ясувати основні різновиди нарації за функціональними параметрами.

Об'єктом дослідження є іспаномовні літературні твори, написані в стилі магічного реалізму.

Предметом дослідження є природа, форма і функціонування наративу у творах, написаних у стилі магічного реалізму.

Згідно із сучасними теоріями дослідження текстів, художній твір передбачає певну формальну структуру оповіді, що розкриває спосіб подання та розподілу оповідних подій, власне хронологічного й ахронологічного викладу фактів, ситуацій.

У наратології йдеться також про способи подавання цієї формальної структури в межах прямого чи опосередкованого діалогу письменника й читача.

Варто зазначити, що Дж. Женетт запропонував власну типологію поділу наративних ситуацій: розповідь всезнаючого автора; оповідання, точка зору якого невизначена; об'єктивні звіти; розповідь від першої особи. Отже, дослідник виділив чотири види розповіді: розповідь у минулому часі; прогнозна розповідь, тобто

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

Наративні характеристики твору Ісабель Альєнде «Будинок духів» (Українською) [Naratyvni kharakterystyky tvoru Isabel Allende «Budynok dukhiv»]

© *Наваренко І. А.* [*Navarenko I. A.*], inna.navarenko@knlu.edu.ua,
Невинна Ю. П. [*Nevynna Yu. P.*], ykoschiy@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

розповідь у майбутньому часі; одночасна розповідь; розповідь між моментами дискурсу (Ж. Женетт, 1998).

Визначаючи нарацію як тип наративної структури, сучасні лінгвісти спираються на теорію К. Брукса та Р. Уоррена щодо концепції «нарративного підходу», за допомогою якого можна отримати різні компоненти структури тексту: (мотиви, час, простір, персонажі тощо). Фокус наративу визначається насамперед типом оповідача (авторський, особистий, персоніфікований, гомодієгетичний, гетеродієгетичний тощо), його точкою зору: оповідач чи перетин різних точок зору. У дослідженнях виділено та проаналізовано наступні форми наративу за такими критеріями: 1) за типом наратора та способом його прояву у творі (суб'єктивні, об'єктивні та змішані форми; експліцитні, імпліцитні), 2) за наративним сюжетом (тобто за тим, як він проголошений у творі): лінійний, нелінійний, фрагментарний, круговий, концентричний, кадровий тощо), 3) за наративним часом (тобто за тим, як він пов'язаний і переживається оповідачем і за типом оповідача: хронологічно послідовний чи ретроспективний, переривчастий, суб'єктивний чи об'єктивований тощо), 4) за наративним простором (тобто за тим, як простір представлено в історії: одноплановий, багатоплановий, психологізовані, драматизовані, ліричні та ін.), 5) реалізацією мотивів у розповіді (одношарові, багатошарові, лейтмотивні та ін.), залученням персонажів у структуру оповіді (монологічні, діалогічні, панорамні, поліфонічні) тощо).

Слід зазначити, що форми оповіді відображають особливості індивідуального стилю письменника, домінантні і постійні стильові характеристики, тенденції часу, а також взаємодію, часу та літературного жанру.

Ключовою категорією наратології магічного реалізму є концепція точки зору оповідача (іншими словами, його «позиція», «перспектива», «аспект»).

Чилійська письменниця Ісабель Альєнде відома використанням у своїх творах магічного реалізму, літературного стилю, який поєднує елементи фентезі з реалістичними сюжетами та персонажами. Ця техніка дозволяє досліджувати складні теми в нових інноваційних формах оповідання. Її твори сповнені голосів, які вдало поєднали межі реальності з фантазією. Ісабель Альєнде відома своїми романами, які часто присвячені жіночому досвіду і які високо оцінили за використання прийому магічного реалізму та одночасно здатність привернути

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

Narrative Characteristics of Isabel Allende's Work "The House of the Spirits" (in Ukrainian) [Naratywni
kharakterystyky tvoriv Isabel Allende «Budynok dukhiv»]

© Navarenko I. A. [Navarenko I. A.], inna.navarenko@knu.edu.ua,
Nevynna Yu. P. [Nevynna Yu. P.], ykoschiy@gmail.com

увагу до соціальних проблем. Своїми творами вона допомогла розширити сприйняття культури та історії Латинської Америки завдяки доступному та цікавому стилю написання.

У своїх творах І. Альєнде часто пише про політичний і соціальний ландшафт своєї рідної країни, звертається до таких тем, як диктатура, патріархат і насильство. Протягом багатьох років романи І. Альєнде отримували неоднозначні відгуки критиків. Деякі стверджують, що її роботи шаблонні або надмірно мелодраматичні, тоді як інші хвалять її за винахідливе оповідання та «пристрасну прозу». Однак існує загальна згода, що І. Альєнде – майстерний оповідач з унікальною тональністю розповіді і важливим голосом у світовій літературі.

Літературний контекст творів І. Альєнде перебуває під впливом літературного руху, який багато літературознавці називають «пост-бумом», який виник у латиноамериканській літературі в 70-х і продовжувався в 80-х роках і характеризувався оновленням форм оповіді, особливо так званого «магічного реалізму», де фантазія була інтегрована в повсякденне життя. Граючи з різними траєкторіями оповіді, з часом, зі структурою тексту, шукаючи новаторства, здивування та активного читача, який став би співучасником самого акту читання. З цим рухом пов'язані такі великі імена, як Хуліо Кортасар, Хуан Рульфо, Хорхе Луїс Борхес, Карлос Фуентес, Маріо Варгас Льоса та автор того, що було б найбільш символічним романом: «Сто років самотності» колумбійського лауреата Нобелівської премії Габрієля Гарсія Маркеса.

Магічний реалізм – це спосіб розуміння реальності, типовий для Латинської Америки, який змішує відобразити повсякденність з присутністю дивовижного, незрозумілого, надприродного, магічного, що виглядає не як щось надзвичайне чи дивовижне, а як щось природне, що є невід'ємною частиною реальності. Магічний реалізм не має на меті зробити магічне реальним, а радше розглядати реальність як магічну.

Магічний реалізм часто містить магічні або фантастичні елементи, які персонажі сприймають як частину нормального. Так само в роботах, пов'язаних з цим рухом, часто містяться посилання на латиноамериканську історію та територію. Події, які описуються, можуть бути реальними, але вони мають фантастичний підтекст, оскільки деякі з них не мають пояснення або, принаймні, дуже малоймовірні.

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

Наративні характеристики твору Ісабель Альєнде «Будинок духів» (Українською) [Naratyvni kharakterystyky tvoru Isabel Allende «Budynok dukhiv»]

© Наваренко І. А. [Navarenko I. A.], inna.navarenko@knlu.edu.ua,

Невинна Ю. П. [Nevynna Yu. P.], ykoschiy@gmail.com

Так, у своєму романі «Будинок духів» І. Альєнде розповідає історію сім'ї, яка переживає нестабільну політичну історію Чилі. Роман зосереджується на розповіді, як жінки відчують гноблення в патріархальному суспільстві, як виражають свій супротив. Проблеми патріархального суспільства досліджуються письменницею з різних точок зору: історія/сучасність, громадське/особисте, жінка/чоловік тощо.

По відношенню до персонажів, то багато з них схильні зазнавати якихось трансцендентних змін, як це часто буває в казках.

І. Альєнде використовує різні елементи магічного реалізму. Спочатку автор представляє історію Чилі через її консервативні звичаї та панівний мачизм, що переплітається із захоплюючою історією унікальних персонажів із надзвичайними характеристиками. У цьому відношенні існує нерозривний зв'язок між правдивими історіями, наповненими політичними елементами та соціальними проблемами, і надприродними подіями, які сприймаються героями як належне, і використовують їх для досягнення щастя. З іншого боку, варто зазначити, що ці «сили», якими володіють героїні Ісабель Альєнде, як правило, зосереджені в жіночих персонажах, яких авторка робить головними героями своїх оповідань.

Романи І. Альєнде розповідають про події, що виходять за межі реальності, і досліджують добро і зло. Герої розповідають про своє життя, а головними темами є любов і смерть, а також про надприродне. Відмінними рисами її творів є насичений та емоційний стиль оповіді, а також вміння поєднувати розповідь про магічне з реальним. З іншого боку, цього автора (і цей твір) також часто називають феміністичними через вагу та важливість жіночих персонажів у романі, а саме приділяється увага на те, як вони поведуться в певних ситуаціях, на еволюцію становища жінки у суспільстві протягом поколінь, на слова, які вкладаються в їхні уста, на різні типи жінок, погляди та жіночі обставини життя.

Також особливу увагу привертає символізм жіночих імен, який чітко описаний у романі: *Нівея, Клара, Бланка, Альба*.

Нівея з п'ятнадцятьма дітьми є матріархом. З одного боку, вона бере на себе традиційну роль матері-захисниці, та крім виконання соціальної роботи вимагає голосування для жінок.

Клара, чиє ім'я відноситься до одного з її атрибутів: ясновидіння. Молодша дочка родини дель Валле, наділена дивними розумовими здібностями, які

дозволяють їй рухати предмети. Вона не тільки спілкується з духами, але й тлумачить сни та передбачає майбутнє. *Бланка* – це символ пристрасного кохання. *Альба* представляє себе героїнею, оскільки її позиція символізує надію.

Час у романі розглядається не як щось лінійне, а як кругове, циклічне або повторюване (ситуації з минулого, які повторюються, події з минулого, які мають наслідки в сьогоденні, події з сьогодення, які матимуть свої наслідки в майбутньому тощо), так що в сьогоденні минуле та майбутнє поєднані. Стрибки в часі, хронологічний порядок оповіді змінюється за допомогою ретроспекції, щоб розповісти нам про минуле персонажа чи сім'ї, і зобразити безперервні очікування того, що станеться далі. Роман має кругову структуру, він починається розповіддю про записи у щоденнику і закінчується записами у щоденнику п'ятдесят років потому: *“Barrabás llegó a la familia por vía marítima”*.

... *Ya entonces tenía el hábito de escribir las cosas importantes ... / El primero es un cuaderno escolar de veinte hojas, escrito con una delicada caligrafía infantil. Comienza así: “Barrabás llegó a la familia por vía marítima”*(c.11, 454).

Мова твору, з її величезним набором ідіоматичних виразів і здатністю грати зі значенням слів, ідеально піддається магічному реалізму, а саме: 1) лексичне багатство: іспанська мова є однією з найбагатших мов з точки зору словникового запасу. Це лексичне багатство дозволяє авторам магічного реалізму точно описувати найдрібніші деталі своїх уявних світів; 2) використання синонімів, метафор та інших риторичних фігур дозволяє йому грати з мовою таким чином, що додає глибини та кольору розповідям. Головна риса використання мовленнєвих засобів - це вміння грати словами і змістом, які притаманні магічному реалізму, де межа між реальним і уявним часто розмита; 3) граматична гнучкість: іспанська граматики пропонує гнучкість, яка дуже корисна в оповіді магічного реалізму. Наприклад, використання субхунтива дозволяє виражати бажання, сумніви та гіпотетичні ситуації таким чином, що додає до розповіді двозначності. Ця неоднозначність має вирішальне значення в магічному реалізмі, де надприродні події представлені як частина повсякденного життя; 4) ідіоматичні вирази: ідіоматичні вирази є невід'ємною частиною іспанської мови та відіграють важливу роль у магічному реалізмі. Ці вислови, які часто не мають прямого перекладу на інші мови, додають оповіді автентичності та культурної глибини. Використання чилійських ідіоматичних виразів додає культурний вимір, який збагачує оповідь.

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

Наративні характеристики твору Ісабель Альєнде «Будинок духів» (Українською) [Naratyvni kharakterystyky tvoruvu Isabel Allende «Budynok dukhiv»]

© *Наваренко І. А.* [Navarenko I. A.], inna.navarenko@knlu.edu.ua,
Невинна Ю. П. [Nevynna Yu. P.], ykoschiy@gmail.com

Ці вирази не тільки допомагають розмістити наратив у певному контексті, але й додають нотку реалізму чарівним елементам історії.

У романі «Будинок духів» розповідається історія чилійської родини протягом чотирьох поколінь, і через це він відображає бачення Альєнде історії Чилі у 20-му столітті. Роман починається з великого наголосу на магичному реалізмі, який поступово зникає з пробігом сторінок, і закінчується скоріше історичним романом, зосередженим на військовому перевороті в Чилі 1973 року та його жахливих наслідках. Насправді роман висвітлює багато аспектів чилійської історії, наприклад: боротьба за право жінок голосувати на початку століття, за право рівних прав у суспільстві.

Багато хто вважає цей роман «романом у кодї», який дозволяє розпізнавати в багатьох вигаданих персонажах і ситуаціях реальних персонажів і ситуації, імена яких іноді змінюються. І справді, у багатьох вигаданих персонажах можна впізнати деяких реальних персонажів, або як точні відтворення, або як джерело натхнення. Найважливіші з них: Альба була б самою Ізабель Альєнде, яка пише довгий лист своєму дідушеві, збираючи історію своєї родини, починаючи з дідуся та бабусі по материнській лінії. Кандидат, який пізніше став президентом, явно Сальвадор Альєнде, дядько письменниці та перший демократично обраний президент-марксист, який загинув під час вибуху.

Також важливо звернути увагу на деякі фундаментальні теми твору та те, як вони розгортаються, а саме: відображення суспільства та класова боротьба. У романі з'являються дві великі соціальні групи: вищий клас - землевласники та вожді, які піддають людей усіляким знущанням і жорстоко відкидає їхні вимоги, старе європейське дворянство, снобістське, поверхнєве та лицемірне. Нижчий клас, спочатку селянський, а потім і міський, одна частина якого виглядає покірною і смиренною. Інша частина показана войовничою, непокірною та бойовою.

Політична ідеологія: тема, тісно пов'язана з вищезазначеним, поляризована у протистоянні між: консерваторами, авторитаристами, захисниками кепського суспільства, майже феодального та несправедливого, заснованого на владі та покорі селян і громадян, прогресивної ідеології в її різноманітних відтінках (революційної, марксистської, борцівської, пацифістської), що відстоює нову соціальну справедливість, засновану на рівності та правах робітників.

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

Narrative Characteristics of Isabel Allende's Work "The House of the Spirits" (in Ukrainian) [Naratywni kharakterystyky tvoruu Isabel Allende «Budynok dukhiv»]

© Navarenko I. A. [Navarenko I. A.], inna.navarenko@knu.edu.ua,
Nevynna Yu. P. [Nevynna Yu. P.], ykoschiy@gmail.com

Кохання: з'являється кілька історій кохання, тісно пов'язаних із соціальним контекстом, у якому вони розвиваються. Деякі роблять це відповідно до соціальних норм (обидва належать до одного соціального класу, сім'ї це приймають), а інші роблять це всупереч цим нормам (різний соціальний клас, сімейне протистояння тощо) і навіть таємно. Знову ж таки, вам вирішувати, які саме.

Релігія і церква: тут також представлені дві лінії: прогресивна (меншість у Церкві, яка допомагає бідним і політично переслідуваним) і реакційна (або ультраконсервативна, з безкомпромісною ідеологією та в союзі з офіційною владою).

Сімейні стосунки: прихильність, розуміння, співучасть, насильство, зловживання владою, відсутність спілкування, обман, зобов'язання, розчарування тощо.

Відмінності між чоловіками та жінками: різні типи жінок і чоловіків, їх становище та ставлення, у місті чи в селі.

Простір: Іншим дуже важливим аспектом є важливість простору. Дія роману відбувається у двох будинках, кожен із яких має символічне значення: маєток Лас Трес Маріас, який представляє сільське життя, відмінності між лордами та селянами та зловживання, які призводять до бажання повстання чи образи. Будинок на розі в місті, який представляє міську та політичну владу сенатора Труеби (наскільки важливо, що врешті-решт він бачить, що його кімнати зменшуються, а його онука Альба використовує частину їх для певних секретних заходів).

Але *природа* також дуже важлива, як потужна та переважна сила (наприклад, землетрус) або як основа для порушення соціальних умовностей і норм (любівні зустрічі Педро Гарсія Терсеро та Бланки).

Висновки. Магічний реалізм вплинув на світову літературу, надихаючи письменників з інших культур досліджувати перетину між реальним і магічним у власних оповіданнях. Ізабель Альєнде є однією із найважливіших авторів іспаномовної літератури, яка справила глибокий вплив на жанр магічного реалізму, і її творчість отримала високу оцінку читачів і критиків.

Один із найкращих способів вивчити мову – це читати мовою оригіналу. Магічний реалізм пропонує широкий вибір літературних творів, які є водночас складними та корисними. Читання цих творів мовою оригіналу не тільки покращує

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

Наративні характеристики твору Ізабель Альєнде «Будинок духів» (Українською) [Naratyvni kharakterystyky tvoru Isabel Allende «Budynok dukhiv»]

© Наваренко І. А. [Navarenko I. A.], inna.navarenko@knlu.edu.ua,

Невинна Ю. П. [Nevynna Yu. P.], ykoschiy@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

словниковий запас і розуміння граматики, але й дозволяє глибше зрозуміти латиноамериканську культуру.

Література:

1. Женетт, Ж. (1998). Фігури III.
2. Брукс, К., & Уоррен, Р. П. (1949). Теорія літератури.
3. Маркес, Г. Г. (1967). Сто років самотності.
4. Альєнде, І. (1982). Будинок духів.
5. Рікардо Гульон. (1973). El realismo mágico y la novela hispanoamericana.
6. Франц Рох. (1925). Nach-Expressionismus. Magischer Realismus: Probleme der neuesten europäischen Malerei.
7. Амелія Валькарсель. (2001). La memoria y el perdón.
8. Луїс Ліал. (1955). El realismo mágico en la literatura hispanoamericana.
9. Хуліо Кортасар (1963). Rayuela.
10. Карлос Фуентес (1958). La región más transparente.
11. Альєнде, І. (1985). Про любов і тінь.
12. Фуентес, К. (1975). Terra Nostra.
13. Рое, Л. (1995). Магічний реалізм: Теорія, історія, спільнота.
14. Паркінсон, С. (2000). Латиноамериканський магічний реалізм: Дослідження.
15. Джеймі Альзагуїр. (2018). Магічний реалізм у латиноамериканській літературі: Визначення та контекст.

References:

1. Genette, J. (1998). Figures III.
2. Brooks, C., & Warren, R. P. (1949). Theory of literature.
3. Marquez, G. G. (1967). One hundred years of solitude.
4. Allende, I. (1982). The house of spirits.
5. Ricardo Gullón (1973). El realismo mágico y la novela hispanoamericana.
6. Franz Roch (1925). Nach-Expressionismus. Magischer Realismus: Probleme der neuesten europäischen Malerei.
7. Amelia Valcarcel (2001). La memoria y el perdón.
8. Luis Lial (1955). El realismo mágico en la literatura hispanoamericana.
9. Julio Cortázar (1963). Rayuela.
10. Carlos Fuentes (1958). La región más transparente.
11. Allende, I. (1985). Of love and shadow.
12. Fuentes, C. (1975). Terra Nostra.
13. Roe, L. (1995). Magical realism: Theory, history, community.
14. Parkinson, S. (2000). Latin American magical realism: A study.
15. Jamie Alzaguir (2018). Magical Realism in Latin American Literature: Definition and context.

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

Narrative Characteristics of Isabel Allende's Work "The House of the Spirits" (in Ukrainian) [Naratyvni kharakterystyky tvoriv Isabel Allende «Budynok dukhiv»]

© Navarenko I. A. [Navarenko I. A.], inna.navarenko@knu.edu.ua,
Nevynna Yu. P. [Nevynna Yu. P.], ykoschiy@gmail.com

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА
[CURRENT ISSUES IN TRANSLATION STUDIES]**

УДК 811.131.1'367.2'37'25=161.2:821.131.1-1

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 18.02.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 25.02.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 96 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.47.20>

**ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИХ СТРУКТУР
У ПОЕЗІЇ ДЖАКОМО ЛЕОПАРДІ**

Ольга Олександрівна Карпань (м. Київ, Україна)

olha.karpan@knu.ua

асистент кафедри романської філології

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

У статті висвітлено особливості перекладу лексико-семантичних структур у поезії Джакомо Леопарді, одного з найвидатніших представників італійської та світової літератури. Проаналізовано ритміко-інтонаційні труднощі та методи збереження філософської глибини автора. Звернено увагу на різні підходи Михайла Ореста і Григорія Кочура до інтерпретації поетичного тексту. Доведено, що песимізм Леопарді, зумовлений культурно-історичними чинниками, вимагає особливих перекладацьких стратегій. У підсумку представлено перспективи подальших розвідок у галузі українськомовних версій італійського поета.

Ключові слова: переклад, Леопарді, песимізм, ритміка, інтонація, філософія, лексико-семантичні структури, італійська мова.

(Актуальні питання лінгводидактики [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

Особливості перекладу лексико-семантичних структур у поезії Джакомо Леопарді (Українською)

[Osoblyvosti perekladu leksyko-semantychnykh struktur u poezii Dzhakomo Leopardi]

© Карпань О. О. [Karpan O. O.], olha.karpan@knu.ua

THE PECULIARITIES OF TRANSLATING LEXICO-SEMANTIC STRUCTURES IN GIACOMO LEOPARDI'S POETRY

Olha O. Karpan (Kyiv, Ukraine)

olha.karpan@knu.ua

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

This article explores the complexities involved in translating the lexico-semantic structures found in Giacomo Leopardi's poetry, one of the greatest figures in Italian and world literature. By focusing on rhythmic and intonational challenges, it reveals the pivotal role of preserving the poet's philosophical depth in the target language. The study compares the distinct translation approaches of Mykhailo Orest and Hryhorii Kochur, who each attempted to capture Leopardi's nuanced blend of existential contemplation and lyrical beauty. Special attention is given to the cultural and historical circumstances that shaped Leopardi's trademark pessimism, demonstrating how those factors demand strategic adaptation and compromise on the part of translators. Consequently, the article highlights not only the diverse methods employed to maintain the poet's unique tone and imagery but also the broader implications of these methods for the evolution of Ukrainian literary translation. The concluding section outlines possible directions for future research, emphasizing the significance of interdisciplinary approaches that integrate literary analysis, linguistic theory, and cultural studies. Ultimately, the author argues that any successful rendering of Leopardi's poetic oeuvre must account for both the textual intricacies of his language and the profound emotional resonance embedded in his philosophical vision, making his works a perpetual challenge and a source of fascination for translators worldwide.

Key words: translation, Leopardi, lexico-semantic structures, pessimism, philosophy, poetic form, Ukrainian, Italian language.

Поетична постать Джакомо Леопарді по праву значиться однією з найяскравіших в історії європейської літератури. Італійський поет, філософ,

(Current issues in linguodidactics [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

The Peculiarities of Translating Lexico-Semantic Structures in Giacomo Leopardi's Poetry (in Ukrainian)

[Osoblyvosti perekladu leksyko-semantychnykh struktur u poezii Dzhakomo Leopardi]

© Karpan O. O. [Karpan O. O.], [lolha.karpan@knu.ua](mailto:olha.karpan@knu.ua)

мислитель, став відомий завдяки своєму складному світогляду та надзвичайній глибині художнього бачення, Джакомо Леопарді мав вплив не лише на розвиток італійської поезії XIX століття, а й на європейську літературну традицію взагалі. Його поетичні збірки, найвідомішою з яких є «*Canti*» («Пісні»), зацікавлюють дослідників і читачів філософічністю, внутрішньою драматургією, насиченою образністю та лексико-семантичною складністю [6].

Актуальність обраної теми полягає в тому, що при перекладі поезії з італійської мови на інші (зокрема українською) виникають питання збереження не лише змісту, а й форми, емоційної тональності, ритміко-інтонаційних особливостей та ключових лексико-семантичних структур, які утворюють неповторний стиль автора. Незважаючи на те, що Леопарді досить широко представлений у перекладах українською (починаючи від Павла Грабовського й Михайла Ореста до Григорія Кочура та інших), все ж низка проблем залишається відкритою. Дослідники постійно повертаються до питань, пов'язаних із оптимальними стратегіями передання філософського, психологічного й емоційного підґрунтя поетичного тексту.

Метою цієї статті є проаналізувати специфіку лексико-семантичних структур у поезії Джакомо Леопарді та окреслити основні виклики, які постають перед перекладачами при відтворенні його творів українською мовою.

Об'єктом дослідження є поетичні тексти Джакомо Леопарді, насамперед із його відомої збірки «*Canti*».

Предметом дослідження є лексико-семантична специфіка, стилістичні прийоми та філософські ідеї поета у перекладах українською мовою.

Наукова новизна полягає в тому, що в контексті сучасних теоретико-практичних напрацювань у галузі перекладознавства пропонується розширений аналіз саме лексико-семантичних особливостей оригіналу, які суттєво впливають на формування перекладацьких рішень. У статті ми розглянемо різні приклади українських перекладів канто Леопарді (зокрема, зроблені Михайлом Орестом та Григорієм Кочуром) з метою виявити як відповідності, так і розбіжності на рівні добору лексичних засобів та відтворення авторської семантики в контексті країномовного перекладу.

(Актуальні питання лінгводидактики [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

Особливості перекладу лексико-семантичних структур у поезії Джакомо Леопарді (Українською)

[Osoblyvosti perekladu leksyko-semantychnykh struktur u poezii Dzhakomo Leopardi]

© Карпань О. О. [Karpan O. O.], olha.karpan@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

Матеріали і методи дослідження. У роботі використано текстуальний та компаративні методи. Джерельну базу дослідження становлять прижиттєві видання поезій Джакомо Леопарді, а також українські переклади і наукові дослідження, присвячені творчості поета.

Огляд наукової літератури. Українська та світова критика неодноразово зверталася до проблеми перекладу поезії Джакомо Леопарді. Серед зарубіжних дослідників вирізняються праці, що зосереджені на його філософських поглядах [8] та особливостях біографії поета [5]. Леопарді розглядають також у контексті італійського романтизму, зважаючи на його глибинні зв'язки зі світовою поетичною традицією [3]. Дослідженням його історико-політичних ідей присвячено низку праць [4], у яких наголошується, що, попри особисті трагедії та хвороби, поет виявляв гостру увагу до громадсько-політичних подій доби.

Особливої уваги заслуговують студії, у яких аналізується рецепція Леопарді в Україні. Зокрема, на це звертає увагу Олена Алексеєнко, яка у передмові до збірки «Поезії» (Київ, 1988) докладно розглядає ранні українські переклади канто Леопарді й акцентує на специфіці його філософського песимізму [1]. Григорій Кочур та Михайло Орест, відомі українські перекладачі, пропонували різні підходи до відтворення ритмомелодики й образної сфери Леопарді; порівняльний аналіз цих перекладів час від часу здійснюють сучасні дослідники, які звертають увагу на контекст історико-культурної доби, в якій постала необхідність перекладів [2].

Окремі аспекти перекладу поезії Леопарді на українську мову висвітлюються у працях, де наголошується на тому, що перекладачеві доводиться відтворювати не лише зміст, а й особливий ритм, інтонаційну гнучкість, загальний психологізм вірша. Крім того, підкреслюється брак усталених еквівалентів для багатьох лексичних одиниць, якими оперує Леопарді, що спонукає шукати компроміс між точністю та художньою адекватністю, намагаючись не втратити загальної колористики тексту.

Основний зміст. Поезія Джакомо Леопарді завжди привертала увагу дослідників багатовимірністю: у ній перетинаються мотиви самотності та екзистенційного відчаю, зіткані в єдине ціле з філософськими міркуваннями про

(Current issues in linguodidactics [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

The Peculiarities of Translating Lexico-Semantic Structures in Giacomo Leopardi's Poetry (in Ukrainian)

[Osoblyvosti perekladu leksyko-semantychnykh struktur u poezii Dzhakomo Leopardi]

© Karpan O. O. [Karpan O. O.], lolha.karpan@knu.ua

людську природу, смерть, свободу. Примітно, що складні морально-філософські питання поет висловлює через вільну й динамічну ритміко-мелодійну побудову, нехтування строгими канонами римування, а також через численні експерименти з інтонацією та синтаксичною організацією рядка.

Варто зауважити, що Леопарді народився в аристократичній, проте збіднілій родині, що проживала у Реканаті. Значна частина його юності минула в бібліотеці батька, де він самостійно вивчив грецьку, латину, іврит, англійську та французьку мови. Втім, попри виняткові інтелектуальні здібності, Леопарді страждав на фізичні хвороби, що унеможливлювали активне соціальне життя. Його перші тексти з'явилися ще на початку 1810-х років, а найбільшу славу здобули вірші зі збірки «*Canti*», видані 1831 року [6]. Ці твори можна вважати квінтесенцією його ліричного таланту.

Специфічною рисою «*Canti*» є своєрідний «прозорий» синтаксис, що поєднує відсутність яскравих метафор чи ускладнених фігур із водночас глибокою філософською наповненістю. У певних місцях бачимо ускладнену лексику, яка відбиває «підтекст» латиномовної культурної традиції чи давньогрецьких філософських ідей. Зокрема, у канто «*A se stesso*» («До себе самого») ліричний герой апелює до власного серця, змороженого життям і безнадією, використовуючи лексику з негативними конотаціями: «*perire*» («гинути», «зникати»), «*stanco*» («стомлений», «знесилений»), «*inganno*» («омана»). Ці слова часто фігурують у тексті з емоційно забарвленими епітетами, увиразнюючи песимістичний модус:

*Or poserai per sempre,
Stanco mio cor. Però l'inganno estremo,
Ch'eterno io mi credei.* [9, с. 125]

У перекладах Михайла Ореста та Григорія Кочура ми можемо спостерігати за різними семантичними рішеннями. Орест обирає варіант «вигасла остання омана», тоді як Кочур подає «щезла й ця омана». Хоча ці конструкції майже тотожні за змістом (зникнення оманливого уявлення), проте «вигасла» увиразнює образ згасання світла або вогню, тоді як «щезла» більш нейтральне за емоційним забарвленням. В обох перекладах відображається

(Актуальні питання лінгводидактики [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

Особливості перекладу лексико-семантичних структур у поезії Джакомо Леопарді (Українською)

[Osoblyvosti perekladu leksyko-semantychnykh struktur u poezii Dzhakomo Leopardi]

© Карпань О. О. [Karpan O. O.], olha.karpan@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

відчуття раптової втрати, що відповідає авторському задуму, але тональність рядків дещо відрізняється.

Лексико-семантичні структури в поетичних рядках Джакомо Леопарді не обмежуються лише негативно забарвленою лексикою. У багатьох можна спостерігати виразні ноти ностальгії, любові та мрії про «втрачену» або «прекрасну» природу. При цьому доволі часто вдається до порушення суворої метрики та ритміки. Також спостерігаємо в оригінальних творах раптові паузи, переноси та брак стабільної системи рим. Саме це може ускладнити роботу перекладача, адже недостатньо відтворити значення слів; треба знайти прийоми, щоб передати ритмічну плавність (або, навпаки, «зламаність») оригіналу.

Прикладом може слугувати аналіз таких лексем, як «*stanco*», «*perire*» чи «*caro*», які, залежно від контексту, набувають ширших значень. «*Stanco*», крім безпосереднього «стомлений», містить відтінок надзвичайної моральної втоми. «*Perire*» в оригіналі набирає містичного забарвлення, позначаючи не просто «зникати», а «гинути» у трагічному сенсі. «*Caro*» (буквально «любий», «милий»), ужите щодо оман, може містити іронічний підтекст, відбиваючи стани свідомості ліричного героя, що визнає свою «прив'язаність» до помилкових надій.

Варто також зазначити, що проблема перекладу віршованих творів досить залишається недостатньо вивченою, бо поезія повинна розглядатися різнопланово. Адже неможливо перекласти вірш, не втрачаючи якості якогось аспекту на користь іншого. Так як і не можна дослівно передати сенс, не зруйнувавши вид, так і неможливо зберегти суть, покладаючись лише на риму [2].

Отримані результати, їх обговорення. Проведений аналіз тексту канто «*A se stesso*» показав, що на лексичному рівні саме переклад Михайла Ореста більшою мірою «зберігає» зміст, тоді як переклад Григорія Кочура певною мірою віддає перевагу формальній стороні – ритмічно-інтонаційним особливостям. Наприклад, у перекладі Ореста використано лексику з більш образним забарвленням, яка близька до оригінальних італійських слів, тоді як Кочур інколи переходить на більш лаконічні вислови, що краще вписуються у

(Current issues in linguodidactics [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

The Peculiarities of Translating Lexico-Semantic Structures in Giacomo Leopardi's Poetry (in Ukrainian)

[Osoblyvosti perekladu leksyko-semantychnykh struktur u poezii Dzhakomo Leopardi]

© Karpan O. O. [Karpan O. O.], lolha.karpan@knu.ua

визначений ритм. Відповідно зміщуються акценти: у перекладі Ореста читач сильніше відчуває трагізм, у Кочура – загальний стан спустошення та відчаю.

Найскладнішим завданням у перекладі Леопарді лишається відтворення його «поетичної мелодики». Навіть попри відсутність чітких ритміко-метричних канонів, його вірші сповнені внутрішньою музикою, що походить із поєднання пауз, переносів та змішаних розмірів. Для сучасного перекладача, який працює з українською мовою, це означає необхідність балансувати між традиційними вішовими розмірами (ямб, хорей, амфібрахій, анапест) та «вільним» верлібровим стилем. Унаслідок цього, як свідчать переклади ХХ століття, часто практикують «напіввільний» вірш, де зберігаються окремі метричні елементи оригіналу, проте допускаються відхилення задля виразності, для адаптації українського читача.

Ще один момент, який варто враховувати, – філософська складова поезії Леопарді. Вона не обходиться простим песимізмом, а включає уявлення про «велику природу» як байдужу до людських страждань силу, про нездоланність часу та минуцість усього земного, а також про неможливість віднайти повноцінне щастя в реальному світі. Перекладач повинен знайти адекватні еквіваленти для термінів і фраз, що вказують на ці концепти. Такі слова, як «*speranza*» («надія»), «*desiderio*» («бажання»), «*natura*» («природа»), у Леопарді часто набувають розширених значень, що охоплюють цілий спектр асоціацій із попередньою філософською традицією. Будь-який відступ від оригінального змісту (підміна «знищена надія» чи ослаблення понять «втома» чи «відчай») може призвести до втрати смислової напруги.

Обговорюючи результати проведеного аналізу, слід підкреслити, що студії про переклади Леопарді є яскравим прикладом того, наскільки тісно перекладений текст залежить від розуміння авторської картини світу. Поряд із технічною майстерністю (добір лексики, збереження ритму) перекладачеві варто спиратися на знання філософського та культурно-історичного тла, яке пронизує творчість Леопарді. Адже саме там криються джерела його «поетичного песимізму» й особливої духовної настроєності, що вирізняє його вірші серед аналогічних творів доби романтизму.

(Актуальні питання лінгводидактики [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

Особливості перекладу лексико-семантичних структур у поезії Джакомо Леопарді (Українською)

[Osoblyvosti perekladu leksyko-semantychnykh struktur u poezii Dzhakomo Leopardi]

© Карпань О. О. [Karpan O. O.], olha.karpan@knu.ua

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

Висновки дослідження. Отже, дослідження особливостей перекладу лексико-семантичних структур у поезії Джакомо Леопарді дало змогу сформулювати кілька висновків. Передусім було виявлено, що перекладати Леопарді надзвичайно складно через його специфічну лексику, гнучку ритмічну побудову та філософську насиченість. Кожне слово, фраза чи синтаксичний зворот можуть нести додаткове «нашарування» смислів, зумовлене як особистим світоглядом поета, так і культурно-історичним тлом Італії XIX століття.

Аналіз засвідчив, що переклади М. Ореста й Г. Кочура, хоч і близькі за загальними параметрами, продемонстрували різні рішення в частині лексико-семантичних відповідників. Орест схильний до збереження філософської глибини та експресивності, тоді як Кочур інколи акцентує формальну побудову вірша. Повної тотожності з оригіналом досягти неможливо, проте такий порівняльний аналіз дає підстави говорити, що кожна з перекладацьких стратегій має свої переваги й недоліки.

Важливим аспектом виявилася обставина, що лексико-семантичні структури Леопарді часто не мають прямих ідентичних еквівалентів в українській мові. Перекладачі змушені вдаватися до перифраз або компенсації, аби не втратити ключових елементів смислу. Окрім того, особливості синтаксису, його демонстративна «дисгармонія», потребують урахування, щоб зберегти у перекладі ту саму «зламану» ритміку оригіналу, що відображає внутрішній стан ліричного героя.

Перспективи подальших наукових розвідок. У майбутніх дослідженнях доречно загострити аналіз методів перекладу поезії Леопарді, зокрема зосередившись на функціонуванні філософської та міфопоетичної лексики у різних перекладах. Також значний інтерес становить зіставлення сучасних перекладів ХХІ століття з класичними перекладами Ореста й Кочура, що дозволить простежити, як еволюціонував підхід до збереження семантики та ритмічної структури.

Крім того, зі збільшенням можливостей цифрових ресурсів і корпусів текстів з'являються нові методи комп'ютерного аналізу, які можуть допомогти виявити закономірності перекладної лексики та порівняти різні перекладацькі

(Current issues in linguodidactics [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

The Peculiarities of Translating Lexico-Semantic Structures in Giacomo Leopardi's Poetry (in Ukrainian)

[Osoblyvosti perekladu leksyko-semantychnykh struktur u poezii Dzhakomo Leopardi]

© Karpan O. O. [Karpan O. O.], lolha.karpan@knu.ua

стратегії на значних масивах даних. Це стане в пригоді як для поглиблення теорії перекладу, так і для практичної діяльності перекладачів.

Література:

1. Алексеєнко, О. (1988). Світ поезії Джакомо Леопарді. У Джакомо Леопарді. *Поезії* (с. 5–32). Київ: Дніпро.
2. Івлева, О. (2025). Світ Джакомо Леопарді в інтерпретації перекладачів. *Маріупольський молодіжний науковий форум: традиційні й новітні аспекти дослідження і викладання іноземних мов і літератури*. Дата звернення 18 січня 2025. Retrieved from <https://mu.edu.ua/storage/MSU/pages/conferences/2021/>
3. Bellucci, N. G. (1996). *Leopardi e i contemporanei: testimonianze dall'Italia e dall'Europa in vita e in morte del poeta*. Firenze: Ponte alle Grazie.
4. Blasucci, L. (1985). *Leopardi e i segnali dell'infinito*. Bologna: Mulino.
5. *Il pensiero storico e politico di Giacomo Leopardi*. (1989). Firenze: Olschki.
6. Jonard, N. (1977). *Giacomo Leopardi: essai de biographie intellectuelle*. Paris: Les Belles Lettres.
7. Leopardi, G. (1974). *Canti. Edizione di riferimento*. Milano: Rizzoli.
8. Solmi, S. (1975). *Studi e nuovi studi leopardiani*. Napoli: Riccardo Ricciardi.

Джерела ілюстративного матеріалу

9. Leopardi, G. (1974). *Canti. Edizione di riferimento* (p. 125). Milano: Rizzoli.

References

1. Aleksienko, O. (1988). *Svit poezii Dzhakomo Leopardi*. U Dzhakomo Leopardi. *Poezii* (s. 5–32). Kyiv: Dnipro.
2. Ivleva, O. (2025). *Svit Dzhakomo Leopardi v interpretatsii perekkladachiv. Mariupolskyi molodizhnyi naukovyi forum: tradytsiini y novitni aspekty doslidzhennia i vykladannia inozemnykh mov i literatury*. Data zvernennia 18 sichnia 2025. Retrieved from <https://mu.edu.ua/storage/MSU/pages/conferences/2021/>
3. Bellucci, N. G. (1996). *Leopardi e i contemporanei: testimonianze dall'Italia e dall'Europa in vita e in morte del poeta*. Firenze: Ponte alle Grazie.
4. Blasucci, L. (1985). *Leopardi e i segnali dell'infinito*. Bologna: Mulino.
5. *Il pensiero storico e politico di Giacomo Leopardi*. (1989). Firenze: Olschki.
6. Jonard, N. (1977). *Giacomo Leopardi: essai de biographie intellectuelle*. Paris: Les Belles Lettres.
7. Leopardi, G. (1974). *Canti. Edizione di riferimento*. Milano: Rizzoli.
8. Solmi, S. (1975). *Studi e nuovi studi leopardiani*. Napoli: Riccardo Ricciardi.
9. Leopardi, G. (1974). *Canti. Edizione di riferimento* (p. 125). Milano: Rizzoli.

(Актуальні питання лінгводидактики [Aktual'ni pytannja lingvodydaktyky])

Особливості перекладу лексико-семантичних структур у поезії Джакомо Леопарді (Українською)

[Osoblyvosti perekladu leksyko-semantychnykh struktur u poezii Dzhakomo Leopardi]

© Карпань О. О. [Karpan O. O.], olha.karpan@knu.ua

МАЙСТЕРНЯ ПЕРЕКЛАДАЧА [TRANSLATOR'S WORKSHOP]

Кандидат філологічних наук, доцент Ірина Ломакіна. Переспіви українською мовою творів аргентинського фольклору з репертуару Альфредо Абалоса [PhD (in Philology), Associate Professor Lomakina I. Ukrainian adaptations of Argentine folklore works from the repertoire of Alfredo Abalos]

Альфредо Абалос – один із найкращих виконавців пісень аргентинського фольклору, співак і перкусіоніст. Його голос і техніка виконання вважаються унікальними. Він жив у місті Сантьяго дель Естеро, що є центром фольклорної творчості Аргентини. Митець був закоханий у пейзажі, традиції і моральні цінності цього регіону. Він майстерно підбирав свій репертуар, і після його виконання вже не було надії заспівати цю композицію, краще. Всі його троє дітей стали талановитими музикантами.

Переспів – це переклад пісенного твору, що можна проспівати під музичний акомпанемент оригіналу. На відміну від дослівного перекладу переспів є новим самостійним текстом. Він не завжди передає зміст кожного речення пісні, але обов'язково має передавати її загальний настрій і суть та співпадати з музикальним малюнком.

Переспів чакарери «Te digo, chacarera».

Мов вічність я сховаюсь
В каміння на дорозі
Нехай біда шукає,
Бо знайти буде не в змозі.

Мотивом хочу бути,
Що бідний заспіває.
Пелюстки розгорнути туди,
Де сонечко сяє.

Про відстань я все знаю
Далечінь розставання,
Що потім вмить зникає
Як спогади про кохання.

*Душа моя темніє
Нічним шляхом прямую
У пошуках надії,
Що чакарера дарує.*

Шукаю твої очі,
Без них сліпою стану
І тінню серед ночі
У твоїх зорях розтану.

Хоч доля так підступно
Стерла наші надії,
В усіх життях наступних
Тебе кохати я мрію.

Мое світло надії
Гасне кожної миті,
І разом пекло й вирій
Мене оточують й кличуть.

«Te digo, chacarera»

Музика: Мартін Абалос Сантільян. Слова: Феліпе Рохас.

Quisiera ser el tiempo
que se mete en las piedras.
Saber que las tritezas
me buscan y no me encuentran.

Quisiera ser la copla
de algún pobre que canta.
Brotar de los senderos
con gustos a sol y vidalas.

Yo se de la distancia
que se achica y agranda.
Parecen los recuerdos
de algún amor de la banda.

*Te digo chacarera
que oscura tengo el alma.
Camino por las noches
buscando alguna esperanza.*

Me voy hacia tus ojos
sin ellas ya no veo.
Sin ellos soy la sombra
que persigue tus destellos.

No culpes al destino
de borrar nuestros sueños.
Tendremos otra vida
para volver a querernos.

La luz que me sostiene
cada día se aleja.
El cielo y el infierno
me nombran y me rodean.

Переспів чакарери «Por ella».

З тобою я знайшла любов,
Що щастя не дала мені,
Згоріли у її вогні
Всі мрії невинні.

Собі нічого не прошу,
Кохання – то тобі мій дар.
Як сонце, що вийшло з-за хмар,
Щоб світло віддати.

З тобою зрозуміла я
Самотності жорстоку мить,
Коли у серці біль дзвенить,
Чекати вже пізно.

*Заплющу очі завтра я
І тебе буду забувати,
А вчора, щоб урятувати,
З'явилася пісня.*

З тобою я пережила
Безмежний пристрасті політ
І в прірві болі та журби
Години палали.

З тобою в голосі тремтів
Страх втратити твою любов.
І вечір, коли ти пішов,
В сльозах моїх танув.

Я знаю, якось попри все,

Знайду кохання я своє,
І щастя десь у світі є
Таке, як шукаю.

«Por ella» Музика: Сантьяго Абалос Сантільян. Слова: Феліпе Рохас.

Por ella conocí el amor
que no fue bueno para mí
Con ella se apuraba el fin
de mis inocencias.

Supé que el amor es dar
y nunca esperar recibir
Amar es como el Sol de aquí
que sale y se entrega.

Por ella comprendí mejor
los tiempos de la soledad
Hablando con mi corazón
sufría la espera.
*Mañana lo tendré que hacer
cerrar los ojos y olvidar
Ayer me vino a consolar
esta chacarera.*

Con ella comencé a vivir
la furia de una gran pasión
Era el abismo de un dolor
quemando mis años

Con ella me tembló en la voz
el miedo de perder su amor
El día que me dijo adiós
se fue con mi llanto

Yo sé qué alguna vez habrá
amores y felicidad
¿Quién sabe dónde se ha de hallar
lo que ando buscando?

Переспів самби «La Luna en tu pelo».

СВІТИТЬ В ТВОЄМУ ВОЛОССІ

Місяця ніжна перлінка
На тій вулиці тихій
Де надії зростали
І залишилась рідна хатина...
Старі мрії укрила
Твоїх мандрів хмаринка
Пелюстками у тім саду.

Спогадів скарби безцінні
В скриньку ретельно поклала
Колючками соломи
Нерозчесані стріхи,
І краплини, що з даху упали.
На самотнім подвір'ї
Пустоту коливає
Крісло діда в густій траві.

*Юності далекої роки вже пройшли
Ти прийшла до хатини
Місяць сіє перлини
Ніби час на твоєму волоссі.
І у вуглику серця
Тихий стогін зірветься
Ностальгією давніх днів.*

Смутку далекі пейзажі
В твоїх очах збереглися.
У полів різнотрав'ї
З ароматом дитинства
Твої стежки навіки зійшлися.
Золотистим натхненням
Мрії, що не здійснились,
Ти залишила назавжди.

Де вишивана колиска
Шлях повернувся додому
Там, де падає листя,
Де прозоре джерельце
Вдалечінь унесе твою втому,
І зіркові дзвіночки
Грають пісню знайому
І чекають лише тебе.

«La Luna en tu pelo». Музыка і слова: Оскар Вальєс.

Un pedacito de luna,
Ha florecido en tu pelo
De retorno a la calle,
Que dejaste en tu pueblo.
Transitada de viejos anhelos
Una nube viajera,
Ha nublado los sueños
Deshojados de tu jardin.
Todas las cosas, quedaron
En el atril del recuerdo
Hilachitas de adobe,
Despeinando el alero
Con goteras de lluvia en los techos
Y en el patio de tierra,
El sillón del abuelo
Amacando la soledad.

*Años de lejana juventud, ausente
Al volver a tu cuna,
pedacitos de luna
Han sembrado de tiempo tu pelo
Y añorando al pasado,
Hay un llanto guardado,
Al rescoldo del corazón.*

Hay un paisaje en tus ojos
Dolor de antigua nostalgia
Senderitos pintados
de romero y retama
Por el campo
aromando a tu infancia
A los sueños maternos,
Ilusiones doradas
na tarde dijiste adios.

Por eso has vuelto a tu pueblo
Cuna de amores bordada
Al rumor del arroyo,
Reflejando tu cara
Y a las hojas cayendo en el agua
Un cencerro de estrellas,
Tiritando en la escarcha
Te esperaba con su canción.

Переклади українською уривків з роману**«Знедолені» Віктора Гюго**

[Ukrainian translation of excerpts from the novel «Les Misérables» by Victor Hugo]

під керівництвом *Н. В. Миронові*, кандидата філологічних наук, доцента факультету германської філології і перекладу Київського національного лінгвістичного університету

[under the supervision of *N. V. Myronova*, PhD in Philology, Associate Professor at the Faculty of Germanic Philology and Translation, Kyiv National Linguistic University]

Переклад виконаний студентами групи Па 17-22

факультету германської філології і перекладу

Київського національного лінгвістичного університету

в рамках самостійної роботи

з дисципліни «Пропедевтичний курс перекладу французької художньої літератури українською мовою»

КОЗЕТТА

Віктор Гюго

уривки з роману «Знедолені»

ДВІ МАТЕРІ

У 1818 році в Монфермеї, поблизу Парижа, була маленька корчма, якої зараз вже немає. Ця корчма належала людям відомим як Тенардсь.

Одного весняного вечора жінка сиділа на порозі корчми. Поруч грали дві маленькі дівчинки. Мати співала. Раптом вона почула голос, що дуже близько до її вуха мовив: — У вас чудові дві дівчинки, пані.

Вона повернула голову і побачила недалеко від себе молоду жінку з малям на руках. Дитина, маленька дівчинка двох або трьох років, була в красивій синій сукні та мереживній шапочці, вона була рожевощокою, здоровою і спала глибоким сном. Мати на вигляд ще молода, але сумна й бідно одягнена.

Жінка, що сиділа на порозі корчми, подякувала матері дитини за добрі слова, запросила її сісти на лавці поруч, і обидві почали розмову.

— Мене звать пані Тенардсь, — сказала мати двох маленьких дівчаток. — Це наша корчма. А ви, пані, звідки?

Подорожня розповіла свою історію. Її звали Фантін. Вона була робітницею; її чоловік помер; у Парижі не було роботи, і вона поверталася в рідний край; вона покинула Париж, йшла звідти пішки; вона була втомлена від несення дитини, тому, як помітила екіпаж у

Вільмомблі, сіла в нього; відтак вона йшла до Монфермею пішки. Дівчинка трохи походила, але не дуже довго, і заснула в її обіймах.

Молода жінка поцілувала свою доньку, яка прокинулася і засміялася. Пані Тенардье покликкала своїх дівчаток і сказала:

— Розважайтеся разом.

Через хвилину маленькі Тенардье грали з новоприбулою, роблячи отвори у землі. Ця новоприбула була дуже веселою. Вона взяла шматок дерева, щоб енергійно рити ямку, придатну хіба що для мухи. Обидві жінки продовжували розмову.

— Як звать вашу маленьку?

— Козетта.

— Скільки їй років?

— Три роки.

— Як моїй старшій.

Тим часом три маленькі дівчинки весело грали.

— Діти! — вигукнула пані Тенардье, — ось вони грають, мов три сестри! Як швидко вони знайомляться!

Мати Козетти взяла за руку пані Тенардье, довго на неї дивилася і сказала:

— Чи не хочете ви залишити мою доньку у себе?

Пані Тенардье стрепенулась. Мати Козетти продовжила:

— Розумієте, я не можу забрати свою доньку з собою. Робота у цьому заважає. З дитиною важко знайти роботу. Побачивши ваших чарівних, доглянутих дівчат такими щасливими, я подумала: ось гарна мати... Я не буду довго відсутня. Чи не хочете ви залишити мою доньку у себе?

— Я справді не знаю...

— Я платила б шість франків на місяць.

Тут голос чоловіка закричав через вікно корчми:

— Не менше семи франків. І шість місяців передоплатою.

— Шість разів сім — сорок два, — сказала пані Тенардье.

— Я заплачу, — сказала мати, — у мене є вісімдесят франків. Я маю достатньо грошей, щоб пішки повернутися у своє місто. Я зароблю гроші там, і як тільки накопичу трохи, повернуся за своєю донькою.

Чоловічий голос знову заговорив:

— Чи є для дівчинки достатньо суконь та білизни?

— Це мій чоловік, — сказала пані Тенардье.

— Звичайно! Вона має все, що їй потрібно. Білизну та шовкові сукні, як у леді. Вони тут, у моїй сумці, — відповіла мати.

— Їх потрібно буде віддати, — сказав чоловічий голос.

— Безперечно, я їх віддам! Я не залишу свою доньку без одягу!

Пан Тенардье вийшов з корчми.

— Гарзд, — сказав він.

Угода була укладена. Мати віддала гроші, провела ніч у корчмі і наступного ранку вирушила, сподіваючись скоро повернутися.

Сусідка Тенардье зустріла цю жінку, коли та виходила, і повернулася, кажучи:

— Я тільки що побачила жінку, яка плакала на вулиці.

Коли мати Козетти вирушила, пан Тенардье сказав своїй дружині:

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

— Вона прийшла вчасно! Нам дуже бракувало грошей.

У ТЕНАРДЬЄ

Ті, хто взяли маленьку Козетту — сімейство Тенардье — залишались загадкою для усіх у селі. Ніхто не знав, ким вони справді були. Батько Тенардье, маленький, худорлявий і хитроокий, казав, що був солдатом. Але чи це була правда — невідомо. Пані Тенардье, груба та плаксива жінка, любила лише своїх двох дочок, Епоніну, старшу, і Азельму, молодшу. Незважаючи на їхню хитрість і жадібність, Тенардье були бідними. Їхня корчма переживала скрутні часи. Саме у той момент, коли Козетта потрапила до їхнього дому, вони дуже потребували грошей. Сорок два франки від бідної матері врятували від боргів батька Тенардье. Проте вже наступного місяця Тенардье знову потребували грошей. Жінка відправила до Парижу одяг Козетти і продала його за шістьдесят франків. Як тільки ці гроші закінчились, Тенардье почали ставитись до Козетти як до дитини, яку вберегли з милосердя. Оскільки вже було продано її сукні, її одягали в старі спідниці і сорочки Тенардьевих дочок. Її годували трохи краще, ніж собаку, але трохи гірше, ніж kota. Кішка та собака були її товаришами по столу. Козетта їла з ними під столом з дерев'яної миски.

Мати Козетти писала щомісяця, щоб дізнатися про свою дитину. Кожного разу Тенардье відповідали: "У Козетти все добре."

Після шести місяців мати відправила сім франків за сьомий місяць і продовжувала відправляти гроші щомісяця. Рік ще не завершився, як Тенардье сказав: "Сім франків на місяць — мало!" і написав, вимагаючи дванадцять франків.

Мати Тенардье любила своїх дочок, але не любила Козетту.

Ця жінка дарувала усі ніжності Епоніні та Азельмі, а всі удари потрапляли на маленьку чужинку. Тенардье була жорстокою з Козеттою, і її дочки були так само жорстокими.

Роки минали один за одним.

У селі говорили: "Ці Тенардье — порядні люди. Вони не багаті, але виховують бідненьку дитину, яку хтось покинув" — думали, що мати забула про Козетту.

Дитина зростала, але із нею зростала і її біда. В п'ять років вона стала прислугою в домі.

Козетті доручали ходити на закупи, підмітати кімнати, двір, вулицю, мити посуд.

Тим часом мати Козетти почала гірше платити. Тоді Тенардье стали ще жорстокішими до дитини.

Взимку малу дівчинку, якій ще не виповнилось шести років, можна було помітити за підмітанням вулиці перед світанком, з великою мітлою у своїх маленьких червоних руках і сльозою в її великих очах. Сусіди Тенардье називали її «жайворонком»: вона була не більшою за пташку, і кожного ранку прокидалася першою. Тільки бідний жайворонок ніколи не співав.

(переклад з французької *Анни ПАХОЛОК*)

МАТИ КОЗЕТТИ

Де була ця мати, яка покинула свою дитину? Що вона робила?

Вона залишила Козетту у Тенардье, а потім продовжила свій шлях і прибула до Монтрей-сюр-Мер. Це було маленьке місто з одним заводом. Фантіна представилася там і увійшла до жіночого цеху. Коли вона побачила, що заробляє достатньо грошей для життя, вона була дуже щаслива. Вона орендувала невелику кімнату і меблювала її в кредит. Вона точно платила Тенардье. Фантіна була в цьому заводі вже понад рік, коли одного ранку наглядачка сказала їй, що для неї більше немає роботи, виплатила їй п'ятдесят франків і наказала покинути цех.

Саме в цей момент Тенардье попросили у неї дванадцять франків замість семи.

Фантіна не знала, що робити. Вона не могла покинути країну, щоб шукати роботу в іншому місті. Вона ще не сплатила за меблі, які купила в кредит. Вона промовила декілька благальних слів, але наглядачка її не послухала.

Бідна Фантіна покинула цех і повернулася до своєї кімнати. Вона не втратила мужності і почала шукати роботу. Вона пропонувала себе як служниця у країні; вона ходила з дому в дім. Ніхто не хотів її приймати. Тоді вона почала шити товсті сорочки для солдатів. Вона заробляла дванадцять франків на день... Її донька коштувала їй десять.

Саме в цей момент вона почала погано платити Тенардье. Фантіна навчилася жити в бідності. Вона абсолютно обходилася без вогню взимку, навчилася робити з свого плаття ковдру і з ковдри своє плаття. Вона спала п'ять годин і працювала весь час на своєму шитті, і заробляла на своє життя.

Вона подумала про те, щоб привезти свою доньку, але вона боргувала Тенардье. І подорож! Як це оплатити?

Фантіна втратила свою роботу наприкінці зими, трохи кашляла; її невеликий сухий кашель збільшився навесні. Влітку їй стало краще. Літо пройшло, і знову прийшла зима. Короткі дні, менше роботи! Фантіна заробляла занадто мало. Її борги зрости.

Тенардье, погано оплачені, писали до неї постійно. Одного разу вона отримала листа від Тенардье: "Козетта хвора. Потрібні дорогі ліки. Ми більше не можемо їх оплатити. Якщо ви не надсилаєте нам сорок франків, дитина помре".

Фантіна обожнювала свою дитину. Увечері вона заходила до перукаря, який жив на кутку вулиці, зняла свою гребеню. Її красиві блондинисті волосся спадали до пояса.

— Красиве волосся? — закричав перукар.

— Ви хочете їх купити?

— Так!

— Обріжте їх!

Вона надіслала сорок франків до Монфермей. Це була хитрість Тенардье, щоб отримати гроші. Козетта не була хвора.

Фантіна залишила свою маленьку камеру на другому поверсі за чердаком. У неї не було більше білизни. Ночами плакала, обдумувала. Вона часто кашляла. Вона шила сімнадцять годин на день.

Одного разу вона впала непритомна на вулицю. Один чоловік, на ім'я батько Мадлен, поніс її до лікарні.

БАТЬКО МАДЛЕН

Хто був цей батько Мадлен?

Один-два роки до приїзду Фантіни в Монтрей-сюр-Мер, невідомий чоловік прибув у місто. Він прибув з малою кількістю грошей, в його одязі та мові були ознаки робітника. Того самого дня, коли він увійшов у маленьке місто в один вечір у грудні, з рюкзаком на спині та палицею в руці, велика пожежа спалахнула в будинку; цей чоловік кинувся у вогонь і врятував двох дітей. Після цього відомо було його ім'я; його звали батько Мадлен.

Батько Мадлен був п'ятдесяти років. В нього було сиве волосся, серйозний погляд. Він жив самотньо, багато працював, обідав з книгою перед собою. Його єдине задоволення — гуляти по полях. Діти дуже його любили, тому що він вмів робити гарні речі з соломи та горіхів. Він допомагав усім, хто потребував його допомоги.

Люди з поганими намірами казали: "Він, мабуть, багатий, він дає занадто багато грошей бідним, у нього, мабуть, два—три мільйони!". Насправді в нього не було великого багатства

(переклад з французької Анастасії ЗАЄЦЬ)

(Майстерня перекладача [Majsternja perekladacha])

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>**ФАНТИНА У ЛІКАРНІ**

Фантіна, доставлену до лікарні, ковзала в гарячці протягом всієї ночі. Коли настав ранок, вона заснула. Наступного дня Фантіна прокинулася близько обіду. Батько Мадлен був в лікарні вже годину, коли Фантіна відкрила очі. Вона побачила його і запитала: — Що ви тут робите? Батько Мадлен взяв її за руку і відповів: — Як ви себе почуваєте? — Добре, я спала, — сказала вона. Батько Мадлен провів ніч та ранок, дізнавшись всю історію Фантіни, дізнавшись, що у неї є дитина. Він знаходив, що Фантіна боргує Тенардье сто франків. Він вже відправив їм гроші та написав листа, в якому вимагав відвезти дитину в Монтрей-сюр-Мер негайно. Він розповів це матері, і Фантіна посміхнулася щасливо.

Однак Фантіна не одужувала і залишалася в лікарні. Батько Мадлен відвідував її двічі на день, і кожного разу вона запитувала: — Чи побачу я скоро Козетту? Він відповідав: — Можливо, завтра вранці. І блідий обличчя матері світилося посмішкою. — О, — казала вона, — як я буду щаслива! Дні минули, і з кожним тижнем хвороба Фантіни ставала серйознішою. Одного дня батько Мадлен сказав лікарєві: — Ну, як? — Чи не має в неї дитини, яку вона хоче побачити? — сказав лікар. — Так. — Ну, поспішайте, щоб привезти її. Тенардье, однак, не хотіли відправляти дитину. Коли вони отримали сто франків від батька Мадлена, чоловік сказав своїй дружині: — Фантіна стає багата, не відпускаймо дитину, вона ще принесе нам гроші. Отже, одного дня батько Мадлен сказав Фантіні: — Я відправлю когось за Козеттою, якщо треба, я сам піду. Він написав за диктуванням Фантіни цей лист, який вона підписала: "Месьє Тенардье. Віддайте Козетту тому, хто пред'явнику цього листи. Вам покрийуть усі дрібні витрати. Я маю честь вас вітати. Фантіна."

Через кілька днів, не побачивши свою дитину, Фантіна померла в лікарні.

ВОДА – РІДКІСНЕ ЯВИЩЕ У МОНФЕРМЕЙ

У 1823 році Монфермей був лише селом в лісі. Це було спокійне місце, де можна було дешево жити. Однак вода була рідкою через високий рівень плато. Її доводилося далеко переносити. Край села, який оточував церкву, мав доступ до води лише з невеликого джерела в лісі, за п'ятнадцять хвилин від Монфермею.

Тенардье жили в цьому кварталі; чоловік щодня приносив їм воду з джерела, але він працював лише до сьомої години вечора влітку та до п'яти годин взимку. Козетта у родині Тенардье виконувала обов'язки служниці. Ввечері, якщо вода закінчувалася, вона сама йшла за нею. Дитина боялася йти в ліс вночі, тому вона завжди дбала, щоб вдома не бракувало води.

Але того вечора в таверні з'явилося четверо нових мандрівників. Козетта сиділа на своєму звичайному місці під столом у кухні. У неї були босі ноги в дерев'яних чоботях, і вона в'язала під світло вогню вовняні шкарпетки для маленьких Тенардье. Козетта зі скорботою думала, що стало темно, дуже темно, що вона наповнила горщики і кувшини на вулиці, і говорила: — Темно, як у пічці. Треба бути котом, щоб йти на вулицю без ліхтаря. — І Козетта почала тремтіти. Несподівано чоловік, який тільки що прийшов в таверну, увійшов у кухню і сказав: — Моєму коневі не дали пити. Козетта вилізла з-під столу. — О ні, мій пане! — відповіла вона, — кінь пив. Він пив із відра. Я йому давала пити. — Я кажу, він не пив! Козетта знову зізла під стіл. — Так, так, — сказала Тенардье, — якщо ця тварина не пила, її треба напоїти. Де Козетта? Вона нахилилася і побачила Козетту під столом. — Піди сюди! — закричала Тенардье, — понеси води цьому коневі. — Але, мадам, — сказала Козетта, — води вже немає вдома.

— Так добре, йди за водою з джерела, — і Тенардье відчинила широко двері на вулицю.

Потім вона взяла з ящика п'ятнадцять су і дала Козетті. — «По дорозі ти купиш хліба від пекаря.» У Козетті була маленька кишенька з боку на фартушку; вона взяла гроші і поклала їх туди. Потім вона залишилася непорушною, тримаючи в руці відро, з відкритими дверима перед нею.

(переклад з французької Анастасії КЛИМЕНКО)

ЛЯЛЬКА

У маленькому селі було кілька магазинів. Вони були просвітлені. Перед дверима корчми Тенардье був магазин іграшок. Купець поставив у першому ряду виставки велику ляльку в рожевій сукні із золотими колосками на голові. У неї було справжнє волосся та порцелянові очі. Залишилися всі діти села цілий день перед вікном і дивилися на цю ляльку. Дочки Тенардье, Епоніна й Азельма годинами провели перед магазином. Наважилася і Козетта подивіться на ляльку, але вона ще не бачила її зблизька. Коли вона залишила будинок, з відром у руці, вона зупинилася перед магазином. Вона не могла більше рухатися, вона подумала: яка вона, мабуть, щаслива, ця лялька!

Перед нею була радість, багатство, щастя. Козетта забула про доручення, про своє відро, про темну ніч, що оточувала її. Раптом різкий голос Тенардье повернув її до реальності.

— Що, ти не пішла... Стривай! Я йду до тебе, маленьке чудовисько! Тенардье глянула на вулицю й побачив Козетту перед магазином.

Козетта побігла з відром у руці. Вона більше не дивилася ні на одну вітрину купця. У провулку Буланже і до церкви магазини освітлювали шлях, але незабаром останнє світло зникло. Бідна дитина опинилася в п'ятні. На вулицях уже нікого не було, але вона спокійно продовжувала свій шлях сміливо, поки були будинки. Дійшовши до останньої хати, вона поставила відро на землю. Це був уже не Монфермей. Це були поля і темна ніч. Вона боялася тварин, привидів, дерев. Тож вона знову взяла відро.

— Добре! вона сказала, я їй скажу, що води більше не було! І вона увійшла Монфермей. Вона не пройшла й ста кроків, як зупинилася. Тепер вона боялася Тенардье. Що робити? Куди йти? перед нею ніч, за нею Тенардье. вона повернулася до джерела і почала тікати. Вона вийшла з села, увійшла в ліс, їй хотілося плакати. Від узлісся до джерела Козетта знала дорогу. Було дуже темно, але вона не заблукала. Прийшовши до джерела, вона занурила відро у воду. Поки вона нахилилась, вона не помітила, що монета в п'ятнадцять франків впала в джерело. Зняла майже повне відро й поставила на траву. Вона так втомилася, що впала поруч з відром. Вона заплющила очі, потім відкрила їх. Дув холодний вітер. Деревина була чорна. Вона хотіла втекти, підбігти до освітлених вікон, але погляд її зупинився на відрі, яке було перед нею, і вона не наважувалася втекти без відра з водою. Вона хапалася за ручку двома руками. Зробила так кроків з десяток, але відро повне, важке, їй довелося зупинитися. Після кількох секунд відпочинку вона знову вирушила в дорогу. Вона йшла дуже повільною. Вона дуже втомилася і ще не вийшла з лісу. Бідна дівчинка почала плакати. У цей момент вона відчула, що відро вже не важке. Рука, яка їй здалася величезною, взяла за ручку і піднімав відро. Дівчина підняла голову. Поруч йшов чоловік її. Козетта не боялася.

НЕЗНАЙОМЕЦЬ

Чоловік заговорив глибоким голосом.

— Дитя, це відро заважке для тебе.

Козетта відповіла:

— Так, месє.

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

— Дай-но, я допоможу донести, скільки тобі років?

— Вісім, месє.

— А звідки ти йдеш?

— Від джерела, що в лісі.

— А чи далеко ще йти?

— Звідси — чверть години.

Чоловік запитав її:

— А де твоя мама?

— Не знаю, — відповіла дівчинка. Не думаю, що вона в мене є. В інших дітей є матері. А в мене немає.

Чоловік зупинився, поставив відро на землю, поклав обидві руки дівчинці на плечі, щоб краще роздивитися її в темряві.

— Як тебе звати ? — запитав він.

— Козетта.

Чоловік прибрав руки з плечей Козетти, взяв відро й знову пішов.

Через мить він запитав:

— Де ти живеш, малеча?

— У Монфермеї.

— Туди ми йдемо?

— Так, месє.

— Хто послав тебе о такій годині за водою в ліс?

— Мадам Тенардьє.

— А ця мадам Тенардьє, чим вона займається?

— Вона тримає корчму.

— Корчма? Ну що ж, я збираюся переночувати в її корчмі. Проведи мене.

— Ну пішли, — сказала дитина.

Чоловік йшов швидко, Козетта — за ним. Вона більше не відчувала втоми. Час від часу вона дивилася на цього чоловіка.

Через кілька хвилин чоловік запитав:

— Хіба в мадам Тенардьє немає служниці?

— Ні, месє.

— Ти там єдина дитина?

— Є ще дві дівчинки.

— Що за дівчата?

— Понін і Азельма. Це панночки, доньки мадам Тенардьє.

— І що вони роблять?

— О! — сказала дитина, У них є гарні ляльки . Вони граються, веселяться.

— Весь день ?

— Так, месє.

— А ти ?

— А я працюю.

— Весь день ?

Дитина звела свої великі очі й тихо відповіла:

— Так, месє. Але коли я закінчую свої завдання, я теж веселюсь.

— Як ти розважаєшся?

— Як можу. Мене лишають у спокої. Але у мене не так багато іграшок. Понін і Азельма не хочуть, щоб я гралася їхніми ляльками. Але в мене є маленька свинцева шабля не довша, за мій пальчик.

Дівчинка показала мізинець.

Нові знайомі прибули в село. Вони пройшли повз пекарню, але Козетта і не згадала про хліб, який мусила купити.

Коли вони підійшли до корчми, Козетта торкнулася руки чоловіка.

— Месьє.

— Що таке, моя дитино?

— Ми на місці.

— Так?

— Віддайте мені відро!

— Чому?

— Якщо мадам побачить, що хтось мені допоміг, вона поб'є мене.

Біля дверей корчми чоловік віддав відро Козетті.

(переклад з французької Софії ГОРСЬКОЇ)

ЛЯЛЬКА КОЗЕТТИ

Двері відчинилися. Тенардє стояла на порозі.

— Ах! Це ти, нарешті?

— Мадам, — відповіла Козетта, — цей месьє воліє ночувати в корчмі.

Тенардє поглянула на чоловіка.

— Це месьє? вона каже.

— Так, мадам, — відповів чоловік, приклавши руку до капелюха.

Багаті мандрівники не такі ввічливі. Тенардє ще раз глянула на незнайомця, на його бідний костюм, на його посох і сухо продовжила:

— Заходь, чоловіче.

Увійшов «чоловік». Тенардє глянула на свого чоловіка. Цей чоловік подав дружині якийсь знак.

— У мене більше немає місця, добродію, — сказала вона після цього.

— Поселить мене на горищі, я заплачу, як за кімнату.

— Сорок су?

— Добре, сорок су!

Чоловік сів за стіл. Козетта поставила пляшку вина й келих на стіл і зайняла своє місце під кухонним столом і зайнялась своїм в'язанням.

Чоловік уважно подивився на неї. Козетта була худа й бліда. Вона була вдягнена в лахміття, весь її одяг був в дірках, через які була видна її шкіра. Її ноги були голі й червоні від холоду. Козетта не наважувалася піти погрітися біля вогню і працювала під столом.

Чоловік не зводив очей з Козетти.

Раптом Тенардє вигукнула:

— А хліб? Ти принесла його?

Козетта забула про хліб, тому вона вирішила збрехати.

— Мадам, пекарню зачинили.

— Треба було вибити двері.

— Я постукала, мадам.

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

— Гучно?

— Мені не відкрили.

— Тоді поверни мені п'ятнадцять су.

Козетта засунула руку в кишеню фартуха й позеленіла; гроші зникли.

— Ти загубила монети? — вигукнула Тенардье, — чи ти захотіла обікрасти мене?

— Вибачте, мадам! Мадам, вибачте, я так більше не буду.

Тенардье схопила Козетту з метою вдарити її. Проте чоловік, який сидів за столом, дістав із кишені срібну монету.

— Вибачте, мадам, — сказав він, — але щойно я побачив щось, що випало з кишені фартуха цієї маленької дівчинки й покотилося. Може, це те, що Ви шукаєте?

В цей момент він нахилився та зробив вигляд, що він шукає щось на підлозі. Тоді він простягнув монету в двадцять су. Це була не та монета, яку загубила дівчинка, адже це було двадцять су, але Тенардье поклала гроші до кишені й сказала дитині:

— Це не має повторитись!

Козетта повернулася під стіл.

— Хочете повечеряти? — запитала Тенардье мандрівника.

Він не відповів.

"Хто ж цей чоловік? — подумала Тенардье. Він бідний, у нього немає грошей на вечерю, але він не вкрав грошей, які були на землі.

Відчинились двері і до кімнати увійшли дочки Тенардье — Понін і Азельма. Вони були тепло одягнені.

Вони сіли біля вогнища. Вони мали ляльку і весело розмовляли. Час від часу Козетта відводила очі від свого в'язання й дивилася на них. Понін й Азельма не дивилися на Козетту. Для них вона була як собака.

Незнайомець обернувся до Тенардье, вказав на Козетту і сказав:

— Мадам, нехай і вона грає!

— Вона повинна працювати! — відповіла Тенардье.

— А що ж вона робить?

— Панчохи для моїх дівчат.

— А скільки коштує пара панчіх?

— Щонайменше тридцять су.

— Я куплю цю пару панчохо за п'ять франків, — сказав чоловік. Він дістав із кишені п'ять франків і поклав на стіл.

Потім звернувся до Козетти.

— Тепер твоя робота — моя. Грай, моя дитино!

Тенардье поклала монету собі в кишеню.

Тим часом Козетта тремтіла. Вона запитала:

— Мадам, можна пограти?

— Грай, — відповіла Тенардье.

— Дякую, мадам, — сказала Козетта.

Месьє Тенардье пив за столом. Дружина підійшла до нього і прошепотіла на вухо:

— Що це за людина?

— Можливо, бідно одягнений мільйонер?

Козетта полишила в'язання. Вона взяла з коробки, яка стояла позаду неї, стару ганчірку і свою маленьку свинцеву шаблю. Понін та Азельма не звертали уваги на Козетту. Вони кинули ляльку на землю і почали гратися з котом. Поніна сказала своїй сестрі:

— Бачиш, Азельмо, ця іграшка смішніша за ляльки. Вона рухається, вона кричить.

Давайте пограємо з нею.

Козетта, зі свого боку, зробила ляльку зі своєї шаблі: вона її поклала її руки, і тихо співала, щоб приспати її. Раптом Козетта побачила ляльку дівчат Тенардє, яку вони залишили на підлогу біля столу.

Тож вона кинула шабелю й озирнулася. Тенардє розмовляла з чоловіком. Понін та Азельма гралися з котом. Вона вилізла з—під столу і схопила ляльку. Ніхто не дивився на неї, крім мандрівника. Через мить вона підняла ляльку та почала гратися з нею. Її щастя тривало майже чверть години. Раптом Азельма сказала Понін:

— Поглянь, моя сестро, Козетта забрала нашу ляльку.

Понін встала, підійшла до матері й смикнула її за спідницю.

— Мамо, подивіться!

Тенардє обернулася і побачив Козетту з лялькою.

— Козетта! — крикнула вона!

Козетта взяла ляльку, ніжно поклала її на землю і розплакалася.

Мандрівник підвівся.

— Що відбувається? — запитав він Тенардє.

— Хіба не бачите, вона брудними руками доторкалася до ляльки моїх дочок!

Чоловік підійшов просто до вуличних дверей, відчинив їх і вийшов.

Через мить він знову з'явився. Він тримав в руках велику ляльку з вітрини. Новий постоялець поставив її перед Козеттою і сказав:

— Бери, це тобі.

Козетта підвела очі: вона почула ці слова: “це тобі”. Подивилася на мандрівника, подивилася на ляльку, потім полізла під стіл. Вона більше не плакала, не кричала, не дихала.

— Ну, Козетта, — сказала Тенардє удавано солодким, але насправді огидним тоном — ти не візьмеш свою ляльку?

Козетта підійшла.

— Можна, мадам?

— Оскільки тобі цей месьє дарує!

— Це моє, мадам?!

Очі мандрівника наповнились сльозами. Він вклав руку нової ляльки в руку Козетти.

Дівчинка схопила ляльку.

— Я назву її Катрін, — сказала вона.

— Мадам, — продовжила вона, — можна посадити її на стілець?

— Так, — відповів Тенардє.

Вона не хотіла виявляти свого гніву перед мандрівником, лише поспішила відправити дочок спати, потім попросила дозволу мандрівника відправити туди і Козетту.

Козетта несла Катрін на руках.

Мандрівник узяв свічку, свій пакунок, і Тенардє показала йому його кімнату.

(переклад з французької *Надії ЗРАЖВИ*)

БАТЬКО МАДЛЕН ВИКОНУЄ ОБЦЯНКУ

На світанку наступного дня мандрівник зайшов на кухню із заднього двору й побачив пані Тенардье біля печі.

Чоловік взяв свої палицю і пакунок.

— Ви вже йдете? — запитала пані Тенардье.

— Так.

— Отже, у вас більше немає жодних справ у Монфермелі?

— Ні. Я тут проїздом. Пані, — спитав він, — скільки я винен за кімнату?

Пані Тенардье подала йому записку, яку вона підготувала того вечора.

Чоловік взяв папір і подивився на нього. Потім запитав:

— Пані, чи добре у вас йдуть справи в цьому Монфермелі?

Тенардье відповіла:

— О, пане, часи важкі! І ця маленька дівчинка коштує нам багато грошей.

— Яка дівчинка?

— Ну, мала – ви ж знаєте! Козетта!

— А! — вигукнув мандрівник.

Вона продовжувала.

— Бачите, пане, ми нічого не заробляємо, а сплячуємо багато. У мене є власні дочки. Мені не потрібно годувати чужих дітей.

Аж раптом байдужим голосом, в якому відчувалося тремтіння, чоловік сказав:

— А якби хтось забрав дитину?

— Забрав Козетту?

— Так!

— Ах, пане! Мій хороший пане! Візьміть її, заберіть її, з'їжте її, якщо вам це до вподоби!

— Досить!

— Заберете її?

— Беру.

— Прямо зараз?

— Так, негайно. Покличте дитину.

— Козетта! – вигукнула пані Тенардье.

— А поки що, — продовжував чоловік, — я оплачу вам свої витрати. Скільки це коштуватиме? Він подивився на рахунок.

— Двадцять три франки! За ніч, проведену в маленькій кімнаті!

Пані Тенардье відповіла:

— Так, двадцять три франки.

Незнайомец поклав на стіл п'ять монет по 5 франків.

— Іди й приведи дитину, — сказав він.

У цей момент пан Тенардье сів і запропонував подорожньому стілець.

— Пане, — сказав він, — я обожнюю цю дитину.

Подорожній подивився на нього.

— Яку дитину?

Тенардє вигукнув:

— А, наша маленька Козетта! Ви хочете її забрати? Я не можу її відпустити. У мене є хліб для неї і для себе; я люблю цю маленьку дівчинку, і моя дружина теж. Розумієте, вона нам як дочка.

Чоловік продовжував дивитися на нього, нічого не кажучи.

— Не можна віддавати свою дитину перехожому. Розумієте? Я навіть не знаю як вас звати.

Незнайомець нарешті відповів:

— Пане Тенардє, якщо я кажу, що забираю Козетту — це значить, що я забираю її. Візьму, ось і все. Ви не знатимете, де вона буде, вона більше ніколи вас не побачить. Ви віддасте її? Так чи ні?

Пан Тенардє зрозумів, що чоловік налаштований отримати Козетту.

Тому він сказав:

— Пане, це коштуватиме тисячу франків.

Незнайомець дістав з кишені старий чорний гаманець, відкрив його і поклав на стіл кілька банкнот. Потім поклав на них свою велику долоню і сказав корчмареві:

— Покличте Козетту.

Однак Козетта вже встала й почала свою ранкову роботу.

Пані Тенардє пішла по неї.

— Козетто, — сказала вона, — йди сюди негайно.

За мить Козетта увійшла до кухні.

Подорожній узяв пакунок, який приніс з собою і розв'язав його. У ньому було маленьке вовняне платтячко, фартушок, спідничка, хустинка, косинка, вовняні панчохи і черевички — повний комплект для дівчинки семи років. Все було чорне.

— Дитино моя, — сказав чоловік, — візьми це і йди швидко одягатися.

Тож сьогодні вранці жителі Монфермея мали змогу бачити чоловіка, який йшов вулицею, а на руках у нього була маленька дівчинка в чорному одязі з рожевою лялькою на руках.

Це були мандрівник і Козетта.

Дівчинка спокійно йшла поруч з незнайомцем.

Пан Тенардє розмовляв зі своєю дружиною: він показав їй гроші від мандрівника.

Він думав, що вона буде задоволена, але пані Тенардє перерахувала купюри і сказала:

— Це мало. Я думаю, що цей чоловік дуже багатий: він дав двадцять копійок, потім купив ляльку, а тепер дає тисячу франків. Він хотів отримати Козетту. Треба було просити набагато більше.

— Твоя правда, — відповів пан Тенардє. Я наздожену його.

Через півгодини він наздогнав чоловіка й Козетту, які йшли повільно.

— Вибачте, пане, — звернувся він, — але ось ваша тисяча франків.

Мандрівник підняв голову.

— Що ви маєте на увазі?

— Я забираю Козетту назад. Я не маю права віддавати її вам. Ця дівчинка — не моя. Вона належить її матері.

Він вийняв з кишені чорний гаманець.

— "Добре!" — подумав пан Тенардє. Він заплатить мені ще раз.

Але незнайомець дістав з гаманця простий папірець і дав його Тенардє.

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

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

Пан прочитав:

"Монтрей-сюр-Мер, 25 березня 1823 року.

"Пане Тенардье.

Ви віддасте Козетту цій людині.

Вам заплатять за всі дрібниці.

Маю честь вітати Вас.

Фантін".

Тенардье каже:

— Пане, заберите Козетту, але ви повинні заплатити за "всі дрібниці".

Мандрівник подивився Тенардье в очі.

— Пане, — сказав він, — ваша мати щомісяця надсилала вам гроші. Я щойно віддав вам тисячу франків. Ви вже отримали занадто багато.

— Якщо ви не заплатите, я заберу Козетту назад.

Чоловік тихо сказав:

— Ходімо, Козетто, — промовив і підняв свою палицю, яку поклав на землю.

Пан Тенардье подивився на розмір палиці та на великі шви мандрівника і повернувся до будинку.

ЩАСТЯ, ЩО СКЛАДАЄТЬСЯ З ДВОХ НЕЩАСТЬ

Пообіді наступного дня Козетта все ще спала.

Напередодні ввечері, коли тато Мадлен (наші читачі, без сумніву, вже здогадалися, що саме він приїхав за Козеттою) привіз її до себе додому, дівчинка спала у нього на плечі, все ще тримаючи на руках Катрін. Вона не бачила маленьку кімнату тата Мадлен, стіл і кілька стільців, які її обставляли. Вона не відчувала, як лежала на маленькому ліжку біля запаленої печі. Зараз у вікно пробивався блідий промінь грудневого сонця, а тато Мадлен, сидячи біля ліжка Козетти, чекав, коли вона прокинеться. Раптом звук візка, що проїжджав вулицею, розбудив Козетту.

— Так, пані, — вигукнула вона, — Ось! Ось!

Вона схопилася з ліжка, з напівзаплющеними від сну очима, і простягнула руку до кута стіни.

— Боже мій! — вигукнула вона.

Вона широко розплющила очі і побачила усміхнене обличчя тата Мадлен і Катрін у ногах її ліжка.

— А, так це правда! Доброго ранку, пане, — промовила дівчинка.

Вона озирнулася навколо і вигукнула:

— Як тут гарно!

Кімната була маленька і бідно обставлена, але дівчинка була щаслива і все здавалося їй прекрасним. З першого ж дня вона відчула, що тато Мадлен — її друг, і вона відразу полюбила незнайомого їй чоловіка. Тато Мадлен, самотній у світі, без дружини і дітей, шукав когось, кого можна було б полюбити. Він знайшов Козетту і полюбив її. Два нещастя поєдналися в одне ціле, щоб створити собою щастя.

(переклад з французької *Ксенії ПОЧЕКІНОЇ*)

ЗМІСТ

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПОРІВНЯЛЬНО-ІСТОРИЧНОГО І
ТИПОЛОГІЧНОГО МОВОЗНАВСТВА

Корбозерова Н. М., Обручникова О. П. Сучасні шляхи порівняння світових мов [Vías Actuales de la Comparación de las Lenguas Mundiales]7

Рубан В. О. Англомовні запозичення у сучасних французькій та українській мовах13

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СОЦІОЛІНГВІСТИКИ

Ткаченко Н. Д. Концепт “знайомство” (на матеріалі України, Англії та США)21

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПСИХОЛІНГВІСТИКИ

Кір’якова Д. Д. Сенсорна лексика в мультимодальному цифровому сторітелінгу брендів (на матеріалі англомовних веб-сайтів та соціальних мереж)36

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЛІНГВІСТИЧНОЇ СЕМАНТИКИ

Мегела К. І. Виклики перекладу американського сленгу інфлюенсерів на матеріалі твору тінкс (Крістіні Наджар) “The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself”48

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПРАГМАЛІНГВІСТИКИ

Артемова Л. В. Авторські стратегії висвітлення військових конфліктів у творчості Х. Серкаса (на матеріалі літературних творів і публіцистичних статей) [Estrategias del autor para enfocar conflictos militares en las obras de J. Cercas (basadas en obras literarias y artículos periodísticos)]63

Асаєвич І. Д. Функціонально-прагматичний аспект лексико-семантичних засобів репрезентації іспанських модних брендів74

Власенко М. С. Прагматичне значення модальності в іспанських законодавчих текстах: від наказу до можливості83

Куранда В. В. Внутрішньотекстові смислові відношення прийменників в італійській мові91

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

Ломакіна І. А. Образний компонент концепту «*mistob*» в аргентинському фольклорі102

Операйло С. С. Лінгвокультурологічний аналіз концепту “indios” у мовній картині світу іспанців доби Золотої віку112

**АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ
ЛІНГВІСТИКИ**

- Охріменко В. І.* Стилiстична конвергенція у смисловому полі роману Г. Деледди «Плющ» (на матеріалі дескрипції образу Аннези)126
- Селіверстова А. О.* Функції італійських новотворів у публіцистиці [Funzioni dei neologismi italiani nel giornalismo]144
- Сунь Цин.* Комунікативно-дискурсивні стратегії створення образу Китаю в українському інформаційному просторі154

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЇ

- Клименко Л. В., Бурмістенко Т. В.* Французький культурний простір в аспекті американізації: лінгвокогнітивний зріз165
- Миронова Н. В.* Відбір культурних кодів у художніх текстах: методи та підходи182
- Чаюн І. О.* Типології інтермедіальності у сучасній лінгвістиці: проблеми та перспективи187

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЛІНГВОДИДАКТИКИ

- Братель О. М., Попова О. В.* Порівняльна фонетика української та іспанської мов: труднощі для україномовних студентів195

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВА

- Наваренко І. А., Невинна Ю. П.* Наративні характеристики твору Ісабель Альєнде «Будинок духів»207

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА

- Карпань О. О.* Особливості перекладу лексико-семантичних структур у поезії Джакомо Леопарді217

МАЙСТЕРНЯ ПЕРЕКЛАДАЧА

- Ломакіна І.* Жанри аргентинського фольклору та їх переспіви українською мовою226

- Переклади українською уривків з роману «Знедолені» Віктора Гюго**232

ЗМІСТ245

CONTENTS247

CONTENTS**LINGUISTICS AND LINGUISTIC TYPOLOGY**

- Korbozerova N. M., Obruchnikova O. P.* Current Ways of Comparing World Languages [Vías Actuales de la Comparación de las Lenguas Mundiales]7
- Ruban V. O.* English Borrowings in Modern French and Ukrainian Languages13

CURRENT ISSUES IN SOCIOLINGUISTICS

- Tkachenko N. D.* Concept “Acquaintance” (on the Material of Ukraine, England and USA)21

CURRENT ISSUES IN PSYCHOLINGUISTICS

- Kiriakova D. D.* Sensory Vocabulary in Multimodal Digital Brand Storytelling (Based on the English-Language Websites and Social Media)36

CURRENT ISSUES IN LINGUISTIC SEMANTICS

- Mehela K. I.* Translation Challenges of American Influencer Slang in Tinx’s (Christina Najjar’s) Work “The Shift: Change Your Perspective, Not Yourself”48

CURRENT ISSUES IN PRAGMALINGUISTICS

- Artemova L. V.* Author's Strategies of Coverage of Military Conflicts in the Works of J. Cercas (Based on Literary Works and Journalistic Articles) [Estrategias del autor para enfocar conflictos militares en las obras de J. Cercas (basadas en obras literarias y artículos periodísticos)]63
- Asaievych I. D.* Functional and Pragmatic Aspect of Lexical and Semantic Means of Representation of Spanish Fashion Brands74
- Vlasenko M. S.* The Pragmatic Meaning of Modality in Spanish Legislative Texts: From Order to Possibility83
- Kuranda V. V.* Intra-Textual Meaningful Relations of Prepositions in Italian91

CURRENT ISSUES IN COGNITIVE LINGUISTICS

- Lomakina I. A.* Figurative Component of the “Mistol” Concept in Argentine Folklore102
- Operailo S. S.* Linguocultural Analysis of the Concept of “Indios” in the Linguistic Worldview of Spaniards During the Golden Age112

CURRENT ISSUES IN COMMUNICATIVE LINGUISTICS

- Okhrimenko V. I.* Stylistic Convergence in the Sense Field of G. Deledda’s Novel of Decadence “The Ivy” (on the Material of Description of the Character of Annesa)126

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>

| | |
|--|-----|
| <i>Seliverstova A. O.</i> Functions of Italian Neologisms in Publicistics [Funzioni dei neologismi italiani nel giornalismo] | 144 |
| <i>Song Qin.</i> Communicative-Discursive Strategies of Constructing the Image of China in the Ukrainian Information Space | 154 |

CURRENT ISSUES IN LINGUOCULTURAL STUDIES

| | |
|--|-----|
| <i>Klymenko L. V., Burmistenko T. V.</i> The French Cultural Space in the Aspect of Americanization: a Linguocognitive Perspective | 165 |
| <i>Myronova N. V.</i> Selection of Cultural Codes in Artistic Texts: Methods and Approaches | 182 |
| <i>Chaiun I. O.</i> Typologies of Intermediality in Modern Linguistics: Problems and Prospects | 187 |

CURRENT ISSUES IN LINGUODIDACTICS

| | |
|--|-----|
| <i>Bratel O. M., Popova O. V.</i> Comparative Phonetics of Ukrainian and Spanish Languages: Difficulties for Ukrainian-Speaking Students | 195 |
|--|-----|

CURRENT ISSUES IN LITERARY STUDIES

| | |
|--|-----|
| <i>Navarenko I. A., Nevynna Yu. P.</i> Narrative Characteristics of Isabel Allende's Work "The House of the Spirits" | 207 |
|--|-----|

CURRENT ISSUES IN TRANSLATION STUDIES

| | |
|--|-----|
| <i>Karpan O. O.</i> The Peculiarities of Translating Lexico-Semantic Structures in Giacomo Leopardi's Poetry | 217 |
|--|-----|

TRANSLATOR'S WORKSHOP

| | |
|--|-----|
| <i>Lomakina I.</i> Genres of Argentine folklore and their renditions in Ukrainian language. | 226 |
|--|-----|

| | |
|---|-----|
| Ukrainian translation of excerpts from the novel «Les Misérables» by Victor Hugo | 232 |
|---|-----|

| | |
|--------------------|-----|
| ЗМІСТ | 245 |
|--------------------|-----|

| | |
|-----------------------|-----|
| CONTENTS | 247 |
|-----------------------|-----|

Підп. до друку 01.04.2025. Формат 60×84¹/₁₆. Папір. офс. Гарнітура "Таймс". Друк. офс.
 Ум. друк. арк. 15,5. Обл.-вид. арк. 7,22. Наклад 300 прим. Зам.

Віддруковано у ТОВ "Видавництво "Юстон" із оригіналів автора.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції серія дк No 4973 від 09.09.2015 р. 01034, м. Київ, вул. О. Гончара, 36-а тел.: (044) 360-22-66, www.yuston.com.ua