

ISSN 2415-7333 (Online)

ISSN 2311-0821 (Print)

DOI: <https://doi.org/10.32589/2311-0821.2.2021>

**ВІСНИК
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
ЛІНГВІСТИЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**
Серія Філологія

Том 24 № 2

2021

 UNICHECK

Київ

ISSN 2415-7333 (Online)

ISSN 2311-0821 (Print)

DOI: <https://doi.org/10.32589/2311-0821.2.2021>

ВІСНИК
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
ЛІНГВІСТИЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія Філологія

2021

Том 24, № 2



Київ
Видавничий центр КНЛУ

Київський національний
лінгвістичний університет
Ідентифікаційний код 02125289
БІБЛІОТЕКА

Реєстраційне свідоцтво № 8830, серія KB від 03.06.2004 року

Збірник наукових праць "Вісник КНЛУ. Серія Філологія" включено до категорії Б Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук у галузі "Філологічні науки. Спеціальність 035"

(наказ Міністерства освіти і науки України від 28.12.2019 № 1643)

Видання індексується: Index Copernicus <https://journals.indexcopernicus.com/search/details?id=43291&lang=pl>; Наукова періодика України (URAN) <http://journals.uran.ua/user>; Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/>; Google Scholar <https://scholar.google.com.ua/>; CrossRef <http://data.crossref.org/depositorreport?pubid=J334518>, Dimensions https://app.dimensions.ai/discover/publication?and_facet_source_title=jour.1366855.

Том 24 № 2 рекомендовано до друку ухвалою вченої ради

Київського національного лінгвістичного університету від 28 грудня 2021 року.

Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія : зб. наук. праць / гол. ред. Васько Р. В. Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2021. Т. 24, № 2. 101 с.

Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія публікує наукові статті та рецензії, присвячені актуальним проблемам сучасного мовознавства та перекладознавства, що висвітлюють особливості розвитку й функціонування германських, романських, слов'янських, східних та інших мов світу, а також знайомить з новими здобутками науковців у сфері когнітивної лінгвістики, зіставного мовознавства, комунікативної лінгвістики, дискурсології, лінгвокультурології, психолінгвістики, лінгвофілософії та літературознавства.

Редколегія

Головний редактор:

Васько Роман Володимирович – доктор філологічних наук, професор, Київський національний лінгвістичний університет, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6499-2972>

Заступник головного редактора:

Потапенко Сергій Іванович – доктор філологічних наук, професор, Київський національний лінгвістичний університет, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8623-3240>

Відповідальні редактори:

Мінчак Галина Богданівна – кандидат філологічних наук, Київський національний лінгвістичний університет, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1673-475X>

Сташко Галина Іванівна – кандидат філологічних наук, доцент, Київський національний лінгвістичний університет, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3325-5774>

Технічний редактор:

Руденко Марина Володимирівна – фахівець I категорії з комп'ютерної обробки текстів редакційно-видавничого відділу КНЛУ

Члени редколегії:

Баган Мирослава Петрівна – доктор філологічних наук, професор, Київський національний лінгвістичний університет, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5436-2934>

Барань Єлизавета Балажівна (Erzsebet Barany) – доктор філософії (PhD), доцент, Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8395-5475>

Валігура Ольга Романівна – доктор філологічних наук, професор, Київський національний лінгвістичний університет, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0428-5421>

Волкова Світлана Володимирівна – доктор філологічних наук, професор, Київський національний лінгвістичний університет, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5708-7034>

Гнезділова Ярослава Володимирівна – доктор філологічних наук, доцент, Київський національний лінгвістичний університет, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9248-3238>

Корольова Алла Валер'янівна – доктор філологічних наук, професор, Київський національний лінгвістичний університет, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5541-5914>

Кравченко Наталія Кимівна – доктор філологічних наук, професор, Київський національний лінгвістичний університет, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9839-6629>

Ніконова Віра Григорівна – доктор філологічних наук, професор, Київський національний лінгвістичний університет, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0324-4217>

Номаті Мотокі – PhD (філологія), професор, Слов'яно-Євразійський дослідницький центр, Університет Хокайдо, Японія; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5476-4941>

Панасенко Наталія Іванівна – доктор філологічних наук, професор, Університет імені Святих Кирила і Мефодія в Трнаві, Словацька Республіка; ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4377-9088>

Пенья-Сервель М. Сандра – PhD (лінгвістика), старший викладач, Університет Ла-Ріоха, Логроньо, Королівство Іспанія; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4507-958X>

Пініч Ірина Петрівна – кандидат філологічних наук, доцент, Київський національний лінгвістичний університет, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9203-1204>

Рундл Крістофер – PhD (філологія), професор, Болонський університет, Італійська Республіка; ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7790-3468>

Савчук Руслана Іванівна – доктор філологічних наук, доцент, Київський національний лінгвістичний університет, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8335-1639>

Ссрякова Ірина Іванівна – доктор філологічних наук, професор, Київський національний лінгвістичний університет, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6446-7070>

Табаковська Ельжбета – PhD (лінгвістика), професор, Ягеллонський університет, Республіка Польща; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3676-792X>

Терехова Світлана Іванівна – доктор філологічних наук, професор, Київський національний лінгвістичний університет, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7473-9399>

Адреса редколегії:

Україна, 03150, Київ-150, вул. Велика Васильківська, 73,

Київський національний лінгвістичний університет

E-mail: knlu-pzs@ukr.net.

Tel.: +38 (068) 554-23-79.

<http://philmessenger.knlu.edu.ua/>

ЗМІСТ

<i>Бобчинець Л.І.</i>	Словогра в іспанських і українських ергонімах: способи творення та функції	9
<i>Borys D.P.</i>	Formulemes as a translation issue: a case study of English and Ukrainian	17
<i>Васько Р.В., Корольова А.В., Капранов Я.В.</i>	Фонологічно-семантична транспозиція етимона *'wete "вода" в афразійських, індоєвропейських, алтайських, уральських й дравідійських мовах	26
<i>Zabuzhanska I.D.</i>	Phonostylistic means of car brand image creation	38
<i>Kljutschenowitsch S.S.</i>	Zur Ambivalenz der diskursiv bedingten Kompositazusammenziehung im heutigen Deutsch	47
<i>Никитченко К.П.</i>	Неологізми-бленди дискурсу індустрії моди сучасної англійської мови: структурний та перекладознавчий аспекти	60
<i>Романенко О.П.</i>	Морфонологічна комбінаторика фольклорних демінутивів у колискових піснях новогрецької, сербської та української мов	69
<i>Ушаков А.С.</i>	Мовна репрезентація образу людини культури	78
<i>Чернишова С.О.</i>	Елементи онтологічного магічного реалізму в романі Ібі Зобой "Американська вулиця"	87

ІНФОРМАЦІЯ

<i>Вимоги до рукописів</i>	96
----------------------------------	----

CONTENTS

Bobchynets L.I.	Wordplay in Spanish and Ukrainian ergonyms: ways of creation and functions	9
Borys D.P.	Formulemes as a translation issue: a case study of English and Ukrainian	17
Vasko R.V., Korolyova A.V., Kapranov Y.V.	Phonological and semantic transposition of the etymon *'wete "water" in Afro-Asiatic, Indo-European, Altaic, Uralic and Dravidian languages	26
Zabuzhanska I.D.	Phonostylistic means of car brand image creation	38
Klyuchenovich S.S.	On the ambivalence of discursive compound contraction in Modern German	47
Nykytchenko K.P.	Neologisms-blends in Modern English fashion industry discourse: structural and translation aspects	60
Romanenko O.P.	Morphological combinatorics of folk diminutives in the lullabies of Greek, Serbian and Ukrainian languages	69
Ushakov A.S.	Language representation of person of culture image	78
Chernyshova S.O.	Elements of ontological magical realism in Ibi Zoboy's <i>American Street</i>	87

INFORMATION

Guidelines for authors	96
-------------------------------------	----

УДК 811.134.2 + 811.161.2'373.2

DOI: <https://doi.org/10.32589/2311-0821.2.2021.252073>

Л.І. Бобчинець

Київський національний лінгвістичний університет, Україна

e-mail: blinfo@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8326-1948>

СЛОВОГРА В ІСПАНСЬКИХ І УКРАЇНСЬКИХ ЕРГОНІМАХ: СПОСОБИ ТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІЇ

Abstract

The paper focuses on wordplay in the ergonymic names of Madrid, Malaga, Cadiz, Salamanca, Kyiv, Chernihiv and Odesa. The aim of the research is to study ways of creation of wordplay in ergonyms. The author suggests the term *словогра / wordplay* in Ukrainian and analyses lexico-semantic, grammatical, phonetic, graphic ways of wordplay in Spanish and Ukrainian ergonyms. The material of the study is ergonymic names (names of restaurants, cafés, shops, hairdressing salons / barbershops) of Kyiv, Chernihiv, Odesa, Madrid, Salamanca, Malaga and Cadiz. The research methods applied embrace lexico-semantic, lexico-grammatical, phonetic and graphic analyses of Ukrainian and Spanish ergonyms. Among lexico-semantic means of wordplay formation we single out metaphors, pseudo-paronyms as ways of creation of allusive names. Phonetic means of wordplay creation include alliteration, assonance, rhyme. Graphic means of wordplay creation feature capitalization, paragraphemic signs, use of letters instead of words inside the name. Lexico-grammatical and syntactic ways of wordplay creation in ergonyms are represented by regrouping of syllables, in particular, in the names with the structure of a word combination. The author reveals there are more verb ergonyms in Spanish compared to Ukrainian, where nominative ergonyms are predominant. The distinctive feature of Ukrainian ergonyms is the combination of Cyrillic and Latin letters in one name or writing foreign words in Cyrillic. Wordplay with a humorous effect is more characteristic of Ukrainian ergonyms. It is stated that the main function of wordplay in ergonyms is expressive nomination to attract clients' attention. Further studies may comprise analysis of wordplay in ergonyms in other regions to reveal local tendencies of wordplay creation and inclination to humour in word formation.

Keywords: ergonym, commercial name, wordplay, word creation, occasionalism, functions of ergonyms, functions of wordplay.

Анотація

Статтю присвячено дослідженню гри слів в ергономічних назвах Мадрида, Малаги, Кадіса, Саламанки, Києва, Чернігова та Одеси. Метою статті є вивчення способів творення гри слів у ергонімах. Запропоновано термін "словогра / слово-гра" в українській мові, проаналізовано лексико-семантичні, граматичні, фонетичні, графічні способи творення слово-гри в іспанських і українських ергонімах. Матеріал дослідження становлять ергономічні назви (назви ресторанів, магазинів, перукарень) Києва, Чернігова, Одеси, Мадрида, Саламанки, Малаги, Кадіса. Методи дослідження – лексико-семантичний, лексико-граматичний, фонетичний і графічний аналіз українських та іспанських ергонімів. Серед лексико-семантичних засобів представлені метафори, псевдопаронімія як спосіб креації алюзивних назв. Фонетичні засоби словогри включають алітерацію, асонанс, риму. Графічні засоби творення гри слів містять капіталізацію, параграфемні знаки, вживання літер замість слів у середині назви. Лексико-граматичні і синтаксичні засоби творення словогри в ергонімах представлені перерозподілом складів, особливо в назвах із структурою словосполучення. Виявлено, що в іспанській мові більше дієслівних ергонімів, на відміну від української, де переважають номінативні ергонімічні назви. Особливістю української ергоніміки є комбінування кирилиці і латиниці в одній назві або написання кирилицею іноземних слів. Гра слів із гумористичним ефектом більш характерна для українських ергонімів. Визначено функції гри слів в ергономічних назвах. Встановлено, що основна функція словогри в ергонімах – експресивна номінація для привернення уваги клієнтів. Перспективним є дослідження словогри в ергонімах інших ареалів для виявлення місцевих тенденцій творення словогри і схильності до гумору в словотворчості.

Ключові слова: ергонім, комерційна назва, гра слів, креація слів, окаяоналізм, функції ергонімів, функції гри слів.

Вступ. Ергоніми або комерційні назви належать до особливого ономастичного простору, основна функція якого – інформативна номінація. Водночас ергоніми спрямовані на привернення уваги в глобалізованому конкурентному світі, тому креативність ергономічних номінацій є частим феноменом і потребує окремого вивчення, особливо ергонімів із використанням гри слів, що надає цим власним назвам експресивності й оригінальності. У сучасній лінгвістиці наявні роботи, присвячені ергонімам, грі слів, однак відсутнє вивчення гри слів саме в ергономічних назвах, оскільки дослідження переважно зосереджені на лексичній семантиці та структурі ергонімів, тобто на лексико-семантичних і структурних класифікаціях ергонімів (Горожанов, 2015; Курбанова, 2014; Sjöblom, 2017), на вивченні функцій ергонімів (Шимкевич, 2002; Smirnova, 2017), вивченні функцій гри слів (Ильсова & Амири, 2012; Санников, 2005). **Актуальність** нашого дослідження обумовлена дедалі більшою креативністю в сучасних ергономічних назвах, одним із виявів якої є гра слів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Гра слів у власних назвах має на меті привернути увагу потенційних клієнтів або відвідувачів, якщо йдеться про сферу обслуговування, у якій номінації є ергонімами, комерційними назвами: назви ресторанів, магазинів, готелів, перукарень тощо (Sjöblom, 2017, p. 92). Ергоніми і комерційні назви іноді вживаються як синоніми, хоча ергоніми – ширше поняття, оскільки включає не тільки комерційні назви, а й найменування державних установ (школи, церкви, адміністративні місця). Таким чином, "комерційні назви" є гіпонімом щодо ергонімів, які є гіперонімами. Головна функція власної назви – ідентифікаційна (Sjöblom, 2017, p. 94). Такі власні назви утворюють своєрідний *лінгвістичний пейзаж / paisaje lingüístico*. Цілком погоджуємося з Н. Смірною, що ергоніми певного міста малюють його лінгвістичний портрет, описуючи повсякденне життя (Smirnova, 2017, p. 1049). Вони передають місцеві звички, традиції, настрої, моду, тобто є певною мірою носіями національного колориту або, навпаки, тяжіють до інтернаціональності, якщо ергонімічні номінації містять запозичення. Ергоніми також "свідчать і про мовну особистість окремого номінатора, і про мовне середовище загалом" (Горожанов, 2015, с. 151). Отже, в ергонімічних номінаціях важливо враховувати також екстралінгвістичні фактори. До екстралінгвістичних критеріїв належить дотримання вимоги до ергонімів слугувати унікальними, індивідуальними комерційними назвами (Слухай & Синявська, 2020, с. 34).

Н.В. Шимкевич виділяє прагматичні ергоніми – такі, яким притаманна прагматика або мовленнєвий вплив номінатора на реципієнта нелогічним способом, серед яких розрізняє прагматичні інформативні і прагматичні асоціативні ергоніми (Шимкевич, 2002, с. 12). Прагматичні інформативні надають додаткову інформацію про організацію або підприємство, яка не має безпосереднього відношення до роду діяльності, однак сприяє створенню в адресата позитивного образу організації (Шимкевич, 2002, с. 12). На прикладах нашого ілюстративного матеріалу можемо зазначити такі ергоніми, як: *Gadisushi, Escencia gaditana* (назва ресторанів у Кадісі). Прагматичні асоціативні ергоніми впливають на адресата, надаючи йому додаткову інформацію шляхом створення позитивних асоціацій, що апелюють до знань і культурного досвіду адресата (Шимкевич, 2002, с. 14). Наприклад, *Arte y harina* (назва пекарні у м. Малага), *Lucky coffee* (назва мережі кав'ярень у м. Чернігові). Таким чином, ергоніми з грою слів можна назвати прагматичними, оскільки вони спрямовані впливати на адресата, апелюючи до позитивних емоцій, а також до почуття гумору, якщо словогра в певних назвах має комічний ефект.

Гра слів є містким поняттям, яке включає маніпулювання словом із різних його боків (фонетичного, лексичного, граматичного) для досягнення гумористичного ефекту. Особливе значення має словотворчий процес – творення гри слів. **Мета статті** – запропонувати термін *словогра* в українській мові як синонім терміна *гра слів*, проаналізувати лексико-граматичні, фонетичні і графічні засоби створення словогри в ергонімах (назвах ресторанів, кафе, барів,

перукарень, магазинів тощо) в українській та іспанській мовах, виявити спільні і розбіжні закономірності створення словогри в обох мовах. Для цього ми ставимо такі завдання: 1) описати й проаналізувати гру слів у досліджуваних ергонімах за фонетичним, графічним, лексико-семантичним, синтаксичним принципами; 2) визначити функції гри слів в ергонімічних назвах.

Матеріалом дослідження послуговували назви ресторанів, барів, магазинів, перукарень Іспанії й України, зібрані шляхом безпосереднього спостереження на вулицях Мадрида, Саламанки, Малаги, Кадіса, Києва, Чернігова, Одеси, а також пошуку на окремих вебсайтах (https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g294474-zfg11776-Kyiv_Kiev.html, <https://tomato.ua/chemigov/>, https://www.tripadvisor.es/Restaurants-g187432-Cadiz_Costa_de_la_Luz_Andalucia.html тощо).

Методи дослідження включають фонетичний, графічний, лексико-семантичний, лексико-граматичний і функціональний аналіз українських та іспанських ергонімів, що містять гру слів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ураховуючи милозвучність і словотвірний потенціал української мови, пропонуємо термін *словогра*, за аналогією з англ. *wordplay* і нім. *Wortspiel*, який, на нашу думку, є стислим і милозвучним терміном і може вживатися як абсолютний синонім терміна "гра слів". Можливе також написання терміна через дефіс: *слово-гра*. Найвищим виявом словогри, на нашу думку, є каламбур, оскільки містить неоднозначність, двозначність, амбізначність. Зазначимо, що в м. Луцьку є ресторан "Словограй", назву якого можна також віднести до гри слів, оскільки в цьому ергонімі виявляється словотворчість.

Словогра в ергонімах утворюється різними способами, де не завжди переважає один засіб, а може вживатися комплекс словоігрових засобів. Мовна гра як навмисне відхилення від мовної норми може бути реалізована на різних мовних рівнях – від фонетики до прагматики і стилістики, адже вона (мовна гра) може бути фонетичною, морфологічною і словотворчою (Крыжановская, 2017, с. 60).

До фонетичних засобів створення словогри в ергонімах належать асонанс, алітерація, рима. Граматичні, морфологічні засоби представлені словотвором за аналогією, за допомогою псевдоафіксів, а також може вживатися лексико-синтаксичний засіб – перерозподіл складів. Отже, лексико-граматичні засоби створення словогри в ергонімах містять псевдоафіксацію як спосіб креації нових слів або перерозподіл складів у межах словосполучень, якщо ергонім має структуру словосполучення. Розглянемо окремо згадані вище засоби словогри в досліджуваних ергонімах.

Фонетичні засоби створення словогри в українських та іспанських ергонімах:

а) **рима:** *Vida y comida* (Саламанка), *Under wonder*, *Par Bar*, *Rojo Ojo*, *КазаН ДиваН*, *Кеды искусствоведа*, *Любовь-Морковь* (Київ), *Pasta Basta*, *SHAVA KAVA*, *Хата Тата*, *Робин Бобин*, *Фон Барон*, *Тудой-сюдой* (Чернігів), *Жарю-парю* (Одеса). Номінація *Тудой-сюдой* також містить навмисно вжиті неправильні слова, які використовуються в розмовній мові, що надає цьому ергоніму гумористичного характеру. Рима семантично віддалених слів має більшу експресивність, ніж рима близьких за семантикою слів (Attardo, 2018, p. 104), як, наприклад, в ергонімах *Любовь-Морковь*, *Pasta Basta*, тоді як римовані ергоніми *Хата Тата*, *Тудой-сюдой* мають певну семантичну близькість без втрати експресивності;

б) **алітерація і асонанс:** *Файна фамілія*, *Mur Mur*, *Barbara Bar*, *Hungry Hunter*, *Мама Манана*, *Нана Нина*, *Амстер Дамстер* (Чернігів), *Arte y harina* (Малага), *Salon Tris Tras* (Кадіс). Можливе одночасне вживання рими, асонансу та алітерації: *Клюква&Брюква*, *Сули Гули* (Київ), *Амстер Дамстер* (Чернігів), *Фиш&Киш*, *Гоголь-Моголь*, *Merry Berry* (Одеса). Слід зазначити, що ергонім *Амстер Дамстер* містить також алюзію на популярний англійський персонаж Humpty Dumpty;

в) **повтор:** *Чик-Чик* (назва перукарні в Чернігові), *Bistro Bistro*, *Vero Vero*, *Delhi Delhi*, *Cafe Cafe*, *Mur Mur* (Київ), *Cafeteria Ya-Ya* (Саламанка). Він в ергонімах має підсилювальний характер і виконує експресивну функцію.

Графічні засоби утворення слогогри в ергонімах:

а) **капіталізація** (написання з великої літери): *Restaurante DCorazon, DiverXO* (Мадрид), *VisTT, disFrutas* (Кадіс), *Café Bar El Mordisco* (Саламанка), *МлинОК, ПаЛлупа, Kilo Gram, МирАж, АRoma, БульВар, BlinChiki, МегаМЯС, SpaSibo, АМстердАМ* (Чернігів), *ТРЦ РаїОН, MyloslavSky* (Київ), *YUG, МАМАН* (Одеса). Здебільшого виділені елементи спрямовують увагу на окремі слова в середині слова, причому ці слова мають окреме значення. Таким чином, відбувається гра не тільки форми, а й змісту, тобто формально-змістова слогогра;

б) **неправильне написання**: *Restaurante Lakasa* (Мадрид), *Kuioskito* (Кадіс), *Траллебус Паб* (Київ), написання слів разом, наприклад, *Andaiven* (Альхесірас), *coffeеварка* (Чернігів), *Щастье, Почтанапротив* (Одеса). Такі навмисні орфографічні помилки привертають увагу, виконуючи атрактивну функцію. Деякі назви відображають місцеву вимову Кадіса, наприклад, *Porte Otra* або діалектну вимову в українській мові: *Кохве*. Також в ергонімах спостерігаємо навмисне вживання граматичних помилок, наприклад, *La Mi Venta* (Мадрид) – одночасне вживання означеного артикля і присвійного займенника;

в) **використання літер замість слів**, що звучать як слова або частини слів (назва магазину одягу в Кадісі *VisTT* замість *vistete* – *одягнись*), *Xpress* (Малага);

г) **параграфемні компоненти** в ергонімічних назвах, наприклад, *Da!Bro, Beef&Beer, Пар@Соль, Сало.ua* (Чернігів), *Status & Style, Barber.t Barbershop, Color.it* (назви перукарень Києва), *Caramelo & Sal Cafe* (Саламанка), *El Último Mono Juice & Coffee, Cafe & Te, Cafeteria Bar Alcazaba.net* (Малага). Такі комбіновані назви, на нашу думку, пов'язані з популярністю інформаційних технологій, оскільки оформлені як назви сайтів. Подібні графічні маніпуляції з ергономічними назвами мають надлишковий характер і ускладнюють сприйняття (Крыжановская, 2017, с. 121). Однак, ми вважаємо, що саме в таких графічних маніпуляціях можна вбачати намагання привернути увагу і надати ергоніму креативності, спонукати адресата до додаткових роздумів.

Відмінною особливістю українських ергонімів від іспанських є переважання англійських назв (*Coffee Boss, Lucky coffee, Sun City*), а також графічної слогогри, що виявляється в комбінованому написанні ергоніма латиницею і кирилицею, наприклад: *Горыныч Grill Lounge Bar, Колос, Чашка Espresso Bar, coffeеварка, Сало.ua, LUCK&МУСС, М'ясо-town* (Чернігів), *Petrus-ь, Ribalove, Люди Casualfood, Як на крилах, Бухта Food Station, Nagлец* (Київ). Деякі ергоніми представлені українськими словами, написаними латиницею, наприклад, *BlinChiki* (Чернігів), *Vino I Lyudi, Aroma Kava, Yizha* (Київ), *YUG, МАМАН* (Одеса), або навпаки – натрапляємо на написання іноземних слів українською: *Примавера*. В іспанських ергонімах англійські назви представлені в незначній кількості, наприклад, комбінація іспанських і англійських слів у назві кафе: *Feliz Coffee, Hola coffee* (Мадрид), *Café Novelty* (Саламанка).

Лексико-семантичні й лексико-граматичні засоби створення слогогри в ергонімах:

а) **креація, оказіоналізми**: *їстина* (поєднання слів *їсти* та *їстина*), *ego-їсти, СунКультура* (Київ), *наїж, Barmatilda* – бар + матільда, що нагадує за звучанням *бормотіння* (Чернігів), *BeYoutiful* – лексикографічна слогогра, що репрезентована графічними змінами в слові *beautiful* і поєднанням з фразою *Be you* – будь собою (салон краси в Кадісі), *Gadisushi* (Gades + sushi) *Мястория* – поєднання *М'ясо* + кінцева частина слова *трамторія* (Київ).

Словоскладання і написання декількох слів разом як креація нових слів також трапляється в іспанських та українських ергонімах: *andaiven* – іди й повертайся (назва продуктового магазину в Альхесірас), *Barmatilda* (бар у Чернігові);

б) **пароніми-оказіоналізми, алюзія**. Особливу роль відіграють ергоніми, створені на основі субституції однієї літери, що є алюзією на інші власні назви або стійкі словосполучення, наприклад, *Holly Food* (алюзія на Hollywood), *Milky Day* (асоціація з Milky Way), *СунКультура* – кафе, що спеціалізується на супах (асоціація із словом "субкультура"), *Pink Freud* (алюзія

на Pink Floyd), *De Bosch* (дебoш), *Beer Khoven* (схоже за звучанням із *Бетховен*), *ВДоску Гранд-паб* (поєднання англійської загальної назви *grand-pub* з російським або українським *вдоску*, що є натяком на вислів *п'яний вдоску*), *Ирландский паб "Ту Даблин"* (алюзія на відомий анекдот із каламбуром, в основі якого – міжмовна омонімія: – Two tickets to Dublin. – Кудa, блин?) (Київ). Такі назви відзначаються оригінальністю та гумористичністю. Заміна однієї або декількох літер у відомих стійких назвах сприяє виникненню паронімів-оказіоналізмів, які є засобом утворення ергонімів з елементами словогри.

Отже, ергономічні номінації можуть мати одночасно декілька елементів словогри: капіталізацію, комбінацію латиниці й кирилиці, неправильне написання, що викликає псевдопаронімію або алюзію на схожі за формою вислови. Саме гумор є більш характерним для українських ергонімів порівняно з іспанськими, тоді як рима, асонанс і алітерація – продуктивні засоби створення словогри в іспанських ергонімах. Можемо стверджувати, що такі ергоніми, як: *Holly Food*, *Milky Day*, *СунКультура*, *Pink Freud*, *De Bosch*, *Люби Сток* (перерозподіл складів) – каламбурні назви, оскільки їм властива неоднозначність і вони містять лексико-семантичну гру слів. Гумор в ергонімах є одним із виявів ігрової словотворчості;

в) **метафора** та метафоричні **епітети** як семантична словogra, зокрема в іншомовних назвах, переважно англійських, також представлені в іспанських та українських ергонімах: *Bebo los vientos* (П'ю вітри), *Esencia gaditana* (Сутність Кадіса), *Велика Кишеня*, *Седьмое небо*, *Lovka Cafe*, *Very Well Café*, *Lucky Coffee*, *Coffee Boss*. Персоніфікація страв властива як іспанським, так і українським ергонімам: *Пузата Хата*, *Дядя Чебурек*, *Mr Carrot Cake*, *Santa Coffee*, *Feliz Coffee* (щаслива кава), *Pan Feliz* (щасливий хліб), *Secor Conejo* (Сеньор Кролик);

г) **перерозподіл складів** як засіб словогри в ергонімах створює каламбурні або двозначні назви: *Люби Сток*, *ego-їсти*, *Ирландский паб "Ту Даблин"*, *De Bosch*. Він формує різні за змістом фрази і виступає морфолого-синтаксичним засобом актуалізації гри слів. Отже, у створенні словогри в ергономічних назвах залучені різнорівневі засоби: графічні, фонетичні, лексико-семантичні та морфолого-синтаксичні, а також комбінування декількох засобів одночасно, що надає ергонімам привабливості й оригінальності.

Словogra в українських власних назвах має номінативний характер, що виявляється у створенні іменників-оказіоналізмів, тоді як в іспанській мові переважають дієслівні назви-словосполучення: *Aquí te quiero*, *bebo los vientos* (метафора), *Voy volando* (pizza-bar) речення в наказовому способі як заклик до дії (*Come, bebe y calla*, *Dáleunaflor*, *Come en casa* (наказовий спосіб як словоскладання для утворення ергонімів)) в Кадісі, *Hola Guara* (Привіт, Красуне) в Малазі. В українських ергонімах теж представлені дієслівні номінації, номінації-речення, хоча менше ніж в іспанських, наприклад: *Буду позже*, *Мама, я покушал*, *I love kiev*, *Yes, God, Yes* (Київ), *Люби Сток*, *Хочу суши*, *Привет, кот*, *Call Me Casao* (Чернігів). Таким чином, лексикалізація виступає одним із засобів словоігрової ергонімічної номінації.

Слід зазначити, що ергоніми виконують декілька функцій, тобто є поліфункціональними власними назвами. Зазначимо, що виділяють такі функції ергонімів: інформативну, рекламну, естетичну, пам'ятну, або меморіальну, захист торгової марки (Курбанова, 2014, с. 104). Приваблива назва – вдалий спосіб продажу речей, оскільки основою власної назви є ідентифікувати референт, виділити його, зробити єдиним і відмінним від інших (Sjöblom, 2017, р. 93). Вивчаючи ергоніми сфери освіти, можемо виокремити об'єднувальну та ідентифікаційну функції ергонімів (Рошеіко, 2014, р. 310). Для комерційних назв притаманна оцінна функція, оскільки здебільшого ці назви містять слова з позитивною оцінкою певного продукту або закладу (Prado, 2017, р. 171). Те саме можна стверджувати про деякі досліджувані нами англомовні ергоніми: *Lucky coffee*, *Very well cafe*. Зі свого боку, гра слів є також поліфункціональним явищем. В.З. Санніков (2005) виділяє такі функції мовної гри: навчальна, маскувальна, розважальна, психотерапевтична. Ураховуючи, що гра слів потребує

спеціального розшифрування породженого автором або номінатором змісту, можемо стверджувати також про інтелектуально-розважальну та естетичну функції словогри (Бобчинець, 2020, с. 70).

Отже, виділяємо такі функції словогри в ергонімах: атрактивна, або привернення уваги, естетична (гумор), емотивна, експресивна, розважальна, номінативна, інформативна. Оскільки номінація відбувається завдяки експресивності, можемо стверджувати про *експресивну номінацію*. Словогра як засіб експресивної номінації в українських та іспанських ергонімах не є поодиноким явищем і потребує подальшого вивчення із залученням матеріалу з іншого географічного простору, що допоможе виділити закономірності загальні та індивідуальні, локальні вияви словотворчості при утворенні ергонімів.

Висновки. Основними засобами творення словогри в українських та іспанських ергонімах є: 1) фонетичні: алітерація, асонанс, рима; 2) лексико-граматичні: псевдоафіксація; 3) графічні: гра шрифтами, капіталізація, вживання літер замість слів, неправильне написання слів; 4) лексико-семантичні: метафора, алюзія, пароніми-оказіоналізми; 5) синтаксичні: перерозподіл складів, паралелізм. Слід зауважити, що в одному ергонімі може поєднуватися декілька засобів творення словогри, наприклад, рима і неправильне вживання слів, або рима і капіталізація, рима та асонанс тощо. В українських назвах переважають номінативні, або іменні, словосполучення, а в іспанських ергонімах часто трапляються дієслівні назви як заклик до дії. Характерною рисою графічного оформлення українських ергонімів є поєднання латиниці і кирилиці в одній назві (графічна словогра). Таким чином, можемо стверджувати про комплексний характер словогри в ергономічних номінаціях як вияв словоігрової або вербальноїгрової творчості. Основна функція словогри в ергонімічних назвах – експресивна номінація, що слугує для привернення уваги потенційних клієнтів.

Перспективи дослідження полягають у вивченні ергономічних назв з інших ареалів і мов, що допоможе виявити місцеві особливості словогри, схильність певних ареалів до словогри в ергономічних назвах загалом, відображення місцевих традицій, словотворчості та гумору. Окремим об'єктом вивчення може бути дослідження сприйняття ергонімів за допомогою факторного аналізу для виявлення милозвучності, позитивного або негативного впливу на адресатів.

ЛІТЕРАТУРА

- Бобчинець, Л. И. (2020). Лексико-семантические средства создания каламбура в испанских и португальских анекдотах. *Нова філологія*, 80(1), 66-71.
- Горожанов, Ю. Ю. (2015). Ергоніми міста Луцька: лексико-семантичний спосіб творення. *Young Scientist*, 2(17), 151-153.
- Ильясова, С. В., Амири, Л. П. (2012). *Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы* (2е. изд.). Москва: Флинта: Наука.
- Крыжановская, В. А. (2017). *Эргонимы с элементами графической трансформации: структурно-семантический и прагматический аспекты* (Кандидатская диссертация). Кубанский государственный университет, Краснодар.
- Курбанова, М. Г. (2014). *Эргонимы современного русского языка: семантика и прагматика* (Кандидатская диссертация). Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Волгоград.
- Санников, В. З. (2005). Об истории и современном состоянии русской языковой игры. *Вопросы языкознания*, 4, 3-20.
- Слухай, Н., & Синявская, О. (2020). Современный нейминг в Украине в лингвопрагматическом освещении. *World Science*, 6(58) (3), 30-40.
- Шимкевич, Н. В. (2002). *Русская коммерческая эргонимия: прагматический и лингвокультурологический аспекты* (Автореферат кандидатской диссертации). Уральский государственный университет, им. А. М. Горького, Екатеринбург.

- Attardo, S. (2018). Universals in puns and humorous plays. In E. Winter-Froemel & V. Thaler (Eds.), *Cultures and Traditions of Wordplay and Wordplay Research* (pp. 89-109). Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/j.ctvbkjv1f.7>.
- Pošeko, S. (2014). Ergonyms of educational and cultural spheres in two of Baltic States cities. *Journal of Education Culture and Society*, 1, 299-312.
- Prado, N. C. (2015). O uso da língua inglesa em contexto comercial no Português Europeu (The use of English in commercial context in European Portuguese). *Estudos Linguísticos. São Paulo*, 44(1), 160-172.
- Sjöblom, P. (2017). Commercial names and unestablished terminology. In *Els noms en la vida quotidiana. Actes del XXIV Congrés Internacional d'ICOS sobre Ciències Onomàstiques. Annex. Secció 1* (pp. 92-98). Biblioteca técnica de política lingüística. DOI: 10.2436/15.8040.01.12
- Smirnova, N. (2017). Naming in the public sphere of Stavropol city: sacred and profane. In O. Felecan (Ed.), *Proceedings of The Fourth International Conference on Onomastics "Name and Naming", Sacred and Profane in Onomastics* (pp. 1048-1057). Cluj-Napoca: Mega, Argonaut. DOI: 10.30816/ICONN4/2017/85.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

- Ваш гид по ресторанам страны. *Tomato*. Взято из <https://tomato.ua/chernigov/>
- Лучшие рестораны, бары и клубы в Киеве. *Tripadvisor*. Взято из https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g294474-zfg11776-Kyiv_Kiev.html
- Магазины и торговые центры Киева. *Tripadvisor*. Взято из https://www.tripadvisor.ru/Attractions-g294474-Activities-c26-oa30-Kyiv_Kiev.html
- Парикмахерские Киева. Взято из <https://barb.ua/kyiv-parikmakherskie>
- Парикмахерские Чернигова. Взято из http://map.cn.ua/catalog/krasota_i_uhod/parikmaherskie/
- Рестораны Одессы. *Tripadvisor*. Взято из https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g295368-Odessa_Odessa_Oblast.html
- 94 peluquerías en Cádiz. Recuperado de <https://www.uala.es/peluquerias/cadiz/>
- Cafés in Madrid. *Tripadvisor*. Recuperado de <https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g187514-c8-Madrid.html>
- Cafés in Malaga. *Tripadvisor*. Recuperado de https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g187438-c8-Malaga_Costa_del_Sol_Province_of_Malaga_Andalucia.html
- Cafés in Salamanca. *Tripadvisor*. Recuperado de https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g187493-c8-Salamanca_Province_of_Salamanca_Castile_and_Leon.html

REFERENCES

- Bobchynets, L. I. (2020). Leksiko-semanticheskie sredstva sozdaniya kalambura v ispanskikh i portugalskikh anekdotah. *Nova filologia*, 80, V. 1, 66-71.
- Horozhanov, Yu. Yu. (2015). Erhonimy mista Luts'ka: leksyko-semantichnyj sposib tvorennia. *Young Scientist*, 2(17), 151-153.
- Il'jasova, S. V., Amiri, L. P. (2012). *Jazykovaja igra v kommunikativnom prostranstve SMI i reklamy* (2e. izd.). Moskva: Flinta: Nauka.
- Kryzhanovskaja, V. A. (2017). *Jergonimy s jelementami graficheskoy transformacii: strukturno-semanticheskij i pragmaticheskij aspektj* (Kandidatskaja dissertacija). Kubanskij gosudarstvennyj universitet, Krasnodar.
- Kurbanova, M. G. (2014). *Jergonimy sovremennogo russkogo jazyka: semantika i pragmatika* (Kandidatskaja dissertacija). Volgogradskij gosudarstvennyj social'no-pedagogicheskij universitet, Volgograd.
- Sannikov, V. Z. (2005). Ob istorii i sovremennom sostojanii russkoj jazykovoj igry. *Voprosy jazykoznanija*, 4, 3-20.

- Sluhaj, N., & Sinjavskaja, O. (2020). Sovremennyj nejming v Ukraine v lingvopragmaticheskom osveshhenii. *World Science*, 6(58) (3), 30-40.
- Shimkevich, N. V. (2002). *Russkaja kommercheskaja jergonimija: pragmaticeskij i lingvokul'turologicheskij aspekty* (Avtoreferat kandidatskoj dissertacii). Ural'skij gosudarstvennyj universitet, im. A. M. Gor'kogo, Ekaterinburg.

DZHERELA ILYUSTRATYVNOHO MATERIALU

- Vash gid po restoranam strany. *Tomato*. Vziato iz <https://tomato.ua/chernigov/>
- Luchshie restorany, bary i kluby v Kieve. *Tripadvisor*. Vziato iz https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g294474-zfg11776-Kyiv_Kiev.html
- Magazyny i togovye centry Kieva. *Tripadvisor*. Vziato iz https://www.tripadvisor.ru/Attractions-g294474-Activities-c26-oa30-Kyiv_Kiev.html
- Parikmaherskie Kieva. Vziato iz <https://barb.ua/kyev-parikmaherskie>
- Parikmaherskie Chernigova. Vziato iz http://map.cn.ua/catalog/krasota_i_uhod/parikmaherskie/
- Restorany Odessa. *Tripadvisor*. Vziato iz [om https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g295368-Odessa_Odessa_Oblast.html](https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g295368-Odessa_Odessa_Oblast.html)
- 94 peluquerías en Cádiz. Recuperado de <https://www.uala.es/peluquerias/cadiz/>
- Cafés in Madrid. *Tripadvisor*. Recuperado de <https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g187514-c8-Madrid.html>
- Cafés in Malaga. *Tripadvisor*. Recuperado de https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g187438-c8-Malaga_Costa_del_Sol_Province_of_Malaga_Andalucia.html
- Cafés in Salamanca. *Tripadvisor*. Recuperado de https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g187493-c8-Salamanca_Province_of_Salamanca_Castile_and_Leon.html

Дата надходження до редакції 13.08.2021
Ухвалено до друку 21.12.2021

Відомості про автора

<p>Бобчинець Любов Іванівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри романської і новогрецької філології та перекладу, Київський національний лінгвістичний університет e-mail: blinfo@ukr.net</p>		<p>Сфера наукових інтересів Лексикологія, термінознавство, фразеологія, психолінгвістика</p>
--	---	---

UDC 81'255

DOI: <https://doi.org/10.32589/2311-0821.2.2021.252083>

D.P. Borys

Kyiv National Linguistic University, Ukraine

e-mail: dmytroborys@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7726-152X>

FORMULEMES AS A TRANSLATION ISSUE: A CASE STUDY OF ENGLISH AND UKRAINIAN

Abstract

The present article focuses on exploring formulemes in English and Ukrainian from a translational perspective. The multiword units under study constitute a specific type of clichés alongside nickname clichés, termemes and sentencemes. The distinctive characteristic of this class of phrasemes is that they designate a ritualized speech act which correlates with an internal state of the speaker, a moment of time, or a specific event or state of affairs. Formulemes are to be regarded as a hyponym of formulaic sequences and formulas viewed, in turn, as multiword units. Depending on whether the source language formuleme's formal and/or semantic constituents are fully or partially retained in the target language, formulemes may be rendered literally or using translation shifts. If the target language formuleme's form and meaning are identical to those of its source language counterpart, word-for-word translation is used, which, however, proves to be an infrequent occurrence in English-to-Ukrainian and Ukrainian-to-English translation. Far more common are cases when the target language formuleme's form and/or meaning are non-identical to those of its source language counterpart, and so a translation shift takes place. The three basic shifts employed in rendering formulemes are found to be metaphoric transformation, explicitation and antonymic translation. In addition to the three techniques mentioned, contextual translation of formulemes is occasionally possible when conditioned by the pragmatics of the speech act.

Keywords: formuleme, literal translation, translation shift, metaphoric transformation, explicitation, antonymic translation.

Анотація

Стаття присвячена проблемі дослідження формулем в англійській та українській мовах із перекладознавчого ракурсу. Аналізовані полівербальні одиниці становлять окремий тип кліше поруч із прізвиськами-кліше, термемами та сентенсемами. Характерною ознакою цього класу фразем є позначення ними ритуалізованих мовленнєвих актів, які співвідносяться із внутрішнім станом мовця, часовим відрізком чи специфічною подією або станом речей. Формулеми слід розглядати як гіпоніми щодо формульних послідовностей та формул як англомовних понять, що, зі свого боку, трактуються як полівербальні одиниці. Залежно від того, чи формальні та/або семантичні складники формулеми мови оригіналу повністю або частково зберігаються в мові перекладу, формулеми можна передавати буквально або застосовуючи перекладацькі трансформації. Дослівний переклад використовується, якщо форма і значення одиниці в мові перекладу ідентичні її формі і значенню в мові оригіналу, що, однак, є нечастим явищем при перекладі з англійської на українську та з української на англійську. Частіше трапляються випадки, коли форма і/або значення одиниці в мові перекладу не ідентичні її формі і/або значенню в мові оригіналу, і, відтак, актуалізуються перекладацькі трансформації. Формулеми можуть відтворюватися за допомогою трьох основних трансформацій: метафоричного перетворення, описового перекладу та антонімічного перекладу. Окрім трьох вказаних способів, подекуди допускається також контекстуальний переклад формулем, що зумовлено прагматикою мовленнєвого акту.

Ключові слова: формулема, буквальный переклад, перекладацька трансформація, метафоричне перетворення, описовий переклад, антонімічний переклад.

1. Introduction

The 21st century has seen an unprecedented increase in the specialization and diversification of science. What was once construed and approached as a whole has become fragmented and

multidivisional inasmuch that each of its aspects either has already evolved or is still evolving into a separate fully-fledged branch with its attributes as well as further ramification. Translation studies are no exception to the rule. No sooner had the nascent discipline been isolated both theoretically and methodologically from linguistics and literary studies in the mid-20th c. than a multitude of its branches emerged. The two basic dimensions of translation studies outlined by Holmes (1972/1988) back in 1972 include "pure" and "applied" translation studies. The former were subdivided into theoretical and descriptive. In turn, theoretical translation studies were further fragmented into general and partial, the latter being split into area-, medium-, problem-, rank-, text-type-, and time-restricted. Thus, it is within problem-restricted partial theoretical "pure" translation studies that translation of phrasemes and, more specifically, *formulemes* falls.

Translation of phrasemes addresses a number of issues, such as rendering multiword units in correlation with 1) the text type; 2) their contextual function; 3) their referential, temporal and local features; 4) the linguistic and literary traditions of the source and/or target cultures; 5) the cultural and linguistic prescriptions of the source and/or target cultures; 6) the acceptability/unacceptability of certain phrasemes by specific cultures; 7) the effect produced on the target culture readership and the source culture readership. It follows from the above that rendition of phrasemes does not boil down to using their dictionary equivalents. Conversely, it is when the dictionary equivalent is unlikely to convey the adequate sense and produce the desired effect upon the reader in the given circumstances that phrasemes shift from the focus area of lexicographers to that of translation theorists.

At present, rendition of phrasemes faces two major problems.

Firstly, there exists a disproportion in the translational and lexicographic coverage of phrasemes by scholars, with a marked trend to view bound word-combinations as presenting limited interest on an interlingual scale to anyone other than dictionary compilers. Yet, in reality, bilingual dictionaries offer only out-of-context equivalents or analogues, which prove crucial in making the source language sense explicit to the translator but may fail to produce the desired effect upon the reader from a given cultural, ethnic, historical, political, social, etc. background. In such cases, the phraseme may be replaced with a contextual analogue, compensated, explained, or even removed from the target text. Occasionally, idiomatic language is also expected to be translated literally, which results in it sounding unnatural but, at the same time, fully complying with the style requirements, as in the brilliant example of Soviet bureaucratic jargon provided by Newmark: "To put it figuratively, foreign trade has become an important artery in the blood circulation of the Soviet Union's economic organism" (1988, p. 26).

Secondly, phrasemes constitute a rather heterogeneous class. Linguistic tradition has it that, according to different approaches, phrasemes may include idioms, collocations, binomials, euphemisms, phrasal verbs, clichés, proverbs and sayings, maxims, adages, etc. However, various types of bound word-combinations have their distinct structural, semantic, stylistic and pragmatic characteristics which may overlap in some contexts and diverge in others. This, in turn, presupposes the need for their discrete analysis by translation theorists in diverse text types, functional styles, communicative situations, cultural backgrounds and *linguoecological* landscapes.

And it is within this miscellaneous and translational under-studied class of phrasemes that *formulemes* as the focus of the present research fall.

2. Critical literature review

Theoretical studies of phrasemes in translation are relatively sparse. It is an infrequent occurrence that phrasemes are addressed as separate subject matter. Awwad (1990, p. 66) relies on a combination of structural and functional approaches, and identifies four correspondence categories idioms can fall into: 1) idioms with correspondence between functions and expressions; 2) idioms with corresponding functions but with slightly different expressions; 3) idioms with corresponding functions but with

completely different expressions; 4) idioms with no corresponding expressions and functions. A comparable, although cognitively-centered, typology is proposed by Charteris-Black (2003, pp. 130-135), who creates the conceptual metaphor AN IDIOM IS A HUMAN and thus delimits "Close Family Members" (idioms with an identical conceptual basis and identical surface lexis), "Ordinary Family Members" (idioms with an identical conceptual basis and similar surface lexis), "False Friends" (idioms with a different conceptual basis and similar surface lexis), "Friends" (idioms with a similar conceptual basis and different surface lexis), and "Strangers" (idioms with a different conceptual basis and different surface lexis). Korunets (Корунець, 2003, сс. 182-195) categorizes idioms and proverbs indiscretely from a perspective of an "equivalence – non-equivalence" continuum realized as the pentad "absolute equivalence – near equivalence – genuine analogy – approximate analogy – description". Retsker (Рецкер, 2007, сс. 143-165) offers a comparable view on translation of phrasemes but from a different – source language – perspective, delimiting figurative and non-figurative phrasemes, the former being conveyed with the full source language image preservation, partial source language image alteration, full source language image substitution and source language image elimination. In a similar vein, Proshina (Прошина, 2008, сс. 135-141) analyzes phrasemes according to their metaphoric/non-metaphoric nature and lists the shifts (known as transformations in the Soviet and post-Soviet translational traditions) employed in their rendition. Shifts in translation of phrasemes are also addressed, although under different names, by van der Merwe (2001, pp. 80-81) – as methods, by Zitawi (2003, p. 244) – as techniques, and by Strakšienė (2009, p. 14) – as strategies.

Theoretical accounts on binomials (also known as conjoint phrases of near-synonyms (Toury, 2012, p. 131)), collocations, phrasal verbs, metaphors in phrasemes (Прошина, 2008; Newmark, 1988; Toury, 2012) are equally found in translation studies. Bound word-combinations are also addressed as a supplementary factor influencing the naturalness of translation (Newmark, 1988, pp. 24-29).

Empirical research into phrasemes as a translation issue, although more extensive, remains predominantly restricted to specific literary works (Байкова & Скипина, 2021; Барбазюк, 2019; Коршунова, 2021; Renchin & Amgalan, 2021).

However, none of the studies discussed contains any mention of formulemes, which are frequently used in everyday communication, rarely have absolute equivalents when translated and yet remain an uncharted path in the 21st c. translation theory.

3. Aim and objectives

The aim of the present article is to investigate formulemes as a translation issue upon English and Ukrainian language material. Therefore, the two key research objectives include delimiting the term *formuleme* from its seeming counterparts (given the multivariance and incompatibility of modern phraseological terminology) as well as identifying the translation techniques and, more specifically, shifts involved in rendering this class of phrasemes from English into Ukrainian and vice versa.

4. Research methodology

The study falls within the scope of the structuralist paradigm and, thus, construes formulemes as operational units deriving both their existence and value from interaction with and interdependence on other elements of language system. The main method underlying the present research is the comparative translation analysis, which is premised on the juxtaposition of the form-and-meaning unity of the source language formuleme with that of the target language formuleme. The resulting correlation allows for delimiting the translation shifts actuated, i.e. all that appears as new with respect to the original, or fails to appear where it might have been expected (Popovič, 1970, p. 79). In addition, the paper contains elements of pragmatic analysis, the use of which is substantiated by the main distinctive feature of formulemes – their relevance to a specific range of speech acts. Therefore, the pragmatic values conveyed by the translated unit must equally be analyzed in the source language and the target language.

5. Research results and discussion

The present research relies on the phraseological terminology employed by Mel'čuk (2015). According to his conception of phrasemes, *formulemes* constitute a separate class of compositional semantic-lexemic phrasemes, i.e. clichés. The meaning of the latter is comprised of the semantic components carried by the cliché's lexemic components and is constrained with respect to the cliché's representation of its referent. Depending on whether the constraining referent is concrete or abstract and specific or generic, four classes of clichés can be singled out:

1) nicknames (whose referent is concrete and specific, i.e. an individual, an object, an event, etc., as in **Eng** *brown plague* – **Ukr** *коричнева чума*);

2) termemes (whose referent is concrete and generic, i.e. a class of individuals, objects, events, etc., as in **Eng** *German shepherd* – **Ukr** *німецька вівчарка*);

3) formulemes (whose referent is abstract and specific, i.e. a ritualized speech act concerning a particular situation, as in **Eng** *you don't say* – **Ukr** *і не кажи/кажіть*);

4) sentencemes (whose referent is abstract and generic, i.e. a general statement concerning a class of situations, as in **Eng** *nothing ventured, nothing gained* – **Ukr** *вовків бояться – в ліс не ходити*) (ibid., сс. 69-70).

Therefore, a *formuleme* is a cliché that has a specific abstract referent, i.e. a particular given situation. This situation can designate:

1) an internal state of the speaker, namely:

a) a conviction, e.g.:

Eng *all men are created equal* – **Ukr** *усі люди – рівні*

Ukr *вік – це тільки цифра в паспорті* – **Eng** *age is just a number*

b) a question, e.g.:

Eng *how are things with you?* – **Ukr** *як у тебе справи?*

Ukr *у якому плані/розумінні?* – **Eng** *how do you mean?*

c) a statement, e.g.:

Eng *mustn't complain* – **Ukr** *не скаржуся*

Ukr *буває й гірше* – **Eng** *could be worse*

d) a wish, e.g.:

Eng *break a leg!* – **Ukr** *ні пуху ні пера!*

Ukr *швидкого одужання!* – **Eng** *speedy recovery!*

2) a moment of time, e.g.:

Eng *what time do you make it? (BrE) / what time do you have? (AmE)* – **Ukr** *котра зараз година?*

Ukr *час закінчився!* – **Eng** *time's up!*

3) a specific event or state of affairs, e.g.:

Eng *will you marry me?* – **Ukr** *ти вийдеш за мене?*

Ukr *курсив автора* – **Eng** *italics mine*

The term *formuleme* is not to be confused with the seemingly synonymous *formulaic sequence*, which designates "a sequence, continuous or discontinuous, of words or other elements, which is, or appears to be, prefabricated: that is, stored and retrieved whole from memory at the time of use, rather than being subject to generation or analysis by the language grammar" (Wray, 2002, p. 9), and *formula*, which designates "a string of formulaic language with idiosyncratic conditions of use" (Schmitt & Carter, 2004, p. 4). Relying on the definitions provided, both may be regarded as umbrella terms which encompass formulemes and are roughly congruent with what Mel'čuk conceives as phrasemes. Yet, given the multitude of diverse denominations of the latter in various linguistic traditions, paradigms and conceptions, it is crucial to always proceed from a specific linguistic framework (sometimes adopted by as few as one scholar) endowed with its own terminology and concept hierarchy.

Although formulemes are not numerous in English and Ukrainian, they are extensively used in both writing and oral speech. This class of phrasemes is generally intelligible to non-native speakers possessing an intermediate knowledge of the foreign language. However, formulemes have a conventional structure which cannot be altered at the speaker's discretion. For instance, translating **Ukr** *пані та панове!* literally as **Eng** *Misters and Mistresses!* instead of the conventional **Eng** *ladies and gentlemen!* would sound comprehensible but utterly unnatural to native speakers of English.

Depending on whether the source language formuleme's formal and/or semantic constituents are fully or partially retained in the target language, *literal translation* or *translation shifts* are respectively employed.

If the target language form and meaning is identical to the source language form and meaning, the translation is *literal*, i.e. word-for-word:

Eng *the customer is always right* – **Ukr** *клієнт завжди має рацію*

Eng *it's just a matter of time* – **Ukr** *це тільки справа часу*

Eng *one for all, and all for one* – **Ukr** *один за всіх, і всі за одного*

Ukr – *Христос воскрес!* – *Воістину воскрес!* – **Eng** – *Christ is risen!* – *Truly/Indeed, He is risen!*

Ukr – *Христос рождається!* – *Славимо Його!* – **Eng** – *Christ is born!* – *Glorify Him!*

Ukr – *Христос хрещасться!* – *В ріці Йордані!* – **Eng** – *Christ is baptized!* – *In the River Jordan!*

In practice, such absolute equivalents prove to be a rare occurrence. Although literal translation is performed by rendering each word separately, certain divergences are permissible as long as they do not alter the semantics of any of the lexical constituents of a formuleme. Structural incompatibilities may include, amongst others, omission of a personal pronoun or a linking verb (which is conventional in Ukrainian but generally unacceptable in standard English), or even rendering one of the constituents with the help of a hypercorrect phraseme (as in *має рацію* that has supplanted the no longer considered prescriptive *правий* above).

If the target language form and/or meaning are non-identical to the source language form and/or meaning, a translation shift takes place. A *translation shift* (or a *translation transformation*) constitutes "any grammatical or lexical deviation in the target text from the formal linguistic structure of the source text" (Laver & Mason, 2018, p. 121). In this study, three basic translation shifts employed in rendering formulemes are identified: *metaphoric transformation*, *explicatory translation* and *antonymic translation*.

Metaphoric transformation presupposes a transference of the phrasemic meaning based on the similarity of the notions designated (Прошина, 2008, с. 43). The correspondence types thus established include *near equivalence*, *genuine analogy* and *approximate analogy* (using the terminology proposed by Korunets (Корунець, 2003, сс. 182-195)).

Near equivalence is the type of correspondence between the source language phraseme and the target language phraseme in which their forms are partly identical but their meanings are fully identical, as in:

Eng *have a nice day!* – **Ukr** *гарного дня!*

Eng *it has to be somewhere* – **Ukr** *десь воно тут було*

Eng *let's just kiss and make up!* – **Ukr** *а тепер помирилися!*

Eng *this too shall pass* – **Ukr** *і це мине*

Ukr *живи кожною хвилиною / цінуй кожну мить* – **Eng** *live each moment like it's your last*

Ukr *іди за своїм щастям* – **Eng** *follow your bliss*

Ukr *ти жартуєш!* – **Eng** *you must be joking! / you are kidding me!*

Ukr *як тобі таке, Лоне Маску?* – **Eng** *how do you like it, Elon Musk?*

Similar to absolute equivalents found in literal translation, near equivalents are also characterized by certain discrepancies in the form, but the latter prove to be conditioned by factors (cultural, historical, pragmatic, social, stylistic, etc.) other than language structure per se.

Genuine analogy is the type of correspondence between the source language phraseme and the target language phraseme in which their forms are non-identical but their meanings are fully identical, as in:

Eng *forgive and forget* – **Ukr** *що було, те загуло*

Eng *have you got the time?* (BrE) / *do you have the time?* (AmE) – **Ukr** *не підкажете, котра (зараз) година?*

Ukr *маємо те, що маємо* – **Eng** *it is what it is / we are where we are*

Ukr *що поробиш* – **Eng** *so it goes*

Approximate analogy is the type of correspondence between the source language phraseme and the target language phraseme in which their forms are non-identical but the meanings are partly identical, as in:

Eng *God has a plan* – **Ukr** *чоловік мислить, а Бог креслить/рядить*

(the English formuleme is translated as the Ukrainian sentenceme (proverb))

Eng *it will all look better in the morning* – **Ukr** *ніч прижсене, і ніч віджсене*

(the English formuleme is translated as the Ukrainian sentenceme (proverb))

Ukr *думки матеріальні* – **Eng** *what the mind can conceive, it can achieve*

(the Ukrainian formuleme is translated as the English sentenceme (proverb); besides, the Ukrainian formuleme may be used as a precaution)

Ukr *і я там був, мед-пиво тив, по бороді текло, а в рот не попало* – **Eng** *so there's a little tale for you, and for me some rolls and some honey too*

(the English explicitation is provided by Myrkovich (Миркович, 2017, с. 88); however, the analogue is unattested in authentic English texts)

Explicitation consists in making the information that is implicit in the source text explicit in the target text (Прошина, 2008, с. 44). This shift is generally used when the source language phraseme cannot be translated as a unit of the same rank (phraseme) and type (bound [phraseme]) in the target language, because there exists no equivalent or analogue, as in:

Eng *flattery will get you nowhere* – **Ukr** *не підлабузньоїся/підлецуйся*

Ukr *ось і казочці кінець, а хто слухав – молодець* – **Eng** *and this is the end of our fairy tale*

The distinctive feature of explicitation of formulemes and phrasemes, in general, is their deidiomization, i.e. the replacement of a phraseme with a non-phraseme, namely a word, a free word-combination, or a sentence.

Antonymic translation involves the transformation of an affirmative structure into a negative one or of a negative structure into a positive one (Бархударов, 1975, сс. 215-218). The shift may be realized at the level of words, phrases and sentences. The latter case is found in the formulemes below:

Eng *let's not reinvent the wheel* – **Ukr** *навіщо придумувати колесо?*

Ukr *"Я" – остання літера алфавіту* – **Eng** *there is no "I" in "team"*

It is noteworthy that, apart from the three translation shifts discussed, formulemes may occasionally be translated differently depending on their context. For instance, the English farewell formula *see you later, alligator!* can be rendered out of context as the Ukrainian *чао-какао!* Yet, if it is followed by the answer *in a while, crocodile!* or *after while, crocodile!*, the translator should focus on selecting or creating a pragmatic equivalent conveying not only the same message but equally similar expressive connotations. The new translation situation may be rendered into Ukrainian as follows: **Eng** – *See you later, alligator!* – *In a while, crocodile!* – **Ukr** – *Бувай, крокодиле!* – *Чао, гамадриле!*

6. Conclusions and implications for further research

Ontologically, formulemes constitute a specific type of clichés alongside nickname clichés, termemes and sentencemes. The distinctive characteristic of this class of phrasemes is that they designate a ritualized speech act which can correlate with an internal state of the speaker, a moment of time, or a specific event or state of affairs. Hierarchically, formulemes are to be regarded as a

hyponym of formulaic sequences and formulas viewed, in turn, as multiword units. Translatologically, depending on whether the source language formuleme's formal and/or semantic constituents are fully or partially retained in the target language, formulemes may be rendered literally or using translation shifts. If the target language form and meaning is identical to the source language form and meaning, word-for-word translation is used, which, however, proves to be an infrequent occurrence in English-to-Ukrainian and Ukrainian-to-English translation. Far more common are cases when the target language form and/or meaning are non-identical to the source language form and/or meaning, and so a translation shift takes place. The three basic shifts employed in rendering formulemes are found to be metaphoric transformation, explicatory translation and antonymic translation. In addition to the techniques discussed, contextual translation of formulemes is occasionally possible too when conditioned by the pragmatics of the speech act.

Further research focusing on the rendition of other types of phrasemes as well as on formulemes in languages other than English and Ukrainian will need to be undertaken to enhance our understanding of the status, functions and correspondence of multiword units in translation.

ЛІТЕРАТУРА

- Байкова, А. В., & Скипина, М. И. (2021). Особенности перевода английских фразеологизмов (на примере фразеологических единиц в художественном произведении Холли Смейл "Девушка-гик"). *Вестник Шадринского государственного педагогического университета*, 2, 239-246.
- Барбазюк, В. Ю. (2019). Анализ английских фразеологических единиц в политической речи Д. Маккейна и особенности их перевода. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 12(1), 33-37.
- Бархударов, Л. С. (1975). *Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода)*. Москва: "Международные отношения".
- Корунець, І. В. (2003). *Теорія і практика перекладу (аспектний переклад): підручник*. Вінниця: Нова Книга.
- Коршунова, Е. С. (2021). Фразеологический аналог как самый оптимальный способ перевода фразеологизмов в американской художественной литературе (на примере романа Харпер Ли "Убить пересмешника"). *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 14(10), 3100-3104.
- Миркович, І. Л. (2017). Англomовний казковий дискурс у контексті лінгвокультури. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*, 31(2), 86-89.
- Прошина, З. Г. (2008). *Теория перевода (с английского языка на русский и с русского языка на английский): уч. на англ. яз.* Владивосток: Изд-во Дальневост. университета.
- Рецкер, Я. И. (2007). *Теория перевода и переводческая практика. Очерки лингвистической теории перевода* (3-е изд., стереотип.). Москва: "Р. Валент".
- Awwad, M. (1990). Equivalence and translatability of English and Arabic idioms. *Papers and Studies in Contrastive Linguistics*, 26, 59-67.
- Charteris-Black, J. (2003). A prototype based approach to the translation of Malay and English idioms. In Granger, S., Lerot, J., & Petch-Tyson, S. (Eds.). *Corpus based approaches to contrastive linguistics and translation studies* (pp. 123-140). Amsterdam/New York: Rodopi.
- Holmes, J. S. (1972/1988). The name and nature of translation studies. *James S. Holmes, translated papers on literary translation and translation studies* (pp. 67-80). Amsterdam: Rodopi.
- Laver, J., & Mason, I. (2018). *A dictionary of translation and interpreting*. Retrieved from https://www.academia.edu/37923697/A_Dictionary_of_Translation_and_Interpreting.docx
- Mel'čuk, I. (2015). Clichés, an understudied subclass of phrasemes. *Yearbook of Phraseology*, 6, 55-86.
- Merwe, T. van der. (2001). Some aspects of the translation of idiomatic language usage. *Southern African Linguistics and Applied Language Studies*, 19(1-2), 67-82.

- Newmark, P. (1988). *A textbook of translation*. New York: Prentice-Hall International.
- Popovič, A. (1970). The concept "shift of expression" in translation analysis. In Holmes, J. S. (Ed.), *The nature of translation: Essays on the theory and practice of literary translation* (pp. 78-87). Bratislava: Publishing House of the Slovak Academy of Sciences.
- Renchin, B., & Amgalan, D. (2021). A study on the translation of idioms in the novel "David Copperfield" by Charles Dickens. *Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации*, 13, 399-404.
- Schmitt, N., & Carter, R. (2004). Formulaic sequences in action: An introduction. In Schmitt, N. (Ed.), *Formulaic sequences: Acquisition, processing and use* (pp. 1-22). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Strakšienė, M. (2009). Analysis of idiom-translation strategies from English into Lithuanian. *Studies about Languages*, 14, 13-19.
- Toury, G. (2012). *Descriptive translation studies – and beyond*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Wray, A. (2002). *Formulaic language and the lexicon*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Zitawi, J. (2003). English-Arabic dubbed children's cartoons: Strategies of translating idioms. *Across Languages and Cultures*, 4(2), 237-251.

REFERENCES

- Bajkova, A. V., & Skipina, M. I. (2021). Osobnosti perevoda anglijskikh frazeologizmov (na primere frazeologičeskikh edinit v khudozhestvennom proizvedenii Kholli Smejll "Devushka-gik"). *Vestnik Shadrinskogo gosudarstvennogo pedagogičeskogo universiteta*, 2, 239-246.
- Barbazyuk, V. Yu. (2019). Analiz anglijskikh frazeologičeskikh edinit v političeskoj reči D. Makkejna i osobnosti ikh perevoda. *Filologičeskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 12(1), 33-37.
- Barkhudarov, L. S. (1975). *Jazyk i perevod (Voprosy obščej i častnoj teorii perevoda)*. Moskva: "Mezhdunarodnie otnosheniya".
- Korunets, I. V. (2003). *Teoriia i praktika perekladu (aspektnyi pereklad): pidručnyk*. Vinnytsia: Nova Knyha.
- Korshunova, E. S. (2021). Frazeologičeskij analog kak samyj optimalnyj sposob perevoda frazeologizmov v amerikanskoj khudozhestvennoj literature (na primere romana Kharper Li "Ubit peresmeshnika"). *Filologičeskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 14(10), 3100-3104.
- Myrkovich, I. L. (2017). Anhlomovnyi kazkovyi diskurs u konteksti linhvokultury. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriia: Filolohiia*, 31(2), 86-89.
- Proshina, Z. G. (2008). *Teoriya perevoda (s anglijskogo yazyka na russkij i s russkogo yazyka na anglijskij): uch. na angl. yaz.* Vladivostok: Izd-vo Dalnevost. universiteta.
- Retsker, Ya. I. (2007). *Teoriya perevoda i perevodčeskaya praktika. Očerki lingvističeskoj teorii perevoda* (3-e izd., stereotip.). Moskva: "R. Valent".
- Awwad, M. (1990). Equivalence and translatability of English and Arabic idioms. *Papers and Studies in Contrastive Linguistics*, 26, 59-67.
- Charteris-Black, J. (2003). A prototype based approach to the translation of Malay and English idioms. In Granger, S., Lerot, J., & Petch-Tyson, S. (Eds.). *Corpus based approaches to contrastive linguistics and translation studies* (pp. 123-140). Amsterdam/New York: Rodopi.
- Holmes, J. S. (1972/1988). The name and nature of translation studies. *James S. Holmes, translated papers on literary translation and translation studies* (pp. 67-80). Amsterdam: Rodopi.
- Laver, J., & Mason, I. (2018). *A dictionary of translation and interpreting*. Retrieved from https://www.academia.edu/37923697/A_Dictionary_of_Translation_and_Interpreting.docx
- Mel'čuk, I. (2015). Clichés, an understudied subclass of phrasemes. *Yearbook of Phraseology*, 6, 55-86.

- Merwe, T. van der. (2001). Some aspects of the translation of idiomatic language usage. *Southern African Linguistics and Applied Language Studies*, 19(1-2), 67-82.
- Newmark, P. (1988). *A textbook of translation*. New York: Prentice-Hall International.
- Popovič, A. (1970). The concept "shift of expression" in translation analysis. In Holmes, J. S. (Ed.), *The nature of translation: Essays on the theory and practice of literary translation* (pp. 78-87). Bratislava: Publishing House of the Slovak Academy of Sciences.
- Renchin, B., & Amgalan, D. (2021). A study on the translation of idioms in the novel "David Copperfield" by Charles Dickens. *Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации*, 13, 399-404.
- Schmitt, N., & Carter, R. (2004). Formulaic sequences in action: An introduction. In Schmitt, N. (Ed.), *Formulaic sequences: Acquisition, processing and use* (pp. 1-22). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Strakšienė, M. (2009). Analysis of idiom-translation strategies from English into Lithuanian. *Studies about Languages*, 14, 13-19.
- Toury, G. (2012). *Descriptive translation studies – and beyond*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Wray, A. (2002). *Formulaic language and the lexicon*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Zitawi, J. (2003). English-Arabic dubbed children's cartoons: Strategies of translating idioms. *Across Languages and Cultures*, 4(2), 237-251.

List of abbreviations


Eng – English

Ukr – Ukrainian

Дата надходження до редакції 29.11.2021

Ухвалено до друку 21.12.2021

Author information

<p>Borys Dmytro Petrovych,</p> <p>PhD (Philology), Associate Professor at Department of English Philology, Kyiv National Linguistic University e-mail: dmytroborys@ukr.net</p>		<p>Fields of scientific interest</p> <p>General linguistics, contrastive linguistics, translation studies, sociolinguistics, lexicology (including derivation, neology, slang studies, and onomastics)</p>
---	---	---

УДК 81'01/08

DOI: <https://doi.org/10.32589/2311-0821.2.2021.252090>

Р.В. Васько

Київський національний лінгвістичний університет, Україна
e-mail: dnister@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6499-2972>

А.В. Корольова

Київський національний лінгвістичний університет, Україна
e-mail: allakor2008@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5541-5914>

Я.В. Капранов

Київський національний лінгвістичний університет, Україна
e-mail: skinner@ukr.net
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2915-038X>

ФОНОЛОГО-СЕМАНТИЧНА ТРАНСПОЗИЦІЯ ЕТИМОНА *'wete "вода" В АФРАЗІЙСЬКИХ, ІНДОЄВРОПЕЙСЬКИХ, АЛТАЙСЬКИХ, УРАЛЬСЬКИХ Й ДРАВДІЙСЬКИХ МОВАХ

Abstract

The article deals with the phonological and semantic reconstruction of Nostratic etymon *'wet and its genetic transformations that were restored on the basis of five language families.

The process of transposition of the generalized sign *'wet is established to have taken place in the development of sacred meanings in its semantic structure. These meanings were connected with the initial ideas of Nostratic native speakers about water as a liquid (substance) and its movement: horizontal, vertical, speed.

The motivational macromodel WATER – LIQUID / SUBSTANCE was built, which was gradually transformed into a universal metaphorical model WATER – MOVEMENT with three micromodels typical of the studied etymons of five language families: WATER – HORIZONTAL MOVEMENT (Afro-Asiatic *wadaʔe "water, river" (as a result of the initial fixation of figurative-sacred meanings "to fluctuate" and "long", preserved in the semantic transpositions of Indo-European roots of del-2 and del-5); WATER – VERTICAL MOVEMENT (Altaic *odV "rain", the meaning of which is completely preserved in the Indo-European root del-4 "rain"); WATER – SLOW MOVEMENT (VERTICAL-HORIZONTAL / SOURCE) (for Dravidian *vat- (-d-) and fixed in the semantic transpositions of the Indo-European del-5).

It is assumed that the polysemy of meanings influenced the phonological transpositions in the etymons of five language families, one of which is the transition from a simple form of Nostratic *t-root to extended (complex) preforms with *d-root.

The polysemy of meanings, as well as the phonological transposition in the etymologies of the five language families, probably took place according to two regular schemes: radial and chain-radial. The radial scheme of polysemy with phonological transposition is typical of Afro-Asiatic *wadaʔe "water, river"; Dravidian *vat- (-d-) "flow, run in a small stream"; Indo-European *wed- / *wod- / *ud- "water", meanwhile the chain-radial scheme with phonological transformations – of Altaic *odV "rain" and Uralic *wete "water".

Keywords: phonological and semantic transposition, Nostratic etymon, sacralization of meanings, radial and chain polysemy.

Анотація

У статті здійснено фонологічно-семантичну реконструкцію ностратичного етимона *'wet "вода" та його генетичних трансформ, відновлених на матеріалі мов п'яти сімей.

Установлено, що процес транспозиції генералізованого знака *'wet відбувався в напрямі розвитку в його семантичній структурі сакральних смислів, пов'язаних із первісними уявленнями носіїв ностратичних мов про воду як про рідину (субстанцію) та про її рух: горизонтальний, вертикальний, швидкість руху.

Побудовано мотиваційну макромодель ВОДА – РІДИНА / СУБСТАНЦІЯ, що поступово трансформувалася в універсальну метафоричну модель ВОДА – РУХ з трьома мікромоделями, характерними для досліджуваних етимонів п'ятьох мовних сімей: ВОДА – РУХ ПО ГОРИЗОНТАЛІ (для афразійського *wadaʔe "вода, річка" (як результат первісної фіксації образно-сакральних першозначень "коливатися" і "довгий", збережених у семантичних транспозиціях індоєвропейських коренів del-2 і del-5); ВОДА – РУХ ПО ВЕРТИКАЛІ (для алтайського *odV "дощ", значення якого повністю збереглося в індоєвропейському корені del-4 "дощ"); ВОДА – РУХ ПОВІЛЬНИЙ (ВЕРТИКАЛЬНО-ГОРИЗОНТАЛЬНИЙ / ДЖЕРЕЛЬНИЙ) (для дравідійського *vat- (-d-) і зафіксованого в семантичних транспозиціях індоєвропейського кореня del-5).

Зроблено припущення, що полісемія значень вплинула на фонологічні транспозиції в етимонах п'яти мовних сімей, одна з яких - це перехід від простої форми ностратичного *t-кореня до розширених (складних) праформ із *d-коренем.

Полісемія значень, а також фонологічна транспозиція в етимонах п'ятьох мовних сімей відбувалася, ймовірно, за двома закономірними схемами: радіальною і ланцюжково-радіальною. Радіальна схема полісемії із фонологічною транспозицією характерна для афразійського *wadaʔe "вода, річка"; дравідійського *vat- (-d-) "текти, бігти невеликим потоком"; індоєвропейського *wed- / *wod- / *ud- "вода" етимонів, тим часом ланцюжково-радіальна із фонологічними трансформами – для алтайського етимона *odV "дощ" й уральського етимона *wete "вода".

Ключові слова: фонологічно-семантична транспозиція, ностратичний етимон, сакралізація значень, радіальна і ланцюжкова полісемія.

Вступ

Термін "семантична реконструкція" (Березович, 2013, с. 199) у лінгвокомпаративістиці зазначається й досі дискусійним, як, власне, і сама процедура семантико-етимологічного аналізу, під якою найчастіше розуміють процес і способи відновлення первісного значення слова (плану змісту етимона як на рівні мовних груп, мовних сімей, так і на більш глибокому рівні – ностратичному) і яка перебуває в стадії методологічного пошуку ефективних інструментів для вивчення полісемії і семасіології загалом. Доцільність цього вкрай важливого етапу етимологічних пошуків по-різному оцінювалася вченими. Навіть О.М. Трубочов скептично ставився до необхідності виконання семантичної реконструкції і був переконаний, що "роль цієї процедури в етимологічних практиках є лише допоміжною [...]" (Трубочов, 2004, т. 1, с. 109).

І хоча останнім часом важливість семантичної реконструкції поряд із фонологічною обстоюють сучасні лінгвокомпаративісти (Бурлак, 2011; Корольова, 2014; Старостин, 2015), але кардинальні зрушення в цій сфері етимологічних пошуків, на думку Ж.Ж. Варбот, ще не відбулися, оскільки семантичну реконструкцію продовжують уважати слабкою стороною етимологічного аналізу (2012, с. 69).

Одна з причин такого скептицизму криється в тому, що історія значень слів важко підлягає систематизації, і тут важливу роль відіграє здатність етимолога "працювати в ризикованій сфері гіпотетичних конструктів" (Malkiel, 1962, p. 200), бо в семантиці праформ час від часу виявляються незвичні схеми й алгоритми, які не вписуються у формалізовані етапи порівняльно-історичного методу.

Семантична реконструкція передбачає інтерпретацію первісних смислів за допомогою еквівалентних значень сучасних мов. Результатом семантичної реконструкції є розгорнуте тлумачення значення праформи (Кострыкина, 2013, с. 7), що трактуємо як план змісту мовної одиниці, кодифікований засобами мертвої мови, який був актуальний для свідомості всіх її носіїв у певний доісторичний період.

При цьому первісний смисл – це універсальний, абстрактний, інваріантний конструкт, що відображає когнітивні здібності людської діяльності, характерної для конкретної доісторичної доби.

Найважливішим джерелом для семантичної реконструкції, в якому укорінено елементи архаїчного світогляду, Т.І. Вендіна вважає мотивацію слова, що свідчить про спосіб бачення предмета людиною, яка порівнювала різні, але подібні в її уяві реалії буття (Вендіна, 2002, с. 11).

У зв'язку з такою постановкою проблеми, не вирішеним і дотепер залишається питання про лінії (генетичні, ареальні) первісних семантичних процесів, зокрема процесу **семантичної транспозиції праформ** залежно від плану вираження (фонологічної оболонки). У статті зроблено спробу простежити цей зв'язок і з'ясувати, які фонологічно-семантичні процеси були властиві ностратичним етимонам і яким був сам процес семантичної транспозиції.

Мета статті – реконструювати процес фонологічно-семантичної транспозиції етимона *'wet "вода" та результати його відображення у свідомості носіїв ностратичних мов.

Виклад основного матеріалу. Узагальнення досвіду семантичного аналізу, накопиченого в порівняльно-історичних і діяхронічних студіях, усвідомлюється як одне з важливих завдань сучасної теорії реконструкції в її когнітивному спрямуванні (Дронова, 2012; Корольова, 2014; Черхава, 2017).

Семантична реконструкція, як уже зазначалося вище, орієнтована, за словами Ж.Ж. Варбот, на відновлення комплексу чинників (мовних, ментальних, культурних, соціальних та ін.), які сприяли формуванню та розвитку значення слова (2012, с. 73). У більш широкому когнітивно зумовленому плані семантична реконструкція передбачає "відновлення семантичної структури слова, його семантичних зв'язків з іншими словами і семантичних змін незалежно від правовної перспективи будь-якого рівня" (Толстая, 2013, с. 141). Такий підхід до тлумачення процедури реконструкції (Черхава, 2017) розглядається як **транссемантичний** (за В.М. Топоровим, 2004), який до її традиційного статусу емпіричного дослідження додає новий статус – теоретичний, безпосередньо пов'язаний із дослідженнями в просторі не однієї сім'ї, а із залученням даних макро- і гіперсімей, які належать до ностратичних (Капранов, 2015).

Реалізуючись у транссемантичному просторі у вигляді процедури **діяхронічної інтерпретації**, "семантична реконструкція вперше так вичерпно [...] здійснюється в просторі смислу, який для відновлення витоків походження слова надає змогу формувати рівень правовних конструктів у вигляді семантичних моделей або схем" (Капранов, 2017).

При цьому пошук більш глибоких смислів (Топоров, 1994, с. 127) є кінцевою метою етимологічних досліджень загалом. Як зазначає В.М. Топоров, "етимолог завжди працює, спираючись на власні енциклопедичні знання й свій науковий досвід, де алгоритмізовано схеми пошуку фонетичних / фонологічних відповідностей, і за цією аналогією він з часом звернеться до тих напрацювань, де будуть зберігатися відомості про схеми семантичних переходів" (там само, с. 128). Такі припущення підтримує Ж.Ж. Варбот і пише про те, що для "етимолога дуже важливо постійно узагальнювати накопичений досвід семантичного аналізу, точніше, відомості про закономірності змін значень лексем" (2002, с. 20).

В етимології, за словами О.Л. Березович, узагальнення результатів **семантичної деривації / транспозиції** передбачає формування моделей розвитку того чи іншого смислу, тобто стійких інваріантів (2000, с. 47), або, як уважає В.М. Топоров, типових схем смислотворення (1994, с. 126), що варіантно реалізуються в конкретних значеннях (Березович, 2000, с. 47).

Основним методом систематизації результатів семантичного аналізу в етимології є орієнтація на типи первинної мотивації, представлені в праформах певного лексико-семантичного варіанта або в праформах із певним значенням (Варбот, 1997, с. 35), тобто іншої лексико-семантичної групи.

Наукові витки систематизації результатів семантичного аналізу сягають одного з напрямів теорії когнітивно-семантичної реконструкції, який започатковано ще в 80-ті роки ХХ ст. у царині діяхронічної семантики. Остання послуговується здобутками класичної семасіології, яка була зосереджена на встановленні **семантичних законів** (Рахилина, 2000, с. 360) поряд з успішно апробованими фонологічними законами. Ключовим завданням діяхронічної семантики є встановлення типології розвитку значень слів на матеріалі різних, насамперед неблизькоспоріднених мов. Виходячи із цього завдання, предметом вивчення в діяхронічній

семантиці (яка вписалася у сферу когнітивної семантики) є не слово, як в етимології, а власне **семантичний перехід** (Грунтов, 2007; Зализняк, 2009), а результатом – конструкція універсальної (закономірної) семантичної схеми. Наприклад, К.В. Рахіліна вважає, що в такий парадигмі працює І. Світсер (Sweetser, 1990), яка встановила закономірну схему семантичних переходів / семантичних транспозицій для семи рос. 'слышать' – 'слушать' – 'обращать внимание' – 'сообщение' – 'знаменитость' – 'слава' (Рахіліна, 2000, с. 361).

Завдання систематизації окремих семантичних переходів полягає у виявленні регулярних зв'язків між фонологічними і семантичними конструктами, які лише в тісному альянсі є фіксаторами закономірностей явища полісемії, де всі операційні процедури пов'язані з реконструкцією причин мотивації в розвитку нових значень слова.

Семантична основа номінації розглядається як найбільш об'єктивна форма відображення ментальних уявлень. Ступінь об'єктивності знання, відображеного в мові, визначається **коефіцієнтом семантичної щільності** (наприклад, за допомогою вже вдало залученої в дисертації Я.В. Капранова математичної формули Т. Соренсена (Sorensen, 1948)) відповідних мовних структур. Природно, що найвищу семантичну щільність має те знання, яке зростається з найстійкішою мовною формою. Це знання зберігає внутрішня форма мовних одиниць (Березович, 2000, с. 33), яка не просто констатує факт зближення двох (і більше) ознак у значенні, реальних чи уявних, а інтерпретує цей зв'язок, прагнучи виявити його причину. Виявлення причин мотивації, тобто причини вибору тієї чи іншої ознаки як основи для мовного вираження певного значення, стало основою розроблення нового **транссемантичного підходу в теорії когнітивно-семантичної реконструкції**.

Саме пошук семантичної мотивації мовного позначення В.М. Топоров визначає як найближчу мету етимології майбутнього, яка може стати надійним джерелом реконструкції культурних моделей, з одного боку, і менталітету, який породжує ці моделі, з іншого. Етимологія в такому разі повинна ставити за мету відновлення корпусу актуальних першосмислів та їхньої мотивації загалом і розумітися як форма запису певної моделі світу й менталітету народу (1994, с. 127).

Реконструкція мотивації, за спостереженнями О.Л. Березович, може бути проведена після того, як переходи (зсуви) і паралелі (збіги) встановлені за відповідними парами словесних смислів, між якими колись проходили (або проходять зараз, можливо, за новою траєкторією) семантичні лінії. Необхідно схематично побудувати ці лінії, так звані семантико-мотиваційні паралелі, що демонструють подібні моделі смислового розвитку слів, у рамках яких відтворюється як власне перехід значення, так і його мотивація (2000, с. 204).

Основу семантичної мотивації, як вважає К.І. Якушкіна, становить найменування певної ознаки денотата, покладеного в основу його номінації. Між новою назвою і значенням, на базі якого відбувся розвиток, виникають відношення семантичної мотивації, які вказують на когнітивний зв'язок між порівнюваними відповідними ознаками у свідомості носія мови. Цей зв'язок виражається через два основні типи семантичної транспозиції: **метонімію** або **метафору** (Якушкіна, 2003, с. 23).

Однак не для всіх слів можна однозначно реконструювати мотивацію внаслідок їхньої широкої багатозначності, оскільки досліджуване значення може бути похідним від значень інших слів.

Надійність визначення первинної мотивації залежить від обсягу матеріалу, точності його фонологічно-семантичної реконструкції, а також від ступеня мовної та діякронічної однорідності (Варбот, 1997, с. 64).

Мотивоване значення через свою мотиваційну ознаку (внутрішню форму) відображає реальну або уявну властивість денотата. Це має місце на першому рівні аналізу мотивації (Толстая, 2002). Інформація, яку в результаті цього аналізу можна отримати з внутрішньої

форми слова, дає зрозуміти, яка мотиваційна ознака покладена в основу нового значення. С.М. Толстая (там само) вважає, що набагато більше інформації про світ може бути вилучено, якщо звернутися до другого рівня аналізу мотивації, тобто, коли надається аргументація / інтерпретація, чому та чи інша ознака обрана за основу номінації. Причина такого вибору лежить у сфері ментальних уявлень носіїв мови. Є випадки, коли причина вибору ознаки мотивації прозора і не потребує пояснення, однак здебільшого мотивація є не настільки очевидною, і тоді слід звертатися до ментальних образів, міфологічних уявлень, ритуальної сфери або практичного досвіду (цит. за пр.: Березович, 2004).

Побудова мотиваційних моделей фонологічно-семантичних транспозицій ностратичного етимона **wet* "вода" і виявлення підстав для вибору ознак метафоричної номінації, які можна умовно назвати принципами номінації, дозволить реконструювати певний фрагмент мовної картини світу народів як нащадків ностратичної свідомості (див. Табл. 1).

Таблиця 1

Ностратичний матеріал для етимона **wet* "вода"

Ностратична макросім'я		Афразійська сім'я		Індоевропейська сім'я		Алтайська сім'я		Уральська сім'я		Дравідійська сім'я	
ПВ	ПЗ	ПВ	ПЗ	ПВ	ПЗ	ПВ	ПЗ	ПВ	ПЗ	ПВ	ПЗ
* <i>wet</i>	"вода"	* <i>wadaʔe</i>	"вода, річка"	* <i>wed-</i> / * <i>wod-</i> / * <i>ud-</i>	"вода"	* <i>odV</i>	"дощ"	* <i>wete</i>	"вода"	* <i>vat-</i> (-d-)	"текти, бігти невеликим потоком"
* <i>w</i>		* <i>w</i>		* <i>w</i>				* <i>w</i>		* <i>v</i>	
* <i>e</i>		* <i>a</i>		* <i>e</i> / * <i>o</i> / * <i>u</i>		* <i>o</i>		* <i>e</i>		* <i>a</i>	
* <i>t</i>		* <i>d</i>				* <i>d</i>		* <i>t</i>		* <i>t</i> (* <i>d</i>)	
		* <i>a</i>						* <i>e</i>			

Умовні скорочення: ПВ – план вираження; ПЗ – план змісту

Попередній аналіз реконструйованих етимонів на рівні сім'ї: Алт. **odV* "дощ" / Афр **wadaʔe* "вода, річка" / Драв. **vat-* (-d-) "текти, бігти невеликим потоком" / ІЄ **wed-* / **wod-* / **ud-* "вода" / Урал. **wete* "вода" в проєкції до Ностр. **wet* "вода" - демонструє ймовірний процес транспозиції генералізованого знака **wet* у напрямі розвитку в його семантичній структурі сакральних смислів, пов'язаних із первісними уявленнями носіїв ностратичних мов про воду як про рідину (субстанцію). Сакралізація (полісемантизм) подальших значень Ностр. **wet* "вода", мотивована зміною уявлень про цю першостихію, відбувалася й на рівні фонологічних транспозицій в етимонах п'яти мовних сімей: шляхом переходу від простої форми ностратичного **t*-кореня до розширених (складних) праформ із **d*-коренем.

Про такі переходи на матеріалі індоєвропейських коренів пише А.Б. Міхальов, який переконує в тому, що їхній фонд є експланаторним матеріалом для вивчення звукозображальних витоків номінації, а головне, напрямів лексико-семантичної еволюції (Михалев, 2013, с. 80).

Важливі результати з опрацювання індоєвропейських коренів із початковим *d*- отримав А.Б. Міхальов, і передовсім ті, що представлені шляхом його власної інтерпретації семантичних конфігурацій кореня **del-** (там само, с. 81), з-поміж яких звертаємо увагу на **del-2** та одне з його значень "коливатися"; **del-4** зі значенням "дощ" (та його відповідниками і семантичними дериватами > ср.ірл. *delt* "роса", брет. *delt* "вологий, мокрий") і **del-5** з умовним значенням "довгий" (де також наявні семантичні трансформи на зразок > днор. *talma* "уповільнювати", ср.н.н. *talmen* "повільний", уельск. *dal, dala, daly* "затримувати, призупинити").

Не складно помітити в наведених генетичних праформах фонологічні опозиції **t*- і **d*- / **d*- і **t*- коренів та їхні семантичні зв'язки, об'єднані генералізованою семою 'рідина' Ностр **wet* та новими значеннями "річка", "дощ" і "текти повільно" як результат дивергентно-конвергентного семантичного розвитку його відповідників.

Виходячи із цих спостережень, можемо припустити, що для ностратичного етимона та його генетичних праформ на рівні кожної сім'ї характерною є **мотиваційна макромоделю ВОДА – РІДИНА / СУБСТАНЦІЯ**, що поступово трансформувалася в метафоричну модель із відповідними мікромоделюми.

У процесі дивергентно-конвергентного розвитку ностратичного етимона *'wet його мотиваційна макромоделю **ВОДА – РІДИНА / СУБСТАНЦІЯ** трансформується в метафоричну модель: **ВОДА – РУХ** із трьома мікромоделюми:

1. ВОДА – РУХ ПО ГОРИЗОНТАЛІ (для Афр. *wadaʔe "вода, річка" (як результат первісної фіксації образно-сакральних першозначень "коливатися" і "довгий", збережених у семантичних транспозиціях ІЄ коренів **del-2** і **del-5**).

2. ВОДА – РУХ ПО ВЕРТИКАЛІ (для Алт. *odV "дощ", значення якого повністю збереглося в ІЄ корені **del-4** "дощ").

3. ВОДА – РУХ ПОВІЛЬНИЙ (ВЕРТИКАЛЬНО-ГОРИЗОНТАЛЬНИЙ / ДЖЕРЕЛЬНИЙ) (для Драв. *vat- (-d-) і також зафіксованого в семантичних транспозиціях ІЄ кореня **del-5**).

При цьому зауважимо, що для ІЄ праформ із d-коренями *'wed- / *'wod- / *'ud- "вода" та Урал. етимона *wete "вода" при фонологічній транспозиції (з опозицією *t- / *d- для першої сім'ї і збереженням *t- кореня, але із додаванням *e в ауслауті – для другої як результат дії двох фонологічних законів: закону про відкритий склад й закону про сингармонізм) мотиваційна семантична макромоделю не зазнала трансформацій ностратичної семи 'рідина'.

Для представлення гіпотетичного сценарію розпаду ностратичного етимона основну увагу все ж таки зосереджуємо на: 1) опозиції *t-коренів і *d-коренів у **фонологічно-семантичних структурах етимонів п'ятьох сімей** з урахуванням хронології розвитку ностратичного етимона (А.А. Залізник (2015), В.В. Напольських (1994) та ін.) у такій послідовності: ностратична прамова розпалася приблизно в 12–10 тис. до н. е. із датуванням у цей же період афразійської сім'ї, далі, ймовірно, відділилася індоєвропейська прамова – у 8–6 тис. до н. е., потім алтайська – у 6 тис. до н. е., уральська – у 5–3 тис. до н. е., дравідійська – у 4 тис. до н. е. Цей хронологічний ланцюг дає змогу лише припустити послідовність розпаду Ностр. етимона, проте не є остаточним у прийнятті рішень.

Намагаючись відтворити гіпотетичний процес розпаду ностратичної прамови, можна говорити про переважання більшою мірою радіальної схеми в розвитку полісемії ностратичного значення, меншою – ланцюжкової схеми.

Припускаємо, що розпад Ностр. етимона *'wet "вода" і подальший його розвиток відбувався за **радіальною схемою** полісемії для першої і третьої метафоричних мікромоделю із фонологічною опозицією *t-коренів і *d-коренів: Ностр. *'wet "вода" трансформується в Афр. *wadaʔe "вода, річка"; Драв. *vat- (-d-) "текти, бігти невеликим потоком"; ІЄ *'wed- / *'wod- / *'ud- "вода", мотивованою сакралізацією першоуявлень про воду як про річку, що вважалася сакральним місцем для здійснення ритуалу жертвності, а також як повільну течію води, ймовірно за все, – із життєдайного джерела, що зілювало і теж пов'язувалося з уявленнями про воду як про річку, куди повільно стікає джерельна вода.

Припускаємо, що Ностр. етимон *'wet "вода" трансформується в Афр. праформу *wadaʔe, у семантичній структурі якої метафоричне щодо основного значення "річка" у Драв. етимона *vat- (-d-) через дивергентно-конвергентні зв'язки розвинулося, можливо, значення "текти, бігти невеликим потоком", якщо припустити субстратну природу Афр. семантичного конструкта як гіпотетичного посередника між Ностр. і Драв. мовними об'єднаннями, хоча й різного статусу. Таке припущення ґрунтується на позиції С.А. Старостіна й А.Ю. Мілітарьова, які вважають Афр. окремою макросім'єю, бо обчислений глотохронологічним методом її вік є такий, як і вік ностратичної макросім'ї (URL: <http://thule.primordial.org.ua/starostin-militarev.htm>).

Тим часом А.Б. Долгопольський (1971) відносить Афр. до ностратичної макросім'ї, а тому, за нашими спостереженнями, фонологічна схема розвитку Ностр. форми вже під впливом нового її смислового сакрального контексту відображає перехід простої форми з *t-коренем, тобто глухої *t у Ностр. *'wet, у складну форму з *d-коренем – дзвінкої *d - в Афр. *wadaʔe з двома варіантами в Драв. етимоні *vat- (-d-).

Радіальна схема розвитку Ностр. етимона відображає дві тенденції: 1) дзвінкість *d із характерною для цієї прафонемі звукообразальністю в Афр. *wadaʔe та 2) продуктивність словотвору в ІЄ етимонах із **d-коренем**: *'wed- / *'wod- / *'ud- (знак дефіса "-" після етимона вказує на продуктивність форми).

Для **другої мотиваційної мікромоделі** гіпотетично можливими були дві схеми розвитку Ностр. етимона за посередництва ІЄ праформ *'wed- / *'wod- / *'ud- "вода": **ланцюжкова полісемія** – в Урал. етимоні *wete "вода" та від нього в Алт. трансформі *odV "дощ", а також імовірна **ланцюжково-радіальна полісемія**: в Алт. трансформі *odV "дощ" й одночасно в Урал. етимоні *wete "вода".

Сакральне значення дощу було мотивоване ритуалами носіїв алтайських мов, які для виклику дощу здебільшого зверталися до шаманів. У чашу для ритуалів набиралася вода з джерела й залишалася на всю ніч у місці, де в ній відображалось небо для набуття необхідної енергії і живильних якостей. Кажуть, що ці властивості надає воді відображення неба, і між небесною та водною стихіями встановлюється зв'язок. На ранок шаман піднімав воду над головою, начебто наближаючи її до неба, і закликав воду з небес пролитися дощем на землю (URL: <https://www.advantour.com/rus/russia/altai/shamanism/rituals.htm>).

Наскільки вірогідними у своїй хронологічній послідовності є семантичні модуляції (Васько, 2016) ІЄ праформ (тобто ІЄ > Алт.; ІЄ > Урал. або ІЄ > Урал. > Алт.), можемо лише припускати, спираючись на полярні концепції урало-алтайської гіпотези. Одні вчені аргументують генетичну спорідненість мов у межах ностратичної гіпотези (радіальний зв'язок), тим часом інші (Stachowski, 2015) – припускають ареальні (конвергентні) зв'язки (радіально-ланцюжкову полісемію), тобто фонологічно-семантичні транспозиції пояснюють "сибірським конгломератом" мов, а не макросім'єю (там само).

Для другої мотиваційної моделі матеріал більшою мірою показує ланцюжкову схему розвитку етимонів, адже спільні дві фонологічні характеристики: аблаутні білабіальні *w й вокалічні *e в ІЄ *'wed- / *'wod- / *'ud- й в Урал. *wete, а також спільна генералізована сема 'рідина' для етимонів двох сімей відображає закономірну тенденцію переходу від закритого складу до відкритого, яка згодом сприяла появі сингармонізму в Алт. *odV і, як наслідок, виникненню сакралізованого ритуального значення "дощ". Локалізацію алтайців й уральців на сусідніх територіях та їхні тісні контакти між собою не виключає М. Стаховський (2015), який уважає, що, ймовірно, гармонія голосних розвинулася в алтайській під впливом уральської сім'ї мов як рештки доалтайського субстрату. Зважаючи на наявність вокалічних фонем одного ряду в анлауті й ауслауті Урал. *wete, можна припустити, що розвиток сингармонізму міг початися ще в доуральський період (навіть у ностратичний), який згодом за посередництва уральської сім'ї мов перейшов, закріпився й розвинувся в алтайський період. Не виключаємо також конвергентні зв'язки Драв. *vat- (-d-) "текти, бігти невеликим потоком" з Алт. *odV "дощ" у напрямі ланцюжкової схеми розвитку нового значення.

Висновки. Отже, в результаті реконструкції процесу фонологічно-семантичної транспозиції Ностр. *wet представляємо закономірну схему розвитку його полісемії і, відповідно, архісеми 'рідина', що не зазнала трансформацій в ІЄ й Урал. етимонах, проте мотиваційно актуалізувала нову архісему 'рух' й нові значення в Афр., Алт. і Драв. етимонах. Реконструйовані семантичні переходи демонструють регулярність фонологічних транспозицій, які разом із семантичними зумовлювали розвиток нових значень у досліджуваних етимонах, не втрачаючи зв'язків

із ностратичною праформою та її трансформами. Фонологічна транспозиція демонструє регулярність дії двох законів, які простежуються у складі однієї морфеми: а) закону про альтернацію в групі консонантних (за глухістю / дзвінкістю), зокрема для *t / *d, б) закону про альтернацію в групі вокалічних *e - *o - *u в ІЄ етимонах *wed- / *wod- / *ud-. Для Афр. й ІЄ збереглися спільні характеристики аблаутної білабіальної *w у Ностр. *wet, Афр. *wadaʔe та Урал. *wete.

Полісемія значень, а також фонологічна транспозиція в етимонах п'ятьох мовних сімей відбувалася, ймовірно, за радіальною схемою, характерною для Афр. *wadaʔe "вода, річка"; Драв. *vat- (-d-) "текти, бігти невеликим потоком"; ІЄ *wed- / *wod- / *ud- "вода", та ланцюжково-радіальною – для Алт. *odV "дощ" й Урал. *wete "вода".

Перспективи подальших досліджень полягають у виконанні реконструкції зв'язків діахронічних і сучасних значень лексем із семантикою води і дощу в різних мовах, що належать до ностратичних.

СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

Алт. – алтайська сім'я, алтайські мови, алтайська прамова, алтайський етимон

Афр. – афразійська сім'я, афразійські мови, афразійська прамова, афразійський етимон

Драв. – дравідійська сім'я, дравідійські мови, дравідійська прамова, дравідійський етимон

ІЄ – індоєвропейська сім'я, індоєвропейські мови, індоєвропейська прамова, індоєвропейський етимон

Ностр. – ностратична сім'я / макросім'я, ностратичні мови, ностратична прамова, ностратичний етимон

Урал. – уральська сім'я, уральські мови, уральський етимон

ЛІТЕРАТУРА

- Березович, Е. Л. (2000). *Русская топонимия в этнолингвистическом аспекте*. Екатеринбург: Издательство Уральского университета.
- Березович, Е. Л. (2004). К этнолингвистической интерпретации семантических полей. *Вопросы языкознания*, 6, 3-24.
- Березович, Е. Л. (2014). О семантико-мотивационной реконструкции лексики. *Филология*, 199-214.
- Бурлак, С. (2011). *Происхождение языка: Факты, исследования, гипотезы*. Москва: Астрель; CORPUS.
- Варбот, Ж. Ж. (1997). К этимологии славянских прилагательных со значением 'быстрый'. III. В *Этимология. 1994-1996* (с.с. 35-46). Москва: Наука.
- Варбот, Ж. Ж. (2002). Из семантического опыта этимологии. В *Белорусский и другие славянские языки: семантика и прагматика*. Материалы международной научной конференции "Вторые Супруновские чтения". Минск, 28-29 сентября 2001 г. (с.с.14-22).
- Варбот, Ж. Ж. (2012). *Исследования по русской и славянской этимологии*. Москва; Санкт-Петербург: Нестор-История.
- Васько, Р. В. (2016). Семантична модуляція соматизмів رأس / head / голова у фразеотрансформах арабської, англійської, української та російської мов. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія*, 19(1), 26-36.
- Вендина, Т. И. (2002). *Средневековый человек в зеркале старославянского языка*. Москва: Индрик.
- Грунтов, И. А. (2007). "Каталог семантических переходов" – база данных по типологии семантических изменений. В *Компьютерная лингвистика и информационные технологии*. Материалы конференции "Диалог' 2007" (с.с. 157-161). Москва: РГГУ.

- Долгопольский, А. Б. (1968). Ностратические этимологии и происхождение глагольных формантов. В *Этимология* (с.с. 237-242). Москва: АН СССР. Ин-т русского языка.
- Дронова, Л. П. (2012). Поиски оптимизации семантической реконструкции. *Вестник Томского государственного университета. Серия Филология*, 282, 212-215.
- Дронова, Л. П. (2006). *Становление и эволюция модально-оценочной лексики русского языка: этнолингвистический аспект*. Томск: Издательство Томского университета.
- Зализняк, А. А. (2009). О понятии семантического перехода. В *Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии*. Материалы ежегодной Международной конференции "Диалог 2009", Бекасово, 27-31 мая 2009 г. (Вып. 8(15), сс. 107-111). Москва: РГГУ.
- Залізняк, Л. Л. (2015). Фінальний палеоліт – доба кардинальних змін. *Археологія*, 2, 3-18.
- Капранов, Я. В. (2017). Апробація методу діахронічної інтерпретації у макрокомпаративістиці. В *Наука і вища освіта*. Тези доповідей XXVI міжнародної наукової конференції студентів і молодих учених, Запоріжжя, 15 листопада 2017 р. (сс. 224-225). Запоріжжя: Класичний приватний університет.
- Капранов, Я. В. (2015). Історико-генетичні витоки поняття ностратичної прамови у сучасному порівняльно-історичному мовознавстві. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 9. Сучасні тенденції розвитку мов*, 13, 86-92.
- Корольова, А. В. (2014). Когнітивна лінгвокомпаративістика: від реконструкції прамовних форм до реконструкції структур свідомості. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія*, 17(2), 94-101.
- Кострыкина, С. Е. (2013). *Семантическая реконструкция прагерманских форм *biʒjanan и *saljanan (на материале древнегерманских библейских текстов)* (Автореферат кандидатской диссертации). Волгоградский государственный социально-педагогический университет, Волгоград.
- Михалев, А. Д. (2013). Семантическая интерпретация индоевропейских корней: омонимия или полисемия? В *Теоретические и прикладные аспекты исследования языков народов мира. Симпозиум XI*. Материалы VII Международного конгресса (Ч. 1, сс. 79-86).
- Напольских, В. В. (1994). О времени и исторических условиях урало-тохарских контактов. *Journal de la Société Finno-Ougrienne*, 85, 37-39.
- Рахилина, Е. В. (2000). *Когнитивный анализ предметных имен: семантика и сочетаемость*. Москва: Русские словари.
- Старостин, Г. С. (2015). *К истокам языкового разнообразия. Десять бесед о сравнительно-историческом языкознании с Е. Я. Сатановским*. Москва: Издательский дом "Дело" РАНХиГС.
- Старостин, С. А., & Милитарев, А. Ю. *О древе языков (обзор мнений)*. Взято с <http://thule.primordial.org.ua/starostin-militarev.htm>
- Толстая, С. М. (2002). Мотивационные семантические модели и картина мира. *Русский язык в научном освещении*, 1(3), 112-127.
- Толстая, С. М. (2013). Семантическая реконструкция и лексическая типология. В А. М. Молдован, С. М. Толстая (Отв. ред.), *Славянское языкознание*. Материалы XV Международного съезда славистов. Минск, 21-27 августа 2013 г. (сс. 141-163). Минск.
- Топоров, В. Н. (1994). Из индоевропейской этимологии. V (1). В *Этимология. 1991-1993* (сс. 126-154). Москва.
- Топоров, В. Н. (2004). *Исследования по этимологии и семантике. Т. I: Теория и некоторые частные ее приложения*. Москва: Языки славянской культуры.
- Трубачев, О. Н. (2004). *Труды по этимологии: Слово. История. Культура. Т. I*. Москва: Языки славянской культуры.
- Черхавя, О. О. (2017). *Реконструкція теолінгвістичної матриці релігійно-популярного дискурсу (на матеріалі англійської, німецької та української мов)* [монографія]. Київ: Видавничий центр КНЛУ.

- Шаманские ритуалы*. Взято с <https://www.advantour.com/rus/russia/altai/shamanism/rituals.htm>
Якушкина, Е. И. (2003). *Сербохорватская этическая лексика в этнолингвистическом освещении* (Кандидатская диссертация). Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва.
- Malkiel, J. (1962). Etymology and General Linguistics. *Word*, 18(1-3), 198-219. doi: 10.1080/00437956.1962.11659774
- Sørensen, T. (1948). A method of establishing groups of equal amplitude in plant sociology based on similarity of species and its application to analyses of the vegetation on Danish commons. *Biologiske Skrifter / Kongelige Danske Videnskabernes Selskab*, 5(4), 1-34.
- Stachowski, M. (2015). Turkic Pronouns against a Uralic Background. *Iran and the Caucasus*, 19(1), 79-86.
- Sweetser, E. (1990). *From Etymology to Pragmatics Metaphorical and Cultural Aspects of Semantic Structure*. Cambridge: Cambridge University Press.

REFERENCES

- Berezovich, E. L. (2000). *Russkaja toponimija v jetnolingvisticheskom aspekte*. Ekaterinburg: Izdatel'stvo Ural'skogo universiteta.
- Berezovich, E. L. (2004). K jetnolingvisticheskoj interpretacii semanticheskikh polej. *Voprosy jazykoznanija*, 6, 3-24.
- Berezovich, E. L. (2014). O semantiko-motivacionnoj rekonstrukcii leksiki. *Filologija*, 199-214.
- Burlak, S. (2011). *Proishozhdenie jazyka: Fakty, issledovanija, gipotezy*. Moskva: Astrel'; CORPUS.
- Varbot, Zh. Zh. (1997). K jetimologii slavjanskih prilagatel'nyh so znacheniem 'bystryj'. III. V *Jetimologija. 1994-1996* (ss. 35-46). Moskva: Nauka.
- Varbot, Zh. Zh. (2002). Iz semanticheskogo opyta jetimologii. V *Belorusskij i drugie slavjanskie jazyki: semantika i pragmatika*. Materialy mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii "Vtorye Suprunovskie chtenija". Minck, 28-29 sentjabrja 2001 g. (ss.14-22).
- Varbot, Zh. Zh. (2012). *Issledovanija po russkoj i slavjanskoj jetimologii*. Moskva; Sankt-Peterburg: Nestor-Istorija.
- Vas'ko, R. V. (2016). Semantychna moduliatsiia somatyzmiv رأس / head / holova u frazeotransformakh arabs'koi, anhlijs'koi, ukrains'koi ta rosij's'koi mov. *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho lnhvistychnoho universytetu. Serija Filolohiia*, 19(1), 26-36.
- Vendina, T. I. (2002). *Srednevekovyj chelovek v zerkale staroslavjanskogo jazyka*. Moskva: Indrik.
- Gruntov, I. A. (2007). "Katalog semanticheskikh perehodov" – baza dannyh po tipologii semanticheskikh izmenenij. V *Komp'juternaja lingvistika i informacionnye tehnologii*. Materialy konferencii "Dialog' 2007" (ss. 157-161). Moskva: RGGU.
- Dolgopol'skij, A. B. (1968). Nostraticheskie jetimologii i proishozhdenie glagol'nyh formantov. V *Jetimologija* (ss. 237-242). Moskva: AN SSSR. In-t russkogo jazyka.
- Dronova, L. P. (2012). Poiski optimizacii semanticheskoi rekonstrukcii. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija Filologija*, 282, 212-215.
- Dronova, L. P. (2006). *Stanovlenie i jevoljucija modal'no-ocenocnoj leksiki russkogo jazyka: jetnolingvisticheskij aspekt*. Tomsk: Izdatel'stvo Tomskogo universiteta.
- Zaliznjak, A. A. (2009). O ponjatii semanticheskogo perehoda. V *Komp'juternaja lingvistika i intellektual'nye tehnologii*. Materialy ezhegodnoj Mezhdunarodnoj konferencii "Dialog 2009", Bekasovo, 27-31 maja 2009 g. (Vyp. 8(15), ss. 107-111). Moskva: RGGU.
- Zalizniak, L. L. (2015). Final'nyj paleolit – doba kardynal'nykh zmin. *Arkheolohiia*, 2, 3-18.
- Kapranov, Ya. V. (2017). Aprobatsiia metodu diakhronichnoi interpretatsii u makrokomparatyvistysi. V *Nauka i vyscha osvita. Tezy dopovidej XXVI mizhnarodnoi naukovoi konferencii studentiv i molodykh uchenykh*, Zaporizhzhia, 15 lystopada 2017 r. (ss. 224-225). Zaporizhzhia: Klasychnyj pryvatnyj universytet.

- Kapranov, Ya. V. (2015). Istoryko-henetychni vytoky poniattia nostratychnoi pramovy u suchasnomu porivnial'no-istorychnomu movoznavstvi. *Naukovyj chasopys Natsional'noho pedahohichnoho universytetu imeni M. P. Drahomanova. Serii 9. Suchasni tendentsii rozvytku mov*, 13, 86-92.
- Korol'ova, A. V. (2014). Kohnityvna linhvokomparatyvistyka: vid rekonstruktsii pramovnykh form do rekonstruktsii struktur svidomosti. *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho linhvistychnoho universytetu. Serii Filolohiia*, 17(2), 94-101.
- Kostrykina, S. E. (2013). *Semanticheskaja rekonstrukcija pragermanskikh form *bužjanan i *saljanan (na materiale drevnegermanskikh biblejskikh tekstov)* (Avtoreferat kandidatskoj dissertacii). Volgogradskij gosudarstvennyj social'no-pedagogicheskij universitet, Volgograd.
- Mihalev, A. D. (2013). Semanticheskaja interpretacija indoevropskikh kornej: omonimija ili polisemija? V *Teoreticheskie i prikladnye aspekty issledovanija jazykov narodov mira. Simpozium XI. Materialy VII Mezhdunarodnogo kongressa* (Ch. 1, ss. 79-86).
- Napol'skih, V. V. (1994). O vremeni i istoricheskikh uslovijah uralo-toharskikh kontaktov. *Journal de la Societe Finno-Ougrienne*, 85, 37-39.
- Rahilina, E. V. (2000). *Kognitivnyj analiz predmetnyh imen: semantika i sochetaemost'*. Moskva: Russkie slovari.
- Starostin, G. S. (2015). *K istokam jazykovogo raznoobrazija. Desjat' besed o sravnitel'no-istoricheskom jazykoznanii s E. Ja. Satanovskim*. Moskva: Izdatel'skij dom "Delo" RANHiGS.
- Starostin, S. A., & Militarev, A. Ju. *O dreve jazykov (obzor mnenij)*. Vzjato s <http://thule.primordial.org.ua/starostin-militarev.htm>
- Tolstaja, S. M. (2002). Motivacionnye semanticheskie modeli i kartina mira. *Russkij jazyk v nauchnom osveshhenii*, 1(3), 112-127.
- Tolstaja, S. M. (2013). Semanticheskaja rekonstrukcija i leksicheskaja tipologija. V A. M. Moldovan, S. M. Tolstaja (Otv. red.), *Slavjanskoe jazykoznanie. Materialy XV Mezhdunarodnogo syezda slavistov*. Minsk, 21-27 avgusta 2013 g. (cc. 141-163). Minsk.
- Toporov, V. N. (1994). Iz indoevropskoj jetimologii. V (1). V *Jetimologija. 1991-1993* (ss. 126-154). Moskva.
- Toporov, V. N. (2004). *Issledovanija po jetimologii i semantike. T. I: Teorija i nekotorye chastnye ee prilozhenija*. Moskva: Jazyki slavjanskoj kul'tury.
- Trubachev, O. N. (2004). *Trudy po jetimologii: Slovo. Istorija. Kul'tura. T. I*. Moskva: Jazyki slavjanskoj kul'tury.
- Cherkhava, O. O. (2017). *Rekonstruktsiia teolinhvistychnoi matrytsi religijno-populiarnoho diskursu (na materialih anhlis'koi, nimets'koi ta ukrains'koi mov)* [monohrafiia]. Kyiv: Vydavnychij tsentr KNLU.
- Shamanskije ritualy*. Vzjato s <https://www.advantour.com/rus/russia/altai/shamanism/rituals.htm>
- Jakushkina, E. I. (2003). *Serbohorvatskaja jeticheskaja leksika v jetnolingvisticheskom osveshhenii* (Kandidatskaja dissertacija). Moskovskij gosudarstvennyj universitet imeni M. V. Lomonosova, Moskva.
- Malkiel, J. (1962). Etymology and General Linguistics. *Word*, 18(1-3), 198-219. doi: 10.1080/00437956.1962.11659774
- Sørensen, T. (1948). A method of establishing groups of equal amplitude in plant sociology based on similarity of species and its application to analyses of the vegetation on Danish commons. *Biologiske Skrifter / Kongelige Danske Videnskaberne Selskab*, 5(4), 1-34.
- Stachowski, M. (2015). Turkic Pronouns against a Uralic Background. *Iran and the Caucasus*, 19(1), 79-86.
- Sweetser, E. (1990). *From Etymology to Pragmatics Metaphorical and Cultural Aspects of Semantic Structure*. Cambridge: Cambridge University Press.

Дата надходження до редакції 14.12.2021
Ухвалено до друку 21.12.2021

Відомості про авторів

<p>Васько Роман Володимирович,</p> <p>доктор філологічних наук, професор, ректор Київського національного лінгвістичного університету e-mail: dnister@ukr.net</p>		<p>Сфера наукових інтересів</p> <p>Когнітивна лінгво- / макрокомпаративістика, етимологія, історична фонологія, походження людської мови</p>
<p>Корольова Алла Валер'янівна,</p> <p>доктор філологічних наук, професор, проректор з наукової роботи Київського національного лінгвістичного університету e-mail: allakor2008@gmail.com</p>		<p>Сфера наукових інтересів</p> <p>Когнітивна лінгво- / макрокомпаративістика, етимологія, походження людської мови, реконструкція, корпусна лінгвістика</p>
<p>Каранов Ян Васильович,</p> <p>доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри англійської філології і перекладу імені професора І. В. Корунця Київського національного лінгвістичного університету e-mail: skinner@ukr.net</p>		<p>Сфера наукових інтересів</p> <p>Когнітивна лінгво- / макрокомпаративістика, етимологія, ностратичні мови, походження людської мови, діахронічна інтерпретація</p>

UDC 81.111: 801.81

DOI: <https://doi.org/10.32589/2311-0821.2.2021.252098>

I.D. Zabuzhanska

Vinnitsia Mykhailo Kotsiubunskyi State Pedagogical University, Ukraine

e-mail: izabuzhanska@vspu.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3421-1338>

PHONOSTYLISTIC MEANS OF CAR BRAND IMAGE CREATION

Abstract

The current paper presents an overview of phonostylistic devices (alliteration, assonance, rhyme, onomatopoeia) most commonly used in slogans and taglines of the modern car industry. The advertising slogan, being limited by space and time, is viewed as an important part of any marketing campaign. In a similar manner to previous studies, this paper confirms that a slogan is an effective type of storytelling for brands. However, it differs from the tagline, which is supposed to be long lasting. In an endeavour to convey some characteristics or information about the product and make it memorable for the consumer, brand designers resort to various linguistic devices that make the advertising language effective. The analysis of commercial advertising slogans and taglines demonstrated that such phonological devices as assonance and rhyme are infrequent, while alliteration is the most productive sound technique. As for onomatopoeia, it appeared to be the rarest device in the analysed bulk of slogans and taglines. The obtained results show the capacity of these sound techniques to enhance brand image. Numerous examples provided in the paper are tailored to support this statement. Moreover, the paper addresses the issue of sound symbolism, since the interest in its manifestation in marketing is on the rise. Thus, from a phonosemantic vantage point, the most productive phonemes are sibilants, plosives and sonorants. Their recurrent character contributes to the creation of a brand image. The overall results may have significant implications for marketing teams that seek to create ear-catching and memorable slogans and taglines as well as shed light on the consumer's psychology.

Keywords: brand, slogan, tagline, alliteration, assonance, rhyme, onomatopoeia, sound symbolism.

Анотація

У статті представлено результати практичної розвідки дослідження фоностилістичних засобів (алітерації, асонансу, рими, звуконаслідування) у складі рекламних слоганів та гасел, що репрезентують автомобільну індустрію. Обґрунтовано ідею про те, що рекламний слоган, обмежений простором і часом, розглядається як важлива частина будь-якої маркетингової кампанії. Подібно до попередніх досліджень, у науковій розвідці підтверджено, що слоган є ефективним типом розповіді про бренд, зокрема, встановлено відмінність між слоганом та гаслом. Із метою передачі певної інформації про продукт розробники брендів використовують низку мовних засобів, які роблять мову реклами ефективною. Метою статті є виокремлення та опис найуживаніших у сучасних слоганах автомобільної індустрії фонетичних засобів стилістики. Аналіз комерційних рекламних слоганів і гасел показав, що такі фоностилістичні засоби, як асонанс і рима, трапляються досить часто, тоді як алітерація є найпродуктивнішим звуковим прийомом. Результати цього дослідження демонструють потенціал таких звукових прийомів задля покращення іміджу та цінності бренду. Крім того, у статті розглянуто проблему звукової символіки, оскільки зацікавлення до її вияву у сфері маркетингу помітно зростає. Таким чином, із фоносемантичного погляду, найпродуктивнішими фонемами є шиплячі, вибухові та сонорні. Їх повторюваний характер сприяє створенню іміджу бренду. Численні приклади, наведені в статті, слугують підтвердженням отриманих висновків.

Ключові слова: бренд, слоган, гасло, алітерація, асонанс, рима, ономатопея, звуковий символізм.

1. Introduction

In an overcrowded marketplace, numerous producers seek for the creation of such advertisements that are targeted at the emotions of the audience. As the advertising message is usually limited by space and time, it is of vital importance for brand designers to use effective language to attract the consumer and get a positive response from them.

Theoretically, much scientific research has been done on branding in general. One of the first scholars who made headway on this issue was Leech (1972) addressing a linguistic inquiry into advertising in Great Britain. Since then, a plethora of cross-cultural linguistic research has been focused on creating, changing and improving slogans and taglines to support branding images (Allagui & Breslow, 2016; Borys & Materynska, 2020; Do, 2018; Hamlin, 2014; Kladou et. al., 2016).

The study of stylistic aspects of English commercial advertising is on the rise: as branding slogans are open for interpretation, they become a subject for linguistic discussion. Both practitioners and scholars go deep into understanding and explaining how to create and use successful advertising slogans. Therefore, brand linguists are highly interested in those phonostylistic devices that are used to create a special effect on the consumer. Moreover, they bring sound symbolism to attention, dwelling on whether brand names can convey product-related information and whether consumers use the sounds to infer product attributes and benefits (Lerman et. al., 2017).

The parts of the article follow a logical sequential flow. The second section opens up by describing the nomenclature of branding slogans and the functions they perform, followed by the overview of phonostylistic devices commonly used in advertising. Then the aim and the objectives of the present article are given. The next section covers the data collection methods and techniques used to analyse and interpret the material, followed by research results and discussion. The section closes up with overall conclusions as well as information on potential spheres of investigation.

2. Literature review

2.1 Branding slogan: Nomenclature and functions

Advertising has always been an essential type of communication especially since the arrival of mass media (Mas-Manchyn, 2020). The pivotal role of advertising in today's highly competitive market place and informational society is crucial since to reach target audiences companies have to make their advertising message stand out from others highlighting the best qualities of the brand. Scorupa and Dubovičienė state that the purpose of any advertising campaign is to "make the target audience remember the transmitted message, which will eventually change the consumer's buying habits due to the impact the advertisement has on their thinking, feelings and behavior" (2015, p. 109). Consequently, apart from the high-quality product, brand designers have to create advertising that uses a wide range of attention-catching linguistic and extralinguistic devices.

Before delving deeper into an inventory of linguistic devices, it is worth defining such key advertising terminology or core concepts as "brand", "brand image", "slogan" and "tagline".

As suggested by Lerman et. al. (2017), a **brand** is a product or service that is distinguished by and marketed on the basis of a distinctive and enduring personality. **Brand image** is defined as a "mental picture of a brand in a consumer's mind, made up of numerous brand associations and memories" that come from different sources (Do, 2018, p. 11). Any brand has a slogan. The analysis of the existing definitions of **slogans** from a linguistic perspective suggests that there is no uniform definition of a slogan. For instance, in Leech's view (1972), the slogan is a short phrase used by the company in its advertisements to reinforce the identity of the brand. Rein states that the advertising slogan is a "unique catchy phrase identified with a company or brand" (1982, p. 49). Hamlin (2014) affirms that the advertising slogans are catchy, declarative phrases that use devices such as metaphors, alliteration or rhyme with simple, vibrant language.

Interestingly enough, the overview of topic-related publications reveals the interchangeable use of the terms "slogan" and "tagline".

According to Do, a **tagline** is "a slogan, clarifier, mantra, company statement, or guiding principle that describes, synopsisizes, or helps create an interest" (2018, p. 11). Generally, it includes a few words, repeatedly arranged in promotional media (Allagui & Breslow, 2016) aimed at reinforcing unique qualities of the advertised brand in the minds of the public (Slade-Brooking, 2016). On the face of

it, these terms seem to be quite similar. However, as put by Do (2018), the only difference between a slogan and a tagline is that a tagline is part of a company signature that constantly represents it and undergoes some changes only with a total redefining of the company. Conversely, slogans are made up for a peculiar product or campaign, therefore designed to be less permanent than taglines.

Studying linguistic aspects of advertising slogans and taglines, more than half a century ago, Leech (1972) claimed that effective advertising must meet a number of criteria, e.g., attention value, listening ability/readability, memorability and marketing power. Since then numerous works on the creation of effective slogans and taglines (Allagui & Breslow, 2016; Kohli et al., 2007) allow singling out some additional criteria: 1) conciseness accompanied with intensive emotion; 2) focus on the core commercial offer; 3) simple language that is easily memorized (Zembytska & Mazur, 2018, p. 40).

Conciseness is determined by the common formula of memorization 7 ± 2 , i.e. the length of the slogan should be from five to nine words and this volume is the most successful in terms of conciseness and memorization because it meets the capabilities of human random access memory, i.e. the ability to hold the appropriate amount of information.

From the functional vantage point, slogans and taglines briefly assert the essence of the branding politics (Wheeler & Millman, 2017), its positioning on the market (Slade-Brooking, 2016), distinguishing the company from its competitors (Wheeler & Millman, 2017). They become focal points of exclusive elements of a product or promises the brand wishes to make to the consumer (Slade-Brooking, 2016). Additionally, both a slogan and a tagline can add values (Kladou et al., 2016), take the product to some high ground (Sullivan, 2016) and build an emotional link with consumers (Ranasinghe et al., 2017; Stashko, 2020).

Since advertising as the means of communication and slogans or taglines, in particular, are usually very restricted by both space (in print advertising), and time (on TV and radio) it seems reasonable to assume that the use of various phonostylistic devices in slogans and taglines can be helpful in creating the brand image.

2.2 Phonostylistic means

As suggested in Merriam Webster's Dictionary, **alliteration** (also called head rhyme, initial rhyme) is the repetition of usually initial consonant sounds in two or more neighbouring words or syllables (such as *wild and woolly*, *threatening throngs*). The repeated sounds are usually the first, or initial, sounds – as in "seven sisters" – but repetition of sounds in non-initial stressed, or accented, syllables is also common: "appear and report".

Alliteration occurs not in the abstract but in culture: in specific text-types in specific languages and at specific times (Roper, 2011, p. 2). Investigating alliteration as its central focus across a variety of languages and domains, Roper distinguishes different types or forms of it: perfect and imperfect alliteration, morphological alliteration and eye alliteration (as in *cat* and *ciao*, *sea* and *shell*, where we observe purely visual, non-audible recurrence), i.e. which uses letters not sounds. As for the imperfect alliteration, the single phoneme must alliterate with the cluster, which contains this phoneme, e.g. *simple street*. As Stashko claims, "alliterated lines contribute to a gratifying effect to the ear, building up a subliminal bridge to faster connotation decoding" (2017, p. 312) and tends to be essential in creating backgrounds (Stashko, 2018, p. 139).

Assonance, also called "a vocalic rhyme" (Scorupa & Dubovičienė, 2015, p.112), is a relatively close juxtaposition of similar sounds especially of vowels (as in "*rise high in the bright sky*") (Merriam Webster's Dictionary). Since it is less apparent to the eye than alliteration, it is much harder to identify it.

Onomatopoeia is the naming of a thing or action by a vocal imitation of the sound associated with it (such as *buzz*, *hiss*, etc.). In advertising, this sound technique makes the idea of the brand tagline more interesting, expressive and effects the consumer's senses (Scorupa & Dubovičienė, 2015, p. 113).

Consonance is the recurrence or repetition of consonants especially at the end of stressed syllables without the similar correspondence of vowels (as in the final sounds of "stroke" and "luck") (Merriam Webster's Dictionary).

In traditional linguistic theory, **rhyme** is defined as correspondence in terminal sounds of units of composition or utterance (such as two or more words or lines of verse) (Merriam Webster's Dictionary; Zabuzhanska, 2017). As put by Leech (1972), it makes the slogans and headlines appear striking and easier to memorize. Later, it was proved by Scorupa & Dubovičienė (2015) that rhyme is particularly vital in those slogans that reflect the brand name, i.e. the brand name should be part of the rhyme.

The aforementioned sound techniques serve a mnemonic purpose and provide slogans with a strong beating rhythm.

3. Aim and objectives

The focus of the study is directed to various sound techniques used in English slogans and taglines representing the worldwide car marketplace. Therefore, the ultimate **aim** of the present paper is to study the most commonly used phonostylistic devices and the way they contribute to the creation of a brand image.

The specific research objectives are:

- 1) to discuss the significance of advertising as a means of communication;
- 2) to study the terminology related to brand slogans and identify their functions;
- 3) to exemplify the most common phonostylistic devices used in English car slogans and taglines;
- 4) to account for the motivation for the choice of the recurrent phonemes and their contribution to the creation of a brand image.

4. Research methodology

Due to the scope of this study, the following methods were used:

1. The analysis of current publications on this issue was used to provide some theoretical background to the problem.
2. The descriptive method was used to define, explain and clarify the communicative functions of advertising and the meaning of the advertising slogan.
3. The phonological and phonosemantic analyses (including quantitative and qualitative content analyses) were used to identify the linguistic characteristics of slogans and taglines.

The material of the current research is the body of 355 slogans and taglines used in the car marketing industry. The slogans and taglines under investigation were randomly sampled from the Internet resources.

5. Research results and discussion

As for the slogans and taglines in the corpus, the data shows that the aforementioned sound techniques are found in 143 instances, which makes 40%.

This fact is not at all surprising since not all companies and brand designers take into account sound techniques. Alternatively, they may use other linguistic means to draw the customers' attention at morphological, syntactic and lexical levels. Although the analysis of such means was not among the research objectives, we found some vivid examples to name just a few, e.g. initial and full capitalization: "*Power, Beauty and Soul*" (Aston Martin); common use of the second person addressee "you", which approximates the product to the consumer (Zembytska & Mazur, 2018, p. 40): "*Are You Amg Ready*" (Mercedes-Benz Amg) or the possessive pronoun "your": "*Go Where Love Takes You*" (Subaru); the use of such pronouns and adverbs as "every", "everyone", "always" that emphasize the spirit of inclusiveness: "*Everyday*" (Toyota), "*Always there for you*" (Hyundai). One cannot but mention various stylistic devices used at the semasiological level as well. However, such considerations are for another day.

At the phonological level, 93 slogans and taglines (65%) contain perfect and imperfect alliteration.

The most vivid examples are: "Today. Tomorrow. Toyota" (Toyota), "When better automobiles are built, Buick will build them" (Buick), "Everyone dreams of an Audi" (Audi), "Chrysler. Inspiration comes standard" (Chrysler), "Technology you can enjoy" (Honda), "Relieves Gas Pains" (Volkswagen), "The new Jag generation" (Jaguar), "Superstar as standard" (Fiat-500), "Fuel for livin' loud" (Kicker), "Blue blooded Yamaha" (Yamaha-Enticer), "American by birth. Rebel by choice" (Harley-Davidson), "Life, liberty and the pursuit" (Cadillac), "Vehicles equipped for family fun" (Chrysler), "Better built. Better backed" (Mitsubishi), "Smart Slogan" (Renault), "Live life in your own lane" (Mercury), "Grace... Space... Pace..." (Jaguar), "Find your own road" (Saab), etc.

The analysis shows that there is a striking imbalance between the occurrence of alliteration and assonance. The latter is found in 29 slogans and taglines (20%). The examples are: "Mean but green" (Toyota-Prius), "Excellence for Everyone" (Chevrolet), "Anyone. Anytime. Anywhere" (Nissan), "Electric trucks. Ready to deliver" (Volvo), "Born to perform" (Jaguar), "Driving is believing" (Hyundai), "It's time to ride" (Harley-Davidson), etc.

There is a small, however significant number of slogans, which contain both alliteration and assonance: "Life is a Journey. Enjoy the ride" (Nissan), "It is a whole new Hundai" (Hyundai), "Don't Dream it. Drive it" (Jaguar), etc. The interplay of such sound techniques may seem to be particularly successful and effective. However, they make up only 8% of the investigated material.

Instances of rhyme are in a smaller number as well. The analysed bulk of slogans contains 9 examples, among them: "You can with a Nissan" (Nissan), "Eye it. Try it. Buy it" (Chevrolet), "People can tell... When you Autobell" (Autobell), "The Best Never Rest" (Ford Trucks), "See the USA in your Chevrolet" (Chevrolet), "Building a better way. To see the USA" (Chevrolet), etc.

Although rare, the only slogan with onomatopoeia is represented in the tagline for Mazda – "Zoom, Zoom, Zoom". The pronunciation of this slogan reminds the listener of the sound produced by the car engine when the accelerator is pressed. One potential reason for this is that it may be difficult to think of any other proper sounds connected with driving a car that reflect the sense. Thus, the commonly used sound techniques are presented below (Fig. 1).

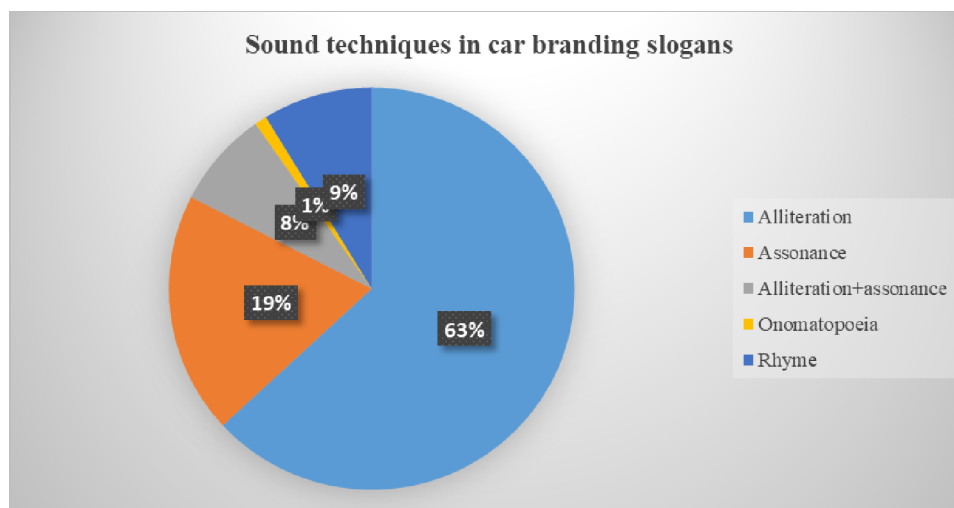


Fig. 1. Sound techniques in car branding slogans

These findings allow room for speculation. Analysing linguistic characteristics of commercial and social advertising slogans, in particular phonological ones, Scorupa and Dubovičienė (2015) came to the conclusion that rhyme is one of the best sound techniques in English advertising.

Therefore, the results obtained in this study contradict the aforementioned statement. Moreover, what comes as a surprise is a small number of slogans, which contain both alliteration and assonance. Given their persuasive power, the combination of these two phonostylistic figures seem to be more effective in creating the branding tagline.

Following Roper (2011, p. 15), we agree that the use of the aforementioned sound techniques can have a semantic cost, i.e. there is a motivation for the choice of the recurrent phonemes. Consequently, it is worth mentioning sound symbolism that refers to the non-arbitrary mappings existing between phonetic properties of speech sounds and their meaning (Knoeferle et. al., 2017).

According to the sound symbolism theory, vowels and consonants are directly involved in conveying meaning. Different classes of phonemes (plosives, sonorants, sibilants, etc.) are associated with different perceptual properties (Preziosi & Coane, 2017). These associations arise from some acoustic and/or articulatory features of the phonemes (Sidhu & Pexman, 2018, p. 1619). Recent research on sound symbolism shows considerable dependence on sounds and the meanings they can convey. An example of this may be derived from phonesthemes, i.e. phoneme clusters that tend to occur in words with similar meanings. As suggested by Liberman, "Sound symbolism is often the result of a secondary association. The words glow", "gleam", "glimmer", "glare", "glisten", "glitter", "glacier" and "glide" suggest that in English the combination *gl-* conveys the idea of sheen and smoothness. Against this background, "glory", "glee" and "glib" emanate brightness by their very form, glance and glimpse reinforce our conclusion (because eyesight is inseparable from light), and "glib" has no other choice than to denote specious luster, and, indeed, in the sixteenth century, when it became known in English, it meant 'smooth and slippery' " (2005, p. 34).

One of the most researched sound symbolic effects is that of size or magnitude symbolism (Preziosi & Coane, 2017), which became known as the *mil/mal* and *maluma/takete* (later *bauba/kiki*) effect (Sidhu & Pexman, 2018, p. 1620). Such sound symbolic associations illuminate the multimodal nature of human cognition.

The quantitative analysis of the sounds, which are recurrent in the studied slogans and taglines containing alliteration, is presented in Table 1.

Table 1

The recurrence of consonants in slogans and taglines containing alliteration

Consonant	Example	Amount of cases
/s/	" <i>Grace... Space... Pace...</i> " (Jaguar)	26
/b/	" <i>Better <u>h</u>uilt. <u>B</u>etter <u>h</u>acked" (Mitsubishi)</i>	13
/l/	" <i>Live <u>l</u>ife in your own <u>l</u>ane" (Mercury)</i>	10
/f/	" <i>Vehicles equipped for <u>f</u>amily <u>f</u>un" (Chrysler)</i>	7
/d/	" <i><u>D</u>on't <u>D</u>ream it. <u>D</u>rive it" (Jaguar)</i>	6
/t/	" <i><u>T</u>oday. <u>T</u>omorrow. <u>T</u>oyota" (Toyota)</i>	5
/p/	" <i>The <u>p</u>erfect <u>p</u>ursuit of <u>p</u>erfection" (Kia)</i>	5
/dʒ/	" <i>Technology you can <u>e</u>njoy" (Honda)</i>	5
/ʒ/	" <i>Peugeot. Live the <u>p</u>leasure" (Peugeot)</i>	3
/z/	" <i>Closer to Roads" (Lamborghini)</i>	3
/m/	" <i>Move your <u>m</u>ind" (SAAB)</i>	3
/k/	" <i>The <u>c</u>ar that <u>c</u>ares" (Kia)</i>	2
/r/	" <i>Find your <u>o</u>wn <u>r</u>oad" (Saab)</i>	2

Considering the /p/-/b/ alliterating pair it is interesting to observe how these sounds contribute to the creation of the tagline as they are interpreted as "hard" and "abrupt" (Crystal, 2009) and according to some findings, plosives are associated with power (Knoeferle et. al., 2017): "*American by birth. Rebel by choice" (Harley-Davidson), "*Better huilt. Better hacked" (Mitsubishi), etc. Even**

a glance at the inventory of the vehicles that are produced by Harley-Davidson company is enough to prove its massiveness, power, masculinity, ruthlessness, etc. In a similar vein, the design of Mitsubishi cars evokes feelings of strength, force, mercilessness, etc.

Particular attention should be paid to sonorants /m/, /n/, /l/, which are considered "soft", "nice" (Crystal, 2009), and "gliding" (Sedley, 2013). Therefore, such slogans as "*Life, Liberty and the Pursuit*" (*Cadillac*) reinforced by the name of the brand Cadillac, "*Travel Well*" (*Lincoln*), "*Fuel for the Soul*" (*Pontiac*), "*If only everything in life was as reliable as a Volkswagen*" (*Volkswagen*) contain an /l/-alliterant and may bring the association of a smooth road, free from projections or unevenness of the surface.

Furthermore, some studies show that sibilants /s/, /z/ may express power, feelings and liveliness (Sedley, 2013). The use of /s-z/ alliterants is typical of such brands as Renault ("*Smart Slogan*", "*Size Matters*"), Hertz ("*Hertz puts you in the driver's seat*"), Hennessey ("*Hennessey makes cars go faster*"), Chrysler ("*Chrysler. Inspiration Comes Standard*"), etc. Interestingly enough, these sibilants may remind of a sound produced by the car engine when the accelerator is pressed. This fact may account for the highest amount of identified cases with alliteration.

In terms of assonance, the most commonly used phonemes are /e/, /i:/ and /ɪ/. Such phonemes as /o/ and /ɒ/ are less frequently used as constituents of assonance. Size contrast is well demonstrated with the help of these bright examples containing /i:/ and /ɪ/, which are observed in the slogans of small family cars (as rated by U.S. News & World Report, 2021). Consider the following examples: MINI ("*It's a MINI*"), Nissan ("*Shift*"), Volkswagen ("*Think Small*"), Hyundai ("*Driving is believing*"), Subaru ("*Driven by what's inside*"), Toyota ("*Mean but green*"), etc.

6. Conclusions and further research

The research of advertising language in modern linguistics encompasses anthropocentric and discourse paradigms. Linguostylistic approach is considered dominant when analysing the structure, semantics and pragmatics of advertising slogans and taglines.

Creating the brand name and its slogan, companies endeavour to convey some characteristics or information about the product and make it memorable for the consumer. The automobile industry has a plethora of slogans due to a great number of vehicles produced annually. The analysis of car branding slogans and taglines came up with a series of findings. Marketing research has always displayed interest in the use of sound symbolism as its study reveals hidden dimensions of richness and meaning in language. Firstly, at the phonological level, alliteration is shown to be a favourite phonostylistic device. The most often used sound techniques in car advertising slogans are assonance and rhyme, while onomatopoeia is the rarest sound technique ever found in car industry advertisements. As for manifestations of repetition on the phonological level, alliteration, assonance and rhyme serve a mnemonic purpose, lending dynamism to the discourse and heightening the overall tone. Such phonostylistic devices are not mere ornamental stylistic figures. Additionally, brand slogans and taglines can be considered an implied example of sound symbolic properties of phonemes. Thus, from a phonosemantic vantage point, the most productive are sibilants, plosives and sonorants. Their recurrent character contributes to the creation of a brand image.

These results may have significant implications for marketing teams that seek to create ear-catching and memorable slogans and taglines. Specifically, for customers, the knowledge of such sound techniques and the way they influence the perception of the brand may be helpful for a more relevant and informed purchase decision. The future areas for investigation are plentiful. In terms of potential applications, the present findings also have implications for the field of consumer psychology. Moreover, research can be taken onto a higher scale, encompassing a complex study of syntactic, lexical and semantic characteristics of car slogans.

REFERENCES

- Allagui, I., & Breslow, H. (2016). Social media for public relations: Lessons from four effective cases. *Public Relations Review*, 42(1), 20-30.
- Borys, D., & Materynska, O. (2020). Poreionymic backronyms: Ambit, formation, and diversity. *Lege Artis. Language Yesterday, Today, Tomorrow. The Journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*, V(2), 2-52.
- Crystal, D. (2009, 18 July). *The ugliest words*. The Guardian. Retrieved from <https://www.theguardian.com/books/2009/jul/18/ugliest-words-michael-jackson-biographies>
- Do, T. (2018). *The impact of tagline on brand image: A consumer experiment with a handmade locally brand*. A Thesis. Department of Marketing. Hanken School of Economics, Helsinki.
- Hamlin, K. (2014). *The importance of ad slogans [online]*. Retrieved from <https://smallbusiness.chron.com/importance-ad-slogans-31343.html>
- Kladou, S., Kavatzis, M., Rigopoulou, I., & Salonika, E. (2016). The role of brand elements in destination branding. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(4), 426-435.
- Knoeferle, K., Li, J., Maggioni, E., & Spence, Ch. (2017). What drives sound symbolism? Different acoustic cues underlie sound-size and sound-shape mappings. *Scientific Reports*, 7. Retrieved from <https://www.nature.com/articles/s41598-017-05965-y.pdf>
- Kohli, C., Leuthesser, L., & Suri, R. (2007). Got slogan? Guidelines for creating effective slogans. *Business Horizons*, 50(5), 415-422. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2007.05.002>
- Leech, J. (1972). *English in advertising: A linguistic study of advertising in Great Britain*. London: Longman.
- Lerman, D., Morais, D., & Luna, D. (2017). *The language of branding: Theory, strategies, and tactics*. New York: Routledge.
- Lieberman, A. (2005). *Word origins and how we know them: Etymology for everyone*. Oxford: Oxford University Press.
- Mas-Manchyn, L. (2020). *Innovation in advertising and branding communication*. New York: DFRoutledge.
- Preziosi, M., & Coane, J. (2017). Remembering that big things sound big: Sound symbolism and associative memory. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 2(10). Retrieved from <https://cognitiveresearchjournal.springeropen.com/track/pdf/10.1186/s41235-016-0047-y.pdf>
- Ranasinghe, W. T., Thaichon, P., & Ranasinghe, M. (2017). An analysis of product-place co-branding: The case of Ceylon Tea. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 29(1), 200-214.
- Rein, D. (1982). *The language of advertising and merchandising in English*. New York: Regent.
- Roper, J. (2011). *Alliteration in culture*. London: Palgrave Macmillan.
- Scorupa, P., & Dubovičienė, T. (2015). Linguistic characteristics of commercial and social advertising slogans. *Santalka: Filologija, Edukologija*, 23(2), 108-118.
- Sedley, D. (2013). Plato's Cratylus. In Zalta, E. N. (ed.). *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Retrieved from <https://plato.stanford.edu/entries/plato-cratylus/#GreTex>
- Sidhu, D.M., & Pexman, P.M. (2018). Five mechanisms of sound symbolic association. *Psychonomic Bulletin & Review*, 25(5), 1619-1643. doi: 10.3758/s13423-017-1361-1.
- Slade-Brooking, C. (2016). *Creating a brand identity: A guide for designers*. London: Laurence King Publishing.
- Stashko, H. (2018). Phonetic and syntactic stylistic means in media space: Manipulation or emotional commonplace? *Communication Today*, 9(2), 132-142.
- Stashko, H. (2020). The effect of stylistic repetition in English-language advertising texts. *Science and Education a New Dimension. Philology*, VIII(72), Iss. 241, 60-63.
- Stashko, H. (2017). When phonetics matters: Creation and perception of female images in song folklore. *Lege Artis. Language Yesterday, Today, Tomorrow. The Journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*, II(1), 299-335. doi: 10.1515/lart-2017-0008

- Sullivan, L. (2016). *Hey, Whipple, squeeze this: The classic guide to creating great ads* (5th ed.). Hoboken: Wiley.
- Wheeler, A., & Millman, D. (2017). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (5th ed.). Somerset: John Wiley & Sons.
- Zabuzhanska, I. (2017). American postmodern poetic texts: In search of rhythmicity. *Lege Artis. Language Yesterday, Today, Tomorrow. The Journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*, II(2), 445-481. doi: 10.1515/lart2017-0021
- Zembytska, M., & Mazur, Y. (2018). Stylistic features of English advertising slogans. *Науковий Журнал Львівського Державного Університету Безпеки Життєдіяльності "Львівський Філологічний Часопис" / Naukovyj Zhurnal L'vivs'koho Derzhavnoho Universytetu Bezpeky Zhyttiediial'nosti "L'vivs'kyj Filolohichnyj Chasopys"*, 4, 39-43.
- 27 Best Small Cars for 2021 & 2022. (2021). U.S. News & World Report. Retrieved from <https://cars.usnews.com>

EMPIRICAL DATA SOURCES


- List of 250 Catchy Car Slogans and Great Taglines. Retrieved from <https://brandongaille.com/list-152-catchy-car-slogans-and-great-taglines/>
- Most Famous Car Advertising Slogans in the World. Retrieved from <https://www.autocar.co.uk/slideshow/most-famous-car-advertising-slogans-world-2>

DICTIONARIES

- Merriam Webster's Dictionary. Retrieved from <https://www.merriam-webster.com/>

Дата надходження до редакції 11.12.2021
Ухвалено до друку 21.12.2021

Відомості про автора

<p>Zabuzhanska Inna Demianivna,</p> <p>PhD (Philology) Associate Professor at English Philology Chair, Vinnytsia Mykhailo Kotsiubunskyi State Pedagogical University e-mail: izabuzhanska@vspu.edu.ua</p>		<p>Fields of scientific interest</p> <p>Experimental phonetics, phonostylistics, discourse studies, media linguistics, postmodern poetics</p>
--	---	--

UDK 811.112.2 '42 (045)

DOI: <https://doi.org/10.32589/2311-0821.2.2021.252101>

S.S. Kljutschenowitsch

Minsker Staatliche Linguistische Universität, Belarus

e-mail: sergej.dolm.rd@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8553-548X>

ZUR AMBIVALENZ DER DISKURSIV BEDINGTEN KOMPOSITAZUSAMMENZIEHUNG IM HEUTIGEN DEUTSCH

Abstract

The present study focuses on the contraction of German compounds with an identical component in different text genres. Two approaches to the process of compound contraction are discussed: the first which tends to treat it as a syntactic phenomenon, and the second which tends to understand it as a morphological phenomenon. Examples from contemporary German fiction, press and legislation are classified in order to illustrate the ambivalence of compound contraction between phrase formation and word formation. Omission or use of the article as well as various types of asymmetry in contracted structures, possibility to insert additional lexical elements and integration of contracted structures into further processes of word formation are specifically addressed in the research.

Contracted constructions can demonstrate asymmetry according to the degree of expression-side compression, in terms of speech affiliation of determinating components, with respect to structural complexity, semantic actant type and status of determinating components. In the latter case, it concerns functioning of separated noun components and autonomous adjectives as equivalent attributes for the common main component.

The results show that each approach is justified with regard to different aspects of compound contraction, provided due attention is paid to the fact that contraction can be realized to some extent variously in different genres.

Keywords: contraction, compounds with an identical component, coordination, word formation, asymmetry.

Abstract

Im Mittelpunkt der vorliegenden Studie steht die Kontraktion deutscher Komposita mit einer identischen Komponente im Rahmen unterschiedlicher Textsorten. Zwei Ansätze zum Verständnis dieses Vorgangs werden vorgestellt: einer, der Kompositazusammenziehung eher als ein syntaktisches Phänomen behandelt, und einer, der sie eher als ein morphologisches Phänomen versteht. Beispiele aus der schönggeistigen Gegenwartsliteratur sowie aus aktuellen Zeitungs- und Gesetzestexten werden klassifiziert und dazu genutzt, die Ambivalenz der Kompositazusammenziehung zwischen Phrasenbildung und Wortbildung zu demonstrieren. Im Einzelnen wird auf die Tilgung bzw. Nichttilgung des Artikels, auf verschiedene Typen der Asymmetrie in kontrahierten Strukturen, auf die Möglichkeit zur Einfügung zusätzlicher lexikalischer Elemente sowie auf die Einbeziehung zusammengezogener Konstruktionen in weitere Wortbildungsprozesse eingegangen.

Die kontrahierten Konstruktionen können Asymmetrie nach dem Grad der ausdrucksseitigen Komprimierung, bei der Wortartzugehörigkeit der Bestimmungskomponenten, hinsichtlich der strukturellen Komplexität, vom Gesichtspunkt des semantischen Aktantentyps und hinsichtlich des Status der Bestimmungskomponente aufweisen. Im letzten Fall geht es um das Funktionieren der abgetrennten substantivischen Komponente und eines selbstständigen Adjektivs als gleichwertiger Attribute für die gemeinsame Grundkomponente.

Wie es sich zeigt, sind beide Ansätze jeweils berechtigt, wenn man sie auf unterschiedliche Teilaspekte der Kompositazusammenziehung anwendet. Dabei ist es wichtig, auch eine zum Teil textsortenabhängige Realisierung dieser Erscheinung zu berücksichtigen.

Schlagwörter: Kontraktion, Zusammenziehung, Komposita mit einer identischen Komponente, Koordination, Wortbildung, Asymmetrie.

Анотація

Дослідження сфокусоване на контракції німецьких композитів з ідентичним компонентом у різних текстових жанрах. Розглянуто два підходи до процесу стягнення складних слів: перший вивчає його як синтаксичне явище, другий – як морфологічне. Приклади із сучасної німецької художньої літератури,

а також із газетних і юридичних текстів класифікуються для того, щоб проілюструвати амбівалентність композитної контракції між формуванням фрази та формуванням слова. Окремо обговорюється опущення чи вживання артикля, а також різні види асиметрії в контракованих структурах, можливість вставки додаткових лексичних елементів та інтеграції контракованих структур у подальші процеси словотворення.

Контраковані конструкції можуть демонструвати асиметрію за ступенем стиснення на стороні вислову, у частині мовленнєвої належності визначальних компонентів, з погляду структурної складності, типу семантичного актанта та статусу визначального компонента. В останньому випадку це стосується функціонування відторгненого субстантивного компонента та автономного прикметника як еквівалентних атрибутів загального базового компонента.

Результати показали, що обидва підходи виправдані, якщо застосовувати їх до різних аспектів композитної контракції. При цьому важливо враховувати, що реалізація окремих рис цього явища обумовлена жанровою специфікою.

Ключові слова: контракція, стягнення, композити з тотожним компонентом, координація, словотворення, асиметрія.

1. Einleitung

Der Prozess der Redeentfaltung befreit isolierte Wörter von der Notwendigkeit bzw. Pflicht, unbedingt in der lexikografisch erfassten Gestalt im jeweiligen Text zu erscheinen. In der realen Kommunikation kommt es häufig vor, dass nicht alle Bestandteile der Aussage an der Oberfläche repräsentiert werden; es entsteht also eine Art "linguales Dasein" (russ. in Теркулов, 2012, с. 62). Das hat zur Folge, dass bestimmte Komponenten latent bleiben bzw. sprachökonomisch optimiert werden; darauf macht auch Norman (Норман, 2016) anhand von Kompressionsprozessen in der Syntax aufmerksam.

Das Gesagte gilt auch für die Wortbildung. In der vorliegenden Studie geht es um die syntaktisch-wortbildungsmäßige Kontraktion, die eine Zusammenziehung von Komposita mit einem identischen Glied voraussetzt. Der Terminus Kontraktion wird in diesem Beitrag gemäß dem Verständnis von H. Wellmann (Ortner et al., 1991, S. 46) gebraucht, und zwar in Unterscheidung von der lautlichen Kontraktion im Bereich der Phonetik bzw. der Morphophonologie. Und die sprachökonomische Optimierung bedeutet in unserem Fall die Tilgung der Wiederholungen des gleichen Lexems, d. h. statt mehrfach genannt zu werden, kommt es nur einmal explizit zum Ausdruck. Neben dem weithin bekannten Beispiel *Industrie- und Schwellenländer* gibt es noch unzählige andere Belege dieser Art in aktuellen Texten: *Ausgangs- und Produktionsbeschränkungen* (SZ, 2020), *hin- und hergehen* (Schneider, 2013, S. 198), *Griechenland-, Portugal- oder Irlandkrise* (Parlament, 43), *Krebs-, Ochsenchwanz-, Aal-, Zwiebelsuppen* (Lenz, 1991, S. 176). Wie man an diesen Beispielen sieht, haben wir es hier mit der "linearen Wortbildungskomprimierung" (Глухов, 1992; Дозорова, 2015; Маракушина, 2008; s. a. Снежкова, 2000; Толстолицкая, 2013) zu tun, die "der Vermeidung von störender ausdrucksseitiger Redundanz dient" (Fleischer & Barz, 2012, S. 128).

Als **Belegquellen** für diese Studie dienen zum einen die deutsche Gegenwartsliteratur, und zwar 36 Werke (vorwiegend Romane, aber auch Erzählungen) von 21 Verfassern, zum anderen Poesietexte aus drei Jahrzehnten und bundesdeutsche Gesetzestexte aus den Bereichen Öffentliches Recht, Zivilrecht und Strafrecht. Der Gesamtumfang der analysierten Texte beträgt jeweils 300.000 Wortformen aus jedem der drei genannten Kommunikationsbereiche. Die Ergebnisse meiner empirischen Analyse zeigen, dass die Anzahl der Kontraktionen je nach Textsorte stark variiert und dass der Prozess der Zusammenziehung mehrerer Komposita in eine ganzheitliche Struktur bestimmte textsortenabhängige sowie pragmatisch bedingte Besonderheiten aufweisen kann (s. a. Клјutschenowitsch, 2020).

2. Zwei Ansätze zum Verständnis der Kontraktion

Die Produkte eines solchen Mechanismus der Sprachökonomie wie die Kompositakontraktion werden von B. Abramow und S. Nosotschenko als "verschmolzene Verbindungen" (russ. in Абрамов,

1970, c. 73; Носоченко, 1977) bezeichnet, bei W. Jerchow sind das "Zusammenfügungen" (russ. in Ерхов, 1972), bei G. Fanselow "koordinierte Strukturen" (Fanselow, 1981, S. 186), bei A. Lykow "entzweigerissene Wortstrukturen" (russ. in Лыков, 1976, c. 105), bei X. Lewkowskaja "verkürzte Wortverbindungen", "Abkürzungs-Wortverbindungen" (russ. in Левковская, 1960, c. 80-83). In einer älteren Ausgabe der Duden-Grammatik findet man die Bezeichnung "Klammerfügungen", die "Vorstufen der Zusammensetzung" sein könnten (Duden-Grammatik, 1966, S. 349).

G. Pan stuft die syntaktisch-wortbildungsmäßige Kontraktion im Bereich der Komposition als eine Abart der Univerbierung ein (Пан, 1978, c. 16). H. Elsen hält die Konstruktionen des Typs *englische Sprach- und Literaturwissenschaft* auch für ein einheitliches Kompositum (Elsen, 2009, S. 61). W. Henzen nennt sie seinerseits "eine Art Halbkomposita", wobei er zwischen den beiden Typen (a+b)c und a(b+c) unterscheidet (Henzen, 1957, S. 16-17). Bei D. Kobler-Trill (1994, S. 45) sind das "Konjunkte", die aus ihrer Sicht "eher zur Komposition als zur Kürzung zu stellen wären".

Wenn man versucht, diese Arbeiten zusammenzufassen, so lässt sich folgende verallgemeinerte Schlussfolgerung formulieren: Die einen Forscher behandeln die Kompositazusammenziehung eher als ein syntaktisches Phänomen, die anderen interpretieren die Kontraktion eher als ein morphologisches Phänomen. Wie sich zeigt, haben die beiden Ansätze jeweils ihre Berechtigung im Hinblick auf unterschiedliche Teilaspekte der Kompositakontraktion. Viele Forscher tendieren auch dazu, die Ambivalenz dieser sprachlichen Erscheinung, wenn auch indirekt, anzuerkennen. Das geschieht nicht unbedingt explizit, geht aber häufig aus terminologischen Bezeichnungen hervor.

Der vorliegende Beitrag **bezweckt** eine eher verallgemeinert-polemische Auseinandersetzung mit dem Phänomen der Zusammenziehung mehrerer Komposita in eine ganzheitliche Struktur, mit dem Status dieser Erscheinung in der deutschen Gegenwartssprache. Dazu ist die Lösung folgender **Aufgaben** erforderlich: Klärung der Rolle des Artikels in kontrahierten Strukturen; Typisierung asymmetrischer Kontraktionen aus unserer Belegsammlung; Differenzierung der Fälle der lexikalischen Expansion der Konstruktionsstruktur; Untersuchung der Einbeziehung zusammengezogener Konstruktionen in weitere Wortbildungsprozesse; Feststellung textsortenabhängiger Besonderheiten der Kompositazusammenziehung; Aufdeckung der Einwirkung der untersuchten Parameter auf das jeweilige theoretische Verständnis der Kontraktion.

In dieser Studie werden unterschiedliche **Methoden** verwendet, unter denen quantitative Bearbeitung empirischer Daten, strukturell-semantische Analyse, Motivationsanalyse, logisch-semantische Analyse, Analyse nach Unmittelbaren Konstituenten zu nennen wären.

Dem Thema der Kompositakontraktion sind inzwischen auch zwei weitere Aufsätze gewidmet, die konkret-empirischer orientiert sind. Der eine behandelt die rechtsseitige Kontraktion (Ключенович, 2020), der andere die linksseitige (Kljutschenowitsch, 2020). Zur linksseitigen Kontraktion muss an dieser Stelle gesagt werden, dass dieser Typ der Kontraktion wesentlich seltener in meiner Belegsammlung und damit – das kann mit Sicherheit so behauptet werden – in der deutschen Redepraxis vorkommt. Die terminologischen Bezeichnungen *rechtsseitige Kontraktion* und *linksseitige Kontraktion* entsprechen jeweils den von Walter Henzen unterschiedenen Typen (a+b)c und a(b+c) (Henzen, 1957).

3. Das Artikel-Problem

Für ein univerbierungsorientiertes Verständnis dieser Erscheinung spricht, zwar indirekt, die Tatsache, dass in den meisten analysierten Fällen auch die beteiligten Artikel zusammengezogen bzw. die identischen Artikelwiederholungen getilgt werden: *die Mais- und Gerstenfelder* (Grass, 1997, S. 480); *die Biosprit-, Lebensmittel- und Futtermittelindustrie* (WiWo, 2008); *die Jugendschöffen und -hilfsschöffen* (JGG, § 35). Die Tilgung des Artikels entspricht sicherlich auch den syntaktischen Regeln für formale Reduktion bei Koordination zweier bzw. mehrerer Komposita (coordination reduction), aber gerade der Artikel spielt eine wichtige Rolle als Begleiter des substantivischen Wortes im Deutschen im Gegensatz zum Beispiel zu slawischen Sprachen.

Trotz der Regeln für Koordinationsreduktion finden sich in unserer Belegammlung aber auch einzelne Fälle, wo jeder der sich wiederholenden Artikel erhalten bleibt. Und das obwohl die wortbildungsmäßig zusammengezogenen Komposita koordinativ verbunden sind:

(1) *Weder der Bau der Mauer in Berlin noch die Kuba- oder die Ölkrise hatten die Bundesbürger so beunruhigt wie die Katastrophe in der Ukraine* (Parlament, 44).

Die Präsenz der kontraktionsresistenten Artikel unterstreicht einerseits die Eigenschaften eines eher selbstständigen Wortes bei jedem Mitglied der zusammengezogenen Konstruktion, die andererseits immerhin einen ganzheitlichen strukturell-semantischen Komplex an sich darstellt, denn die abgetrennte Komponente *Kuba-* wäre ohne *Ölkrise*, wo die für die beiden Komposita gemeinsame Grundkomponente *Krise* vorkommt, nicht verständlich. Es ist in diesem Fall gerade die Komponentengemeinsamkeit, die die Kompositakontraktion durch "Einsparung gleicher Wortteile" (Duden-Grammatik, 2006, S. 919) gefördert hat.

Es ist bemerkenswert, dass sich Gesetzestexte in dieser Hinsicht von den anderen untersuchten Kommunikationsbereichen sehr stark abheben. Während aus der Presse uns nur ein einziger Beleg für Artikel-Nichtzusammenziehung vorliegt, sind im deutschen rechtlichen Diskurs derartige Konstruktionen eigentlich keine Seltenheit. Veranschaulichen wir das Gesagte an einigen Beispielen:

(2) ... *veranlasst die Strafvollstreckungs- oder die Strafverfolgungsbehörde* (BtMG, § 27);

(3) *Sozialdaten [...] dürfen [...] weitergegeben werden [...] dem Vormundschafts- oder dem Familiengericht...* (SGB VIII, § 65);

(4) ... *kann der Versicherungsnehmer [...] eine Krankheitskosten-, eine Krankentagegeld- oder eine Pflegekrankenversicherung [...] kündigen* (VVG, § 178 h).

Es wäre anzunehmen, dass die Nichteliminierung des Artikels bei der wortbildungsmäßigen Zusammenziehung mehrerer Komposita im juristischen Diskurs auf eine bestimmte Absicht der Verfasser der jeweiligen Rechtsnorm zurückzuführen ist. Diese pragmatisch begründete Absicht besteht nach unserer Meinung darin, klar und eindeutig (d. h. sprachlich explizit) zu betonen, dass es sich im Gesetzestext um unterschiedliche Dinge (seien das diverse Arten von Versicherungen, Verträgen, Behörden oder Gerichten) handelt. Und aus der Sicht der Linguistik (präziser: der Struktur der Aussage) bedeutet das, dass in den Mittelpunkt nicht die maximal mögliche Einsparung von Ausdrucksmitteln, sondern die garantiert korrekte Interpretation durch diejenigen, die diese rechtlichen Normen anwenden sollen, rückt.

Im Hinblick auf die beiden erwähnten Ansätze zur Behandlung der syntaktisch-wortbildungsmäßigen Kontraktion (syntagmaorientierter vs. univervierungsorientierter Ansatz) halte ich es für angebracht, V. Pavlov zuzustimmen, der auf "einen ambivalenten Charakter koordinierter Verbindungen zusammengesetzter Wörter mit einer getilgten gemeinsamen Komponente" hinweist, durch Wirkung eines solchen Mechanismus der Sprachökonomie wie die syntaktisch-wortbildungsmäßige Kontraktion "werden die Grenzen zwischen einem Syntagma und einem Kompositum undeutlich" (russ. in Павлов, 1973, с. 358). Jochen A. Bär untersucht seinerseits die Kürze als sprachliches Phänomen aus grammatischer Sicht, dabei geht es in seinem gründlichen Aufsatz um verschiedene Typen der Konstruktionen, die er zum "Übergangsbereich von Wortbildung und Syntax" zählt (Bär, 2007). V. Pavlov postuliert in Bezug auf deutsche Komposita die Idee einer "Polydimensionalität der Merkmalkomplexe" (Pavlov, 2009, S. 140 f.). In diesem Sinne erscheint es logisch und erforderlich, dass man sich bei Betrachtung von Kontraktionen auf das Artikel-Problem nicht beschränkt, sondern auch andere Parameter in Betracht zieht.

4. Asymmetrie zusammengezogener Konstruktionen

4.1 Asymmetrie nach dem Grad der ausdrucksseitigen Komprimierung

Im folgenden Beispiel lässt sich im Falle der beiden Bestimmungskomponenten *AOL* und *T-Online* die Verkürzung der Ausdrucksseite durch Verwendung von Kurz- anstelle von Vollformen feststellen:

(5) *jeder AOL- oder T-Online-Kunde* (Zeit, 2000).

So stellt *AOL* eine Abkürzung dar, der der frühere Name des Unternehmens *America Online* zugrunde liegt, und der Buchstabe *T* beim deutschen Unternehmen *T-Online* steht für Deutsche Telekom. Wie man sieht, kann man bei den beiden Kurzformen auf einen unterschiedlichen Grad der ausdrucksseitigen Komprimierung schließen, auf eine Art Selektivität hinsichtlich der Schrumpfung einzelner Abschnitte der vollständigen Bezeichnung.

Das nächste Beispiel ist in der Hinsicht asymmetrisch, dass an der syntaktisch-wortbildungsmäßigen Kontraktion strukturell unterschiedliche Komposita mit unterschiedlicher Strukturgestaltung und unterschiedlichem Grad der linearen Komprimierung beteiligt sind:

(6) *die Stationierungs- oder NATO-Streitkräfte* (WpflG, § 49)

So tritt im ersten Fall das Deverbativum *Stationierung (über Militärtruppen)* als Bestimmungskomponente auf, und im zweiten Fall ist das schon die Abbrüviatur *NATO*. Es ist evident, dass Bestimmungskomponenten der beteiligten Komposita im Rahmen des zusammengezogenen Komplexes funktionale Gleichwertigkeit erlangen.

4.2 Asymmetrie bei der Wortartzugehörigkeit

In unserer Belegsammlung finden sich Fälle der Zusammenziehung von Komposita mit unterschiedlicher Wortartzugehörigkeit der Bestimmungskomponenten:

(7) *Früh- und Mehrlingsgeburten* (StVollzG, § 45) – Adjektiv *früh* vs. Substantiv *Mehrling*;

(8) *Fremd- oder Selbstzündungsmotoren* (StVZO, § 47) – Adjektiv *fremd* vs. Pronomen *selbst*;

(9) *der Spar- und Effizienzdruck* (WiWo, 2020) – Verbalstamm *Spar-* vs. Substantiv *Effizienz*.

4.3 Asymmetrie hinsichtlich der strukturellen Komplexität

Die syntaktisch-wortbildungsmäßige Kontraktion stellt eine besondere semantisch-syntaktische Erscheinung dar, d. h. es geht um eine Art der Inhaltskomprimierung vor dem Hintergrund der Einsparung von Ausdruckseinheiten. Dadurch können die "Destruktion" von Komposita (Абрамов, 1970; Носоченко, 1977) bzw. "eine Lockerung der Wortstruktur" (Fleischer & Barz, 2012, S. 128) und die syntaktisch-wortbildungsmäßige Kontraktion die anschließende Interpretation zusammengezogener Komplexe erschweren. Noch ein Faktor, der zusätzliche Schwierigkeiten für den Interpretationsprozess bereiten kann, ist der unterschiedliche Grad der strukturellen Komplexität von Bestimmungskomponenten an der Kontraktion beteiligter Komposita.

(10) *blaue Pfund- und Halbpfundtüten* (Grass, 1995, S. 308) ← *Pfundtüten* + *Halbpfundtüten*

(11) *arbeitsmarkt- und sozialpolitische Aspekte* (AuslG, § 91 b) ← *Arbeitsmarktpolitik* + *Sozialpolitik*

(12) *Herz-Kreislauf- und Nierenerkrankungen* (StVollzG, § 57) ← *Herz-Kreislauf-Erkrankungen* (Syntagma *Herz und Kreislauf*) + *Nierenerkrankungen*

In vielen Fällen, vor allem dann, wenn es um die strukturelle Asymmetrie zusammeneziehender Komposita geht, setzt die Inhaltsdekodierung in erster Linie die Suche nach der Morphemfuge voraus, wo die Linie der Kompositakomponenten-Abtrennung verläuft. Die Suche nach einer semantisch relevanten Fuge vollzieht sich aufgrund der Sprachkompetenz bzw. der Kenntnisse über die außersprachliche Realität.

Für die richtige Interpretation strukturell asymmetrischer Komposita als Teilnehmer einer zusammengezogenen Konstruktion können bestimmte Kenntnisse fachspezifischer (z. B. rechtlicher) Art erforderlich sein, was das nachfolgende Beispiel veranschaulichen kann:

(13) *steuer- und sozialversicherungsrechtliche Verfahren* (GewO, § 11) ← *Steuerrecht* + *Sozialversicherungsrecht*.

4.4 Semantische Asymmetrie (vom Gesichtspunkt des semantischen Aktantentyps)

Neben semantisch symmetrischen Konstruktionen wie *Schul- und Geschäftsschließungen*, *Lern- und Spielzeiten*, bei denen von der Grundkomponente die gleiche semantische Valenz ausgeht, kommen

in aktuellen Texten auch solche Bildungen vor, wo die jeweilige Bestimmungskomponente nicht denselben Aktantentyp repräsentiert wie die des Partnerkompositums. Die nachfolgenden Belege können das gut veranschaulichen:

- (14) *Vertrags- und Leiharbeiter* (SZ, 2020);
- (15) *Corona- oder Eurobonds* (FAZ, 2020);
- (16) *Zug- und Wiesenvögel* (Spiegel, 1992).

4.5 Asymmetrie hinsichtlich des Status der Bestimmungskomponente

Gerade im gesetzlichen Diskurs lassen sich zusammengezogene Konstruktionen feststellen, in denen die erste (normalerweise substantivische) Komponente eines Kompositums und ein selbstständiges Wort (in der Regel ein Adjektiv) in der gleichen attributiven Funktion gegenüber der Grundkomponente auftreten:

- (17) *ein **Versorgungs-** oder **sonstiger** Betrieb* (HwO, § 2)
- (18) *Wasser- und Energieversorgungsanschlüsse, Kochgelegenheiten, **Beheizungs-** und **sanitäre** Einrichtungen* (GewO, § 120 c)
- (19) *aufgrund von **Zwangsvollstreckungs-** oder anderen **gerichtlichen** Maßnahmen* (UN-KaufR, T. 1, Art. 2)

Wie ersichtlich, kann man in oben angeführten Beispielen von einer funktionalen Gleichwertigkeit der ersten (substantivischen) Komponente eines Kompositums und des selbstständigen adjektivischen Attributs sprechen. Bär (2007, S. 325) spricht in solchen Fällen von "Verschränkungen von Wortbildungs- und syntaktischer Determination". Zusammengezogene Konstruktionen dieses strukturellen Typs verkörpern aus unserer Sicht den maximalen Grad der Syntaxnähe, was ein weiteres Mal die Ambivalenz der Konstruktionen, die durch die syntaktisch-wortbildungsmäßige Kompositakonstruktion entstehen, hervorhebt.

5. Lexikalische Einfügung

Wie A. Lykow richtig schreibt, ist das Wort, im Gegensatz zur Wortverbindung, durch "die Dichtigkeit seiner Struktur" (russ. in Лыков, 1970, S. 86) ("Untrennbarkeit" des Wortes im Gegensatz zur "Trennbarkeit" der Wortgruppe nach A. Smirnickij) gekennzeichnet, d. h. es handelt sich darum, dass das Wort "keine Einfügungen (seien das Wörter oder Wortverbindungen) hereinlässt". Diese Erkenntnis wird auch in der Germanistik thematisiert, wenn z. B. vom deutschen Kompositum behauptet wird, dass es "expansionsfest" sei (Fleischer & Barz, 2012, S. 127). Es ist aber auch nicht weniger korrekt, dass "das reale Leben des Wortes in der Rede häufig nicht in die vorgegebenen Sprachkanons hineinpasst" (russ. in Лыков, 1970, SS. 86-87). In diesem Zusammenhang ist es wichtig hervorzuheben, dass der Gedanke der Expansionsfestigkeit in Bezug auf das "typische" Kompositum formuliert wird (Fleischer & Barz, 2012, SS. 127, 320). Genau solche "untypischen" Fälle einer lexikalischen Expansion bzw. lexikalischen Einfügung konnten im gesetzlichen sowie im schöngestigen Text verfolgt werden:

- (20) *überwachungs- oder **besonders** überwachungsbedürftige Abfälle* (KrW-/AbfG, § 25);
- (21) *in den jeweiligen Stadt- oder **gar** Woiwodschaftsverwaltungen* (Nawrat, 2015, S. 309).

Die Analyse unserer Belegammlung zeigt die Notwendigkeit auf, lexikalisch expandierte zusammengezogenen Konstruktionen in monopositive und bipositive zu unterscheiden.

Als Beispiele für den ersten Typ können die Konstruktionen unter (20) und (21) dienen sowie die, die unten angeführt werden:

- (22) *einschließlich Wild- und **früherer** Kulturformen wirtschaftlich genutzter [...] Tier- und Pflanzenarten* (BNatSchG, § 14 a);
- (23) *achtzig- **womöglich** neunzigjährige Greisin* (Grass, 1995, S. 196).

Wenn wir als Grundlage Walter HENZENS Formel $(a+b)c$ nehmen und unter Berücksichtigung der lexikalischen Expansion weiterentwickeln, dann ergibt sich ein folgendes Schema (Abb. 1).



Abb. 1. Schema einer monopositiven lexikalischen Einfügung

Das umgedrehte Dreieck symbolisiert in dieser schematischen Darstellung das Lexem, das in die zusammengezogene Konstruktion eingefügt wird. Der Bogen steht für die thematische Verbundenheit der Komponenten **a** und **b** (z. B. *Stadt – Woiewodschaft, Wild- – Kultur-*). Im ersten Fall geht es also um die territorial-administrative Aufteilung des Landes, im zweiten Fall um den menschlichen (Nicht)Eingriff in die Naturumgebung.

Die Beispiele, die die bipositive lexikalische Einfügung veranschaulichen können, werden unten angeführt:

(24) ... *schaufelt sie etwa drei Weizen- und vier Maiskörner auf ihren Teller...* (Lenz, 1991, S. 106);

(25) *hier auf Lehm-, dort auf Sandböden* (Grass, 1997, S. 347);

(26) *Ende der Siebziger-, Anfang der Achtzigerjahre* (Schorlau, 2015, S. 221).

Die Spezifik der bipositiven lexikalischen Einfügung wird im Schema unten (Abb. 2) dargestellt.

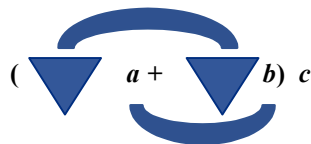


Abb. 2. Schema einer bipositiven lexikalischen Einfügung

Neu in diesem Schema ist der obere Bogen, der die semantische Verbundenheit der beiden Lexeme darstellt, die in die zusammengezogene Konstruktion an unterschiedlichen Stellen eingefügt werden (*drei – vier, hier – dort, Ende – Anfang*). Dies bedeutet, dass das eine einzufügende Lexem das andere Partnerlexem voraussetzt. Dabei werden die beiden Lexeme zum jeweiligen Paar vereinigt, weil sie den gleichen semantischen Parameter verkörpern. So ist das im ersten Fall die Quantität, im zweiten Fall die Ortsangabe, im dritten Fall der zeitliche Abschnitt.

Man kann mit Sicherheit behaupten, dass die bipositive lexikalische Einfügung einen komplizierteren Typ im Vergleich zur monopositiven Einfügung darstellt, da sich die Einfügung lexikalischer Komponenten gleichzeitig an zwei Stellen vollzieht. Es wäre anzumerken, dass im Rahmen der vorliegenden Studie die Belege für die bipositive lexikalische Einfügung nur im schöngestigen Diskurs festgestellt wurden.

6. Einbeziehung in weitere Wortbildungsprozesse

Die Analyse unserer Belegammlung macht auf die Fälle der Einbeziehung zusammengezogener Konstruktionen in weitere Wortbildungsprozesse aufmerksam. So finden wir in einem aktuellen Zeitungstext zur Corona-Pandemie das folgende Beispiel:

(27) [...] ein "dystopisches **Digital- und Pharmakonzern-Kartell**" unter Ausnutzung einer eher harmlosen Pandemie zur Macht drängt (Zeit, 2020).

Durch die strukturelle Analyse des Kompositums *Digital- und Pharmakonzern-Kartell* lässt sich der binäre Gestaltungscharakter dieser Wortbildungskonstruktion konstatieren. Es ist bemerkenswert, dass die Grundkomponente *Kartell* die ganze zusammengezogene Konstruktion *Digital- und Pharmakonzern[e]* als eine einheitliche Bestimmungskomponente bekommt. Das bedeutet, dass die genannte Kontraktion den Status einer Unmittelbaren Konstituente gegenüber der Konstituente *Kartell* im Rahmen des Kompositums erlangt. Das zu behandelnde Beispiel kann man sicherlich auch als ein Phrasenkompositum interpretieren, d. h. als ein Kompositum, wo als Erstglied eine

syntaktische Phrase auftritt (vgl. dazu Meibauer, 2003, S. 155). Vor diesem Hintergrund kann man trotz aller eindeutigen Unterschiedlichkeit von Morphologie und Syntax deren gewisse Überschneidung feststellen: "The structures in morphology and syntax are of quite different character. There is, however, some overlap with respect to the features assumed in morphology and in syntax" (Pafel, 2017, p. 255; vgl. dazu auch Ackema & Neeleman, 2004; Lieber & Scalise, 2006). Hier ein weiterer Textausschnitt:

(28) Titel. *Sturm "Rita" versetzt Energiemarkt in Panik*

Untertitel. *Öl- und Benzinpreise explodieren*

Text. *"Rita" wird vermutlich am kommenden Wochenende das Ölförderungs- und -verarbeitungs-zentrum an der US-Südküste erreichen* (FTD, 2005).

In dem angeführten, ziemlich langen Kompositum *das Ölförderungs- und -verarbeitungs-zentrum* tritt die zusammengezogene Konstruktion *Ölförderung- und -verarbeitung* auch in der Funktion einer Bestimmungskomponente auf.

An dieser Stelle ist aber auch eine Anmerkung erforderlich. Im ersten Fall stellt die zusammengezogene Konstruktion eine verbreitete rechtsseitige Kontraktion (*Digital- und Pharmakonzern[e]* – die identische Komponente ist rechts) dar, im zweiten Fall ist das eine seltenere linksseitige Kontraktion (*Ölförderung- und -verarbeitung*).

Die beschriebenen Wortbildungsprozesse vollziehen sich nicht nur im Zeitungs-, sondern auch im juristischen Diskurs. So kann als Beispiel für den ersten Typ das sperrige Kompositum *Schwer- oder Großraumtransport-Begleitfahrzeuge* (StVZO, § 52) (*Schwer- oder Großraumtransporte*) dienen und als Beispiel für den zweiten Typ ist das Kompositum *DIN-Prüf- und Überwachungszeichen* (StVZO, § 72) (*DIN-Prüfung und Überwachung*) tauglich.

7. Fazit

In der Sprachwissenschaft lassen sich gegenwärtig verschiedene Ansätze zum Verständnis der Kompositazusammenziehung (Kontraktion) verfolgen. Der eine ist eher syntagma-, der andere universionorientiert. Viele Forscher tendieren aber dazu, die Ambivalenz dieser sprachlichen Erscheinung, wenn auch indirekt, anzuerkennen. Das geschieht nicht unbedingt explizit, geht aber häufig aus terminologischen Bezeichnungen hervor.

Konkrete typisierte sprachliche Realisationen liefern Argumente mal für die eine Sicht der Dinge, mal für die andere. Die Zusammenziehung von Artikeln im Zuge der Kompositakontraktion spricht eher für Universion, die Nichtzusammenziehung von Artikeln dagegen für einen zum Teil autonomen Charakter der Beteiligten. Verschiedene Typen der Asymmetrie scheinen auch, zwar nicht im gleichen Maße, an der Einheitlichkeit der zusammengezogenen Konstruktion zu rütteln.

Die lexikalische Einfügung in die Struktur der zusammengezogenen Konstruktion sowie das Funktionieren der abgetrennten substantivischen Komponente und eines selbstständigen Adjektivs als gleichwertiger Attribute für die gemeinsame Grundkomponente zeugen sehr anschaulich von der Syntaxnähe der behandelten Konstruktionen.

Die Einfügung eines selbstständigen lexikalischen Elementes in die zusammengezogene Konstruktion setzt zwei Typen – den monopositiven und den bipositiven – voraus. Die bipositive lexikalische Einfügung stellt einen komplizierteren Typ im Vergleich zur monopositiven Einfügung dar, da sich die Einfügung lexikalischer Komponenten gleichzeitig an zwei Stellen vollzieht. Im Rahmen der vorliegenden Studie wurden die Belege für die bipositive lexikalische Einfügung nur im schöngestigen Diskurs festgestellt.

Die Wortähnlichkeit lässt sich an der Einbeziehung zusammengezogener Konstruktionen in weitere Wortbildungsprozesse in der Funktion einer einheitlichen Bestimmungskomponente bei der Komposition verfolgen.

LITERATURVERZEICHNIS

- Абрамов, Б. А. (1970). Синтаксически обусловленная деструкция сложных и производных слов (на материале современного немецкого языка). *Вопросы языкознания*, 5, 69-79.
- Глухов, Г. В. (1992). *Прагма-коммуникативные функции словообразовательной компрессии в современном немецком языке (на материале немецкоязычной прессы)*. (Автореферат кандидатской диссертации). Минский государственный педагогический институт иностранных языков, Минск, Республика Беларусь.
- Дозорова, Д. В. (2015). Словообразовательные модели универбатов в современном русском языке. *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*, 2(2), 392-396.
- Ерхов, В. Н. (1972). *Сложные существительные-соединения в современном немецком языке и их отношение к синтаксису*. (Автореферат кандидатской диссертации). Ленинградский государственный педагогический институт имени А. И. Герцена, Санкт-Петербург, Российская Федерация.
- Ключенович, С. С. (2020). Финальная контракция сложных слов с тождественным компонентом в разнотипных дискурсивных условиях. *Вестник Минского государственного лингвистического университета. Серия 1: Филология*, 4(107), 58-65.
- Левковская, К. А. (1960). *Именное словообразование в современной немецкой общественно-политической терминологии и примыкающей к ней лексике*. Москва: Издательство Академии наук СССР.
- Лыков, А. Г. (1970). Случаи разорванности слова как структурного целого. *Русский язык в школе*, 5, 86-90.
- Лыков, А. Г. (1976). *Современная русская лексикология (русское окказиональное слово)* [Монография]. Москва: Высшая школа.
- Маракушина, Г. В. (2008). *Роль компрессии в лексической номинации (на материале английского, немецкого и русского языков)*. (Автореферат кандидатской диссертации). Московский государственный областной университет, Москва, Российская Федерация.
- Норман, Б. Ю. (2016). О компрессионных процессах в синтаксисе современных славянских языков. В: Общество славистов Сербии (Ред.), *Русский язык как инославянский*. Том VIII: *Современное изучение русского языка и русской культуры в инославянской среде* (с. 8-20). Белград.
- Носоченко, С. Ф. (1977). *Синтаксико-словообразовательное совмещение в современном немецком языке*. (Автореферат кандидатской диссертации). Московский государственный педагогический институт иностранных языков имени М. Тореза, Москва, Российская Федерация.
- Павлов, В. М. (1973). *Субстантивное словосложение в немецком языке*. (Автореферат докторской диссертации). Ленинградский государственный университет, Санкт-Петербург, Российская Федерация.
- Пан, Г. В. (1978). *Языковая экономия и коммуникативная насыщенность текстов в прессе ГДР*. (Автореферат кандидатской диссертации). Московский государственный педагогический институт иностранных языков имени М. Тореза, Москва, Российская Федерация.
- Снежкова, И. А. (2000). *Функции словообразовательных конструкций в художественном тексте (на материале новеллы Т. Манна "Марио и волшебник")*. (Автореферат кандидатской диссертации). Хабаровский государственный педагогический университет, Хабаровск, Российская Федерация.
- Теркулов, В. И. (2012). Лингвальная когнитология: лингвистическая перспектива бытия. В Л. А. Нефедова, А. В. Гребенщикова, А. А. Елистратов, Л. П. Ковальчук, Ю. В. Мамонова, О. В. Сулова, Е. А. Титова, & О. Н. Ярошенко (редкол.), *Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах*. Том 2 (с. 62-65). Челябинск: Челябинский государственный университет.

- Толстолуцкая, Е. В. (2013). *Структурно-прагматические характеристики текстов малого формата (на материале французской прессы)*. (Автореферат кандидатской диссертации). Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Воронеж, Российская Федерация.
- Ackema, P., & Neeleman, A. (2004). *Beyond Morphology*. Oxford: Oxford University Press.
- Bär, J. A. (2007). Kürze als grammatisches Problem: determinative Verschränkungen. Phänomene der Ersparung im Übergangsbereich von Wortbildung und Syntax. In J. A. Bär, T. Roelcke & A. Steinhauer (Hg.), *Sprachliche Kürze. Konzeptuelle, strukturelle und pragmatische Aspekte* (SS. 310-338). Berlin / New York: De Gruyter.
- [Duden-Grammatik 1966 =] *Der Große Duden. Bd. 4: Grammatik der deutschen Gegenwartssprache*. Bearb. von P. Grebe unter Mitw. von H. Gipper, M. Mangold & C. Winkler. 2., verm. u. verb. Aufl. Mannheim et al.: Bibliographisches Institut & Dudenverlag.
- [Duden-Grammatik 2006 =] Dudenredaktion (Hg., 2006). *Duden. Bd. 4: Die Grammatik*. Red. Bearb.: K. Kunkel-Razum & M. Wermke. Überarb. Neudruck der 7., völlig neu erarb. u. erw. Aufl. Mannheim: Dudenverlag.
- Elsen, H. (2009). Komplexe Komposita und Verwandtes. *Germanistische Mitteilungen*, 69, 57-71.
- Fanselow, G. (1981). *Zur Syntax und Semantik der Nominalkomposition. Ein Versuch praktischer Anwendung der Montague-Grammatik auf die Wortbildung im Deutschen* [Monographie]. Tübingen: Niemeyer.
- Fleischer, W., & Barz, I. (2012). *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. Unter Mitarbeit von Marianne Schröder. 4., völlig neu bearb. Aufl. Berlin / Boston: De Gruyter.
- Henzen, W. (1957). *Deutsche Wortbildung*. 2., verb. Aufl. Tübingen: Niemeyer.
- Kljutschenowitsch, S. (2020). Linksseitige Kontraktion als Diskursphänomen in der deutschen Gegenwartssprache. Präliminäre Erkenntnisse aus einer Korpusstudie. *Grazer Linguistische Studien*, 92, 111-125. doi: 10.25364/04.47:2020.92.5
- Kobler-Trill, D. (1994). *Das Kurzwort im Deutschen. Eine Untersuchung zu Definition, Typologie und Entwicklung* [Monographie]. Tübingen: Niemeyer.
- Lieber, R., & Scalise, S. (2006). The Lexical Integrity Hypothesis in a New Theoretical Universe. *Lingue e Linguaggio*, 5, 7-32.
- Meibauer, J. (2003). Phrasenkomposita zwischen Wortsyntax und Lexikon. *Zeitschrift für Sprachwissenschaft*, 22, 153-188.
- Ortner, L., Müller-Bollhagen, E., Ortner, H., Wellmann, H., Pümpel-Mader, M., & Gärtner, H. (1991). *Deutsche Wortbildung. Typen und Tendenzen in der Gegenwartssprache. Bd. 4: Substantivkomposita*. Düsseldorf: Schwann.
- Pafel, J. (2017). *Phrasal Compounds and the Morphology-Syntax Relation*. In C. Trips & J. Kornfilt (Hg.), *Further Investigations into the Nature of Phrasal Compounding* (SS. 233-259). Berlin: Language Science Press.
- Pavlov, V. (2009). *Deutsche Wortbildung im Spannungsfeld zwischen Lexikon und Syntax. Synchronie und Diachronie* [Monographie]. Frankfurt a. M.: Peter Lang.

REFERENCES

- Abramov, B. A. (1970). Sintaksicheski obuslovlennaya destrukciya slozhnyh i proizvodnyh slov (na materiale sovremennogo nemeckogo yazyka). *Voprosy yazykoznanija*, 5, 69-79.
- Gluhov, G. V. (1992). *Pragma-kommunikativnye funkcii slovoobrazovatel'noj kompressii v sovremennom nemeckom yazyke (na materiale nemeckoyazychnoj pressy)*. (Avtoreferat kandidatskoj dissertacii). Minskij gosudarstvennyj pedagogicheskij institut inostrannyh yazykov, Minsk, Respublika Belarus'.
- Dozorova, D. V. (2015). Slovoobrazovatel'nye modeli univerbatov v sovremennom russkom yazyke. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo*, 2(2), 392-396.

- Erhov, V. N. (1972). *Slozhnye sushchestvitel'nye-soedineniya v sovremennom nemeckom yazyke i ih otnoshenie k sintaksisu*. (Avtoreferat kandidatskoj dissertacii). Leningradskij gosudarstvennyj pedagogicheskij institut imeni A. I. Gercena, Sankt-Peterburg, Rossijskaya Federaciya.
- Klyuchenovich, S. S. (2020). Final'naya kontrakciya slozhnyh slov s tozhdestvennym komponentom v raznotipnyh diskursivnyh usloviyah. *Vestnik Minskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Seriya 1: Filologiya*, 4(107), 58-65.
- Levkovskaya, K. A. (1960). *Imennoe slovoobrazovanie v sovremennoj nemeckoj obshchestvenno-politicheskoj terminologii i primykayushchej k nej leksike*. Moskva: Izdatel'stvo Akademii nauk SSSR.
- Lykov, A. G. (1970). Sluchai razorvannosti slova kak strukturnogo celogo. *Russkij yazyk v shkole*, 5, 86-90.
- Lykov, A. G. (1976). *Sovremennaya russkaya leksikologiya (russkoe okkazional'noe slovo)* [Monografiya]. Moskva: Vysshaya shkola.
- Marakushina, G. V. (2008). *Rol' kompressii v leksicheskoj nominacii (na materiale anglijskogo, nemeckogo i russkogo yazykov)*. (Avtoreferat kandidatskoj dissertacii). Moskovskij gosudarstvennyj oblastnoj universitet, Moskva, Rossijskaya Federaciya.
- Norman, B. YU. (2016). O kompressionnyh processah v sintaksise sovremennyh slavyanskij yazykov. V Obshchestvo slavistov Serbii (Red.), *Russkij yazyk kak inoslavjanskij*. Tom VIII: *Sovremennoe izuchenie russkogo yazyka i russkoj kul'tury v inoslavjanskoj srede* (ss. 8-20). Belgrad.
- Nosochenko, S. F. (1977). *Sintaksiko-slovoobrazovatel'noe sovmeshchenie v sovremennom nemeckom yazyke*. (Avtoreferat kandidatskoj dissertacii). Moskovskij gosudarstvennyj pedagogicheskij institut inostrannyh yazykov imeni M. Toreza, Moskva, Rossijskaya Federaciya.
- Pavlov, V. M. (1973). *Substantivnoe slovoslozhenie v nemeckom yazyke*. (Avtoreferat doktorskoj dissertacii). Leningradskij gosudarstvennyj universitet, Sankt-Peterburg, Rossijskaya Federaciya.
- Pan, G. V. (1978). *Yazykovaya ekonomiya i kommunikativnaya nasyschennost' tekstov v presse GDR*. (Avtoreferat kandidatskoj dissertacii). Moskovskij gosudarstvennyj pedagogicheskij institut inostrannyh yazykov imeni M. Toreza, Moskva, Rossijskaya Federaciya.
- Snezhkova, I. A. (2000). *Funkcii slovoobrazovatel'nyh konstrukcij v hudozhestvennom tekste (na materiale novelly T. Manna "Mario i volshebnyk")*. (Avtoreferat kandidatskoj dissertacii). Habarovskij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet, Habarovsk, Rossijskaya Federaciya.
- Terkulov, V. I. (2012). Lingval'naya kognitologiya: lingvisticheskaya perspektiva bytiya. V L. A. Nefedova, A. V. Grebenshchikova, A. A. Elistratov, L. P. Koval'chuk, Yu. V. Mamonova, O. V. Suslova, E. A. Titova, & O. N. Yaroshenko (redkol.), *Slovo, vyskazyvanie, tekst v kognitivnom, pragmaticheskom i kul'turologicheskom aspektah*. Tom 2 (ss. 62-65). Chelyabinsk: Chelyabinskij gosudarstvennyj universitet.
- Tolstoluckaya, E. V. (2013). *Strukturno-pragmaticheskie harakteristiki tekstov malogo formata (na materiale francuzskoj pressy)*. (Avtoreferat kandidatskoj dissertacii). Belgorodskij gosudarstvennyj nacional'nyj issledovatel'skij universitet, Voronezh, Rossijskaya Federaciya.
- Ackema, P., & Neeleman, A. (2004). *Beyond Morphology*. Oxford: Oxford University Press.
- Bär, J. A. (2007). Kürze als grammatisches Problem: determinative Verschränkungen. Phänomene der Ersparung im Übergangsbereich von Wortbildung und Syntax. In J. A. Bär, T. Roelcke & A. Steinhauer (Hg.), *Sprachliche Kürze. Konzeptuelle, strukturelle und pragmatische Aspekte* (SS. 310-338). Berlin / New York: De Gruyter.
- [Duden-Grammatik 1966 =] *Der Große Duden. Bd. 4: Grammatik der deutschen Gegenwartssprache*. Bearb. von P. Grebe unter Mitw. von H. Gipper, M. Mangold & C. Winkler. 2., verm. u. verb. Aufl. Mannheim et al.: Bibliographisches Institut & Dudenverlag.
- [Duden-Grammatik 2006 =] Dudenredaktion (Hg., 2006). *Duden. Bd. 4: Die Grammatik*. Red. Bearb.: K. Kunkel-Razum & M. Wermke. Überarb. Neudruck der 7., völlig neu erarb. u. erw. Aufl. Mannheim: Dudenverlag.

- Elsen, H. (2009). Komplexe Komposita und Verwandtes. *Germanistische Mitteilungen*, 69, 57-71.
- Fanselow, G. (1981). *Zur Syntax und Semantik der Nominalkomposition. Ein Versuch praktischer Anwendung der Montague-Grammatik auf die Wortbildung im Deutschen* [Monographie]. Tübingen: Niemeyer.
- Fleischer, W., & Barz, I. (2012). *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. Unter Mitarbeit von Marianne Schröder. 4., völlig neu bearb. Aufl. Berlin / Boston: De Gruyter.
- Henzen, W. (1957). *Deutsche Wortbildung*. 2., verb. Aufl. Tübingen: Niemeyer.
- Kljutschenowitsch, S. (2020). Linksseitige Kontraktion als Diskursphänomen in der deutschen Gegenwartssprache. Präliminäre Erkenntnisse aus einer Korpusstudie. *Grazer Linguistische Studien*, 92, 111-125. doi: 10.25364/04.47:2020.92.5
- Kobler-Trill, D. (1994). *Das Kurzwort im Deutschen. Eine Untersuchung zu Definition, Typologie und Entwicklung* [Monographie]. Tübingen: Niemeyer.
- Lieber, R., & Scalise, S. (2006). The Lexical Integrity Hypothesis in a New Theoretical Universe. *Lingue e Linguaggio*, 5, 7-32.
- Meibauer, J. (2003). Phrasenkomposita zwischen Wortsyntax und Lexikon. *Zeitschrift für Sprachwissenschaft*, 22, 153-188.
- Ortner, L., Müller-Bollhagen, E., Ortner, H., Wellmann, H., Pümpel-Mader, M., & Gärtner, H. (1991). *Deutsche Wortbildung. Typen und Tendenzen in der Gegenwartssprache. Bd.4: Substantivkomposita*. Düsseldorf: Schwann.
- Pafel, J. (2017). *Phrasal Compounds and the Morphology-Syntax Relation*. In C. Trips & J. Kornfilt (Hg.), *Further Investigations into the Nature of Phrasal Compounding* (SS. 233-259). Berlin: Language Science Press.
- Pavlov, V. (2009). *Deutsche Wortbildung im Spannungsfeld zwischen Lexikon und Syntax. Synchronie und Diachronie* [Monographie]. Frankfurt a. M.: Peter Lang.

BELEGQUELLEN / EMPIRICAL DATA SOURCES


- AuslG = Gesetz über die Einreise und den Aufenthalt von Ausländern im Bundesgebiet (2000). In *Öffentliches Recht*. Baden-Baden: Nomos.
- BNatSchG = Gesetz über Naturschutz und Landschaftspflege (2000). In *Öffentliches Recht*. Baden-Baden: Nomos.
- BtMG = Gesetz über den Verkehr mit Betäubungsmitteln (2000). In *Strafrecht*. Baden-Baden: Nomos.
- FAZ = *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (2020). <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/konjunktur/hubertus-heil-an-unternehmen-mitarbeiter-sollen-gehalten-werden-16709810.html>
- FTD = *Financial Times Deutschland* 20.09.2005.
- GewO = Gewerbeordnung (2000). In *Öffentliches Recht*. Baden-Baden: Nomos.
- Grass, G. (1997). *Die Rätin*. Göttingen: Steidl.
- Grass, G. (1995). *Die Blechtrommel*. München: dtv.
- HwO = Gesetz zur Ordnung des Handwerks (2000). In *Öffentliches Recht*. Baden-Baden: Nomos.
- JGG = Jugendgerichtsgesetz (2000). In *Strafrecht*. Baden-Baden: Nomos.
- KrW-/AbfG = Gesetz zur Förderung der Kreislaufwirtschaft und Sicherung der umweltverträglichen Beseitigung von Abfällen (2000). In *Öffentliches Recht*. Baden-Baden: Nomos.
- Lenz, S. (1991). *Das Vorbild*. München: dtv.
- Nawrat, M. (2015). *Die vielen Tode unseres Opas Jurek*. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt.
- Parlament, 43 = *Das Parlament* (2010), 43.
- Parlament, 44 = *Das Parlament* (2010), 44.
- Schneider, P. (2013). *Die Lieben meiner Mutter*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Schorlau, W. (2015). *Die schützende Hand. Denglers achter Fall*. Köln: Kiepenheuer & Witsch.

- SGB = Sozialgesetzbuch (2000). In *Strafrecht*. Baden-Baden: Nomos.
Spiegel = *Der Spiegel* (1992), 36.
StVollzG = Gesetz über den Vollzug der Freiheitsstrafe und der freiheitsentziehenden Maßregeln der Besserung und Sicherung. In *Strafrecht*. Baden-Baden: Nomos.
StVZO = Straßenverkehrs-Zulassungs-Ordnung (2000). In *Strafrecht*. Baden-Baden: Nomos.
SZ = *Süddeutsche Zeitung* (2020). <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/corona-trump-billionen-1.4856833>
UN-KaufR = Übereinkommen der Vereinten Nationen über Verträge über den internationalen Warenkauf (2000). In *Zivilrecht: Wirtschaftsrecht*. Baden-Baden.
VVG = Gesetz über den Versicherungsvertrag (2000). In *Zivilrecht: Wirtschaftsrecht*. Baden-Baden: Nomos.
WiWo, 2008 = *Wirtschaftswoche* (2008), 16.
WiWo, 2020 = *Wirtschaftswoche* (2020). <https://www.wiwo.de/unternehmen/industrie/insolvenzen-das-sind-die-krisenbranchen-2020/25319826.html>
WpflG = Wehrpflichtgesetz (2000). In *Öffentliches Recht*. Baden-Baden: Nomos.
Zeit, 2000 = *Die Zeit* (2000), 9.
Zeit, 2020 = *Die Zeit* (2020). <https://www.zeit.de/kultur/2020-04/demokratischer-widerstand-quer-front-hygienedemo-verschwörungstheorien>

Дата надходження до редакції 29.09.2021

Ухвалено до друку 21.12.2021

Informationen über den Verfasser

<p>Sergej Kljutschenowitsch, Kandidat der philologischen Wissenschaften, Dozent, Habilitand am Lehrstuhl für Allgemeine Sprachwissenschaft der Minsker Staatlichen Linguistischen Universität (Belarus) E-Mail: sergej.dolm.rd@gmail.com</p>		<p>Forschungsschwerpunkte Sprachökonomie, deutsche Wortbildung, syntaktische Semantik, Funktionalstilistik, Textlinguistik</p>
---	---	---

УДК 811.111'373.43:81'25

DOI: <https://doi.org/10.32589/2311-0821.2.2021.252109>

К.П. Никитченко

Київський національний лінгвістичний університет, Україна

e-mail: kateryna.nykytchenko@knlu.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4938-5290>

НЕОЛОГІЗМИ-БЛЕНДИ ДИСКУРСУ ІНДУСТРІЇ МОДИ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ: СТРУКТУРНИЙ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧИЙ АСПЕКТИ

Abstract

The article under consideration focuses on neologisms which abound in the fashion industry discourse. An enormous number of new words in this industry are of a compelling interest to linguists, though, paradoxically, these lexemes appear to be practically unknown to scholars. As a rule, new words in the fashion industry, especially blends, cause challenges in translation. Hence, the author's main objective was to reveal the structural and semantic features of new lexemes created by blending, that is by combining two other words into one. The paper provides structural classification of blends based on the order of shortened elements, interlinks and overlaps to facilitate adequate decoding. Total, partial and overlapping telescopic words were singled out and analysed accordingly. Insight into semantics of these words enabled to construct the most common taxa, among which are lexico-semantic groups 'clothes', 'footwear', 'accessories', 'beauty', 'fashion industry', 'style', 'beauty imperfections', 'trendy color', etc., represented by blends. Such blends, or telescopic words, constantly appear in the sphere of fashion and assign a formidable task to a translator. Thus, the main lexical, grammatical, lexico-grammatical transformations applied in the translation of blends are described. The results indicate that transcribing, transliteration, adaptive transcoding and explication, or the combination of them, are the most common transformations. But in the course of the research several other methods of transferring the meaning of blends were identified, namely loan translation, the creation of new blends, zero translation, omission and transposition. Profound research of fashion industry neologisms remains relevant as the process of nomination goes on.

Keywords: neologism, blend, telescopic word, fashion industry discourse, taxon, translation transformation.

Анотація

Статтю присвячено вивченню неологізмів, якими рясніє дискурс індустрії моди. Величезна кількість нових слів у цій галузі викликає неабиякий інтерес лінгвістів, хоча, як це не парадоксально, ці лексеми виявляються практично не вивченими науковцями. Здебільшого нові слова в індустрії моди, особливо бленди, викликають труднощі у перекладі. Отже, основною метою автора було розкрити структурно-семантичні особливості нових лексем, що утворюються шляхом контамінації, тобто об'єднанням двох інших слів в одне. Для адекватного декодування таких слів у статті наведено структурну класифікацію блендів, в основу якої покладено порядок розташування скорочених елементів, їх накладання та взаємозв'язки між ними. Було виділено та проаналізовано повні телескопізми, часткові та телескопізми-гаплологи. Дослідження семантики цих слів дозволило сконструювати найпоширеніші таксони, серед яких виділено лексико-семантичні групи "одяг", "взуття", "аксесуари", "краса", "індустрія моди", "стиль", "недосконалість", "модний колір" тощо, які представлені блендами. Такі бленди, або телескопічні слова, постійно з'являються у сфері моди і ставлять перед перекладачем непросте завдання. У статті описано основні лексичні, граматичні та лексико-граматичні трансформації, що застосовуються при перекладі блендів. За результатами дослідження найпоширенішими трансформаціями є транскрибування, транслітерація, адаптивне транскодування та експлікація або їх комбінація. Також у ході дослідження було виявлено кілька інших методів передачі значення блендів, зокрема, калькування, створення нових блендів, нульовий переклад, опущення та транспозиція. Поглиблене вивчення неологізмів індустрії моди залишається актуальним, оскільки процес номінації триває.

Ключові слова: неологізм, бленд, телескопізм, дискурс індустрії моди, таксон, перекладацька трансформація.

Вступ. Епоха глобального консюмеризму стала каталізатором зростання та процвітання різних галузей виробництва, спрямованих на споживача, серед яких модна індустрія є безперечним лідером. Мода вже давно стала не тільки важливим чинником, що скеровує суспільні зв'язки, а й частиною бізнесу, інструментами якого є профільні вебсторінки, соціальні мережі, телебачення, тематичні журнали, які активно використовуються для рекламування модних брендів. Одними з ключових характеристик моди є її мінливість та динамічність, про що свідчить навіть саме визначення моди як "*нетривалого* панування певного смаку [...] у будь-якій сфері життя чи культури" (Герчанівська, 2015, с. 123). Така швидка динаміка розвитку фешн-індустрії обумовлює значне кількісне зростання лексики на позначення нових понять у царині індустрії моди.

Швидкоплинність дискурсу індустрії моди утримує постійний інтерес науковців не тільки до питань утворення нових лексичних одиниць, їхніх структурно-семантичних особливостей, а й проблем відтворення таких слів у перекладі. Цей чинник і визначає **актуальність** статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Упродовж останніх десятиліть особлива увага лінгвістів зосереджена на студіюванні неологізмів-телескопізмів, тобто словах, утворених шляхом усічення одного зі слів або частини слова. Академічні праці здебільшого висвітлюють телескопізми в ракурсі традиційного словотворення (Balteiro & Bauer, 2019) або із засад когнітивного словотвору (Бялик, 2012). Проте слова-бленди ще не були предметом системного вивчення, зокрема на матеріалі дискурсу індустрії моди. У фокусі дослідження перебуває лише загальне висвітлення лексики індустрії моди (Коваленко, 2005).

Дискурс індустрії моди як підвид інституційного дискурсу характеризується багатомірністю, інтертекстуальністю, наявністю адресатів та адресантів, що веде до множинності інтерпретацій та, відповідно, перекладацьких труднощів. До вивчення дискурсу індустрії моди в аспекті перекладознавства зверталось чимало науковців, проте об'єктом вивчення ставали лише окремі аспекти проблеми, зокрема лексика індустрії моди в художньому дискурсі (Мелько, 2017). У зв'язку з цим виникає необхідність дослідження слів-блендів індустрії моди в аспекті перекладознавства.

Мета статті та її завдання. *Мета* розвідки полягає у визначенні структурно-семантичних особливостей неологізмів-блендів у сучасній англійській мові сфери індустрії моди та особливостей їх відтворення засобами української мови. Для досягнення поставленої мети було вирішено низку завдань:

- з'ясовано ключові особливості дискурсу індустрії моди;
- здійснено системний аналіз неологізмів-блендів у їхньому структурно-семантичному аспекті на матеріалі дискурсу індустрії моди;
- виявлено основні перекладацькі трансформації для відтворення нової лексики моди, утвореної шляхом контамінації, засобами української мови.

Методи та методологія проведеного дослідження. У роботі використано низку *загальнонаукових методів* (методи індукції, аналізу та синтезу), що уможливило узагальнити теоретичні передумови вивчення неологізмів-блендів, та *спеціальних лінгвістичних методів*, а саме метод дискурсивного аналізу для визначення особливостей дискурсу індустрії моди; описовий метод та метод інформаційного пошуку для інтерпретації певних мовних фактів та явищ; залучено елементи структурного методу, представлені компонентним, словотвірним і морфологічним аналізом для дослідження семантичної та дериваційної структури неологізмів-блендів; перекладацький аналіз дозволив виокремити перекладацькі трансформації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Англійська лексика фешн-індустрії є потужною базою, що уможливує ґрунтовніше вивчення мови як єдиного цілого та продуктивних моделей збагачення словникового запасу. Виникнення неологізмів в індустрії моди детерміноване

як зовнішніми, так і внутрішніми чинниками, серед яких чільне місце відводиться появі нових тенденцій, розвитку новітніх технологій та переосмислення дійсності чи вираження свого "я". Такі зміни відображені на вербальному рівні, а саме в дискурсі.

Вестиментарна мода – це продукт новаторства людей світу моди, що включає "сукупність опозицій і правил поєднання елементів одягу" (Підлужна & Сергієнко, 2019, с. 166). Екстраординарність та експресія в одязі покликана привернути увагу потенційного покупця та знайти ринок збуту товару. Тут у поміч стає і дискурс індустрії моди, якому властива усталена структура повідомлення / викладення інформації, яка акцентує на необхідності придбання цього товару.

У сучасних лінгвістичних розвідках термін "дискурс" має неоднозначне трактування та є об'єктом дискусій, що зумовлено природою дискурсу – його *багатомірністю*. У цій статті під дискурсом розуміється сукупність текстів, що є транслюванням "комунікативної події" між мовцями в певному контексті (Дейк, 1989). Кожен вид дискурсу як окремий суспільний інститут має свої характерні риси. Специфіка дискурсу індустрії моди визначається його *складною природою*: його межі з рекламним, медійним, а подекуди й з освітнім дискурсами розмиті. Так, часто він реалізується засобами масмедіа через журнали моди, які вважаються допоміжним сегментом.

Ще одним фактором, що зумовлює специфіку дискурсу індустрії моди, є його *мультимодусність* (Безугла, 2016), тобто співіснування двох негомогенних складників: вербального компонента, представленого заголовками, надписами в журналах чи усними коментарями, та невербального, що візуалізує новинки за допомогою фото чи кольорових палітр. Саме мультимодусність сприяє адекватності конструювання образу та перекладу нових понять у фешн-індустрії.

Лексика індустрії моди є також дискурсивним компонентом. Це насамперед лексичні одиниці з лінгвокраїнознавчим чи соціокультурним елементом та лексеми-скорочення, які засобами мовної компресії можуть виражати цілий концепт. Цікавими для дослідження видаються ті нові лексеми, що скорочені шляхом контамінації, в іншій термінології – блендінгу чи телескопії. Це можна пояснити тим, що нові предмети, об'єкти чи явища, що виникають у сфері індустрії моди здебільшого мають складну структуру та потребують деталізації чи проведення аналогій з уже наявними предметами. У словах-блендах така уважність до найменших деталей (наприклад, фасону, відтінку кольору чи оздоблення одягу) та певна "педантичність" в описі новинок йде пліч-о-пліч з простою назвою, зрозумілою не тільки фахівцю, який цікавиться модою, але й пересічному споживачеві. Таким чином, бленди спрощують розуміння реципієнтом (навіть на рівні асоціацій) та легко запам'ятовуються, привертаючи увагу своєю нестандартністю.

Хоча блендінг не новий процес у мові, він є продуктивним способом утворення нових слів. У межах дослідження методом суцільної вибірки було виокремлено 243 телескопізми із журналів *Bustle*, *Elle*, *Garage*, *Harper's Bazaar*, *Teen Vogue*, та *Vogue*. Аналіз дериваційної структури та словотвірних аспектів дозволив виділити такі **структурні типи за способом творення**:

1) **повні** неологізми-телескопізми, утворені шляхом злиття двох усічених основ за такими моделями: $ab+cd \rightarrow ad$ (*treggings* < trousers + leggings – трегінси; *Goldendoodle* < Golden Retriever + Labradoodle – Голдендудль), $ab+cd \rightarrow ac$ (*celebreality* < celebrity + reality TV – реаліті-шоу за участі відомої особи);

2) **часткові** неологізми-телескопізми, які виникають у результаті злиття усіченої основи одного слова з повною формою іншого $ab+cd \rightarrow abd$ (*floordrobe* < floor + wardrobe – купа одягу, залишена на підлозі; *spatique* < spa + boutique – магазин спа-процедур та косметики;

clicktivism < click + activism – кліктивізм, тобто дії в соціальних медіа для організації протестів), *ab+cd*→*acd* (*normcore* < normal + core – нормкор; *Chessex girl* < Chelsea + Essex girl – заможна жінка з вульгарними гламурними смаками);

3) телескопізми-гаплогли, які мають спільний звук чи склад на стику двох компонентів (*manorexia* < man + anorexia – манорексія; *mandals* < man + sandals – мусоножки). Ця група є найменш представленою у сфері моди.

Цікаво, що вибір контамінації як способу та моделі створення неологізму може бути зумовлений не тільки мовною економією та бажанням привернути увагу, а й когнітивною природою, тобто когнітивні механізми, що лежать в основі творення нової лексичної одиниці, збігаються чи є аналогічними до тих механізмів, що залучені до утворення самого поняття чи об'єкта, який потребує номінації. У результаті схрещення порід собак голден-ретривера і пуделя виведена нова гібридна дизайнерська порода – Голдендудль. Таким чином, бленд утворився ґрунтуючись на змішуванні двох порід та відповідним зрощенням понять у свідомості людини: так званий "подвійний блендінг".

Студіювання семантики блендів фешн-індустрії дало змогу виокремити таксони сфери моди, тобто дозволило угрупувати лексеми, об'єднані спільним значенням. Такими таксонами виступають:

1) одяг, предмети гардеробу: лексико-семантична група 'Clothes' представлена антонімічними підгрупами 'ladies wear' (*camikini* < camisole + bikini – камікіні; *tankini* < tank top + bikini – танкіні), 'menswear' (*mankini* < man + bikini – менкіні; *mantyhose* < man + pantyhose – колготки для чоловіків), та 'unisex clothes' (*jorts* < jeans + shorts – джинсові шорти). Ця група є найчисельнішою та становить 23 % від усієї вибірки;

2) взуття: лексико-семантична група 'Footwear' нараховує лише 5 %, представлені здебільшого чоловічими елементами (*mandals* < man + sandals – мусоніжки);

3) прикраси: група 'Accessories' (11 %) переважно включає різні види сумочок, як жіночих (*trashion bags* < trash + fashion – сумочки з перероблених матеріалів), так і чоловічих (*murses* < male or man + purse – чоловічий варіант дамської сумочки);

4) краса: група 'Beauty' містить б'юті-продукти (*guyliner* < man + eyeliner – чоловіча підводка для очей), б'юті-процедури (*manscaping* < man and landscaping – стрижка волосся на чоловічому тілі) та абстрактні поняття (*beautility* < beauty + utility – краса і практичність), що в цілому становлять 7 %;

5) фешн-індустрія: лексико-семантична група 'Fashion industry' (13 %) налічує одиниці, що репрезентують такі мікрополя: особи, які працюють у фешн-індустрії (*Bennifer* < Ben Affleck + Jennifer Lopez – Бенніфер), події чи процеси в індустрії моди (*shopathon* < shopping + marathon – шопінг-марафон);

6) мода і стиль: ця група містить бленди (15 %), які позначають продукти, речі чи тенденції, що є трендовими (*masstige* < mass + prestige – мастиж – 1) можливість купувати престижні речі ексклюзивних брендів за демократичними цінами; 2) відносно недорогі товари масового виробництва, які продаються як нішеві / розкішні; *procaffeinating* < procrastinating + caffeine – прокофенація; *shrobing* < shoulder + robbing – шробінг);

7) дефекти чи недосконалості: до лексико-семантичної групи 'Beauty imperfections' (9 %) увійшли найменування, які в основному позначають проблеми зі шкірою чи неідеальність тіла (*maskne* < mask + acne – маскне, *flabdomen* < flab + abdomen – обвислий живіт);

8) модний колір: лексико-семантична група 'Trendy colour' (4 %) представлена модними відтінками (*bleen* < blue + green – ані голубий, ані зелений колір).

Поданий список таксонів не є вичерпним, але репрезентує лексико-семантичні групи, які найбільш яскраво представлені.

Наразі через активне зростання термінології індустрії моди, здебільшого в англomовному середовищі, актуальною проблемою для перекладача є пошук засобів адекватного відтворення цих лексем у мові перекладу. Труднощі зазвичай викликані, по-перше, відсутністю лексичних відповідників у мові перекладу. По-друге, слова-бленди є втіленням комплексної інформації про певний продукт чи послугу, а їхня семантика формує цілий образ у свідомості реципієнта, що і вносить певні труднощі в процес перекладу. Задля забезпечення точності та адекватності в перекладі фахівці в галузі перекладу часто послуговуються різноманітними трансформаціями та перекладацькими прийомами.

У результаті проведеного дослідження було виявлено, що неологізми-телескопізми в більшості випадків трансформуються за допомогою **транслітерації**, наприклад, *Maskne: how to take care of your skin while wearing a face mask* (Pitcher, 2020) – **Маскне**: як доглядати за шкірою обличчя, коли носиш маску, чи **транскрибування**, як у реченні *"Plogging" is a fitness trend for the environment* (Belle, 2018) – **Плоггінг** – це екологічний фітнес-тренд. Однак, було з'ясовано, що, незважаючи на утворення нових номінацій, при застосуванні зазначених вище трансформацій для повноцінного перекладу пізніше в тексті перекладач застосовує **експлікацію**, оскільки транслітерування чи транскрибування не надало б читачеві вичерпної інформації: *Маскне – новий термін, утворений поєднанням 'mask' і 'acne' – висипання, які виникають від частого й тривалого перебування в масці* ("Маскне, чутливість, сухість", 2020), або ж роз'яснення надається просто в дужках: *плоггінг (pluck up – "підбирати" і jogging – "біг підтюпцем")*.

Саме комбінування транслітерування / транскрибування та експлікації є найпоширенішим перекладацьким прийомом, що можна пояснити специфікою лексики індустрії моди. Нові предмети одягу, тренди чи явища, що виникають у цій сфері, потребують не тільки номінації, а й детального опису, який дозволяє читачеві зрозуміти, чим цей предмет гардеробу відрізняється від вже відомого. До речі, пояснення зазвичай наявні і в тексті-оригіналі: *We're living in cozy shackets this fall. We all need this versatile layer that melds shirts and jackets* (Lesavage, 2021) – Зручний **шакет** – найпопулярніший цього сезону. Нам усім потрібен цей універсальний верхній одяг, який є гібридом жакета й сорочки.

З метою досягнення перекладацької еквівалентності можуть застосовуватися такі міжмовні перетворення, як: **змішане транскодування** (транскрибування з елементами транслітерації) або **адаптивне транскодування** (адаптація форми слова до фонетичних чи граматичних норм вихідної мови). Наприклад, таке "пристосування" може спостерігатися при відтворенні українською мовою прикметників фешн-індустрії: *cosmeceutical*, що є блендом слів *cosmetics* та *pharmaceuticals*, перекладається як *космецевтичний*. Аналогічної трансформації зазнає слово *jeggings*, що є блендом слів *jeans* та *leggings*: *джеггінси* – легінси, які стилізовані під джинси, що облягають фігуру.

Калькування – тип перекладацької трансформації з дослівним або буквальним перекладом. Варто зазначити, що цей прийом часто застосовується в перекладі термінів-складних слів. Отже, за умов відтворення шляхом калькування неологізмів-блендів, які теж мають складну структуру, їхні компоненти можуть зазнавати декодування та процесів, зворотних контамінації. У результаті бленд може розпадатися на два окремих слова, як це сталося з телескопізмом *flabdomen*, який в українській мові еквівалентний словосполученню "дряблий живіт". Проте калькування може вести і до **створення нового бленда**, оказіонального за своєю природою. Зіставимо фрагмент статті англomовного видання *Vogue* із аналогічним виданням в Україні: *Every year, on the day after Halloween, another Movember begins: The men around you suddenly start growing out their mustaches* (Dancer, 2019) – *Настав найволохатіший місяць року. Завдяки святу "Мовембер" (Movember) або "Вусонад" (словозлиття з англ. Moustache – вуса*

i november – листопад), упродовж усього листопада маєте офіційний привід, щоб відростити вуса ("Що таке "вусопад" ", 2020). Тут бленд *Movember* замінено спочатку транслітерованим відповідником, а потім okazіоналізмом *Вусопад*.

За відсутності ж влучного еквівалента чи недоречності відтворення звукової форми неологізму застосовується лише **експлікація** або **описовий переклад**, наприклад: *troulottes* < *trousers* + *culottes* перекладаються як "широкі штани, які не закривають щиколотки". Факт відсутності відповідного бленда в мові перекладу може стати причиною **опущення** цього слова в процесі перекладу: *Think you've escaped the influence of the fashion portmanteau? Think: Athleisure, shrobing and troulottes. But now there's another fashion mash-up on our radars – one that we're happy to add to our styling vocab: midaxi. Just as it sounds, 'midaxi' is a mix between 'midi' and 'maxi', in reference to hemlines* (Chang, 2018) – *Думаєте вам вдалось уникнути впливу модних слів-гібридів? Подумайте: атлеже, шробінг... Але тепер на наших радарх є ще одна модна суміш, яку ми раді додати до нашого стилю: мідаксі. Є блендом слів "міді" та "максі", що вживається стосовно довжини подолу.* Так, на відміну від інших слів-блендів в аналізованому фрагменті тексту, слово *troulottes* не має єдиної лексеми в українській мові, а використання суто описового методу суперечить комунікативно-прагматичній меті, тому слово просто опускається. Водночас бленди *athleisure* (від *athletics* + *leisure*) та *shrobing* (від *shoulder* + *robbing*) фіксують два варіанти перекладу: "атлеже / носіння спортивного одягу на постійній основі" та "шробінг / носіння плечових виробів таким способом, що одяг приспускається з плечей".

Серед вокабуляру індустрії моди поширеними є слова, трансформовані за допомогою **нульового перекладу**, тобто ті випадки, коли слова передаються в мові перекладу в чужомовній (англійській) графічній формі. Цей факт пояснюється тим, що залучення суто описового перекладу є достатньо громіздкий (особливо, якщо поняття повторюється в тексті), а транслітерація чи транскрибування не вдалі з погляду фонетики мови реципієнта. Відповідно, неперекладені слова-бленди виступають варваризмами. Наприклад: *And what is Janxiety? As the Evening Standard explains, it's the sensation of plummeting from your holiday high back to reality, with a struggling bank balance and a diary full of already broken resolutions* (Dixon, 2019) – *Що це Janxiety? Як пояснює британська газета Evening Standard, це різке погіршення психологічного стану, яке наздоганяє нас після закінчення свят, коли ми повертаємось до звичайного життя з порожньою банківською карткою та щоденником вже порушених обіцянок.* Ця стратегія перекладу блендингової одиниці *Janxiety* (January + anxiety) виправдана з метою запобігти подальшому нагромадженню тексту.

Нульовий переклад використовується і такому випадку: бленд *trashion* < trash + fashion так і залишається іноземним елементом в українськомовному перекладі, хоча він і співіснує із синонімічним терміном *треш* на позначення моди чи речей, створених із перероблених матеріалів. Останній є прикладом **опущення** в перекладі, коли суфікс *-ion*, що репрезентує елемент *fashion*, не відображений у перекладі.

Окрім граматичної трансформації опущення, під час передачі комплексного семантичного навантаження англійськомовного телескопізму часто залучається **перестановка**, тобто зміна порядку розташування мовних елементів у тексті перекладу порівняно з текстом оригіналу. *Madonna wears a pair of McQueen Bumster jeans in an advertisement for MTV* (Tashjian, 2018) – *Мадонна одягає джинси-бамстери від МакКвін у рекламі MTV.* Відбулася не тільки перестановка слів *Bumster* (від *bum* + *hipster*) і *jeans*, а й злиття цих двох слів в одне, тобто словоскладання, та додавання закінчення, що обумовлено синтетичністю та флективністю української мови. Новотвір має значення "джинси з низькою посадкою, які оголюють верхню частину сідниць".

Слід зазначити, що багато блендів сфери індустрії моди ще не перекладені українською мовою. Це пов'язано зі швидким темпом розвитку цієї галузі, тому перерахований нами

список способів перекладу гіпотетично не вичерпний та може оновлюватися іншими перекладацькими трансформаціями. Щодо наявності декількох варіантів перекладу, то рекомендовано використовувати "традиційний", уже закріплений спосіб.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Здійснений аналіз семантико-структурних особливостей неологізмів-блендів та специфіка їх співвіднесення з українськими еквівалентами дають змогу поглибити розуміння способів утворення неологізмів у сфері індустрії моди. За результатами проведеного дослідження було виокремлено три структурні типи слів-блендів (повні, часткові неологізми-телескопізми та телескопізми-гаплогли) та їхні лексико-семантичні групи, а саме: "одяг", "взуття", "прикраси", "краса", "фешн-індустрія", "мода і стиль", "дефекти чи недосконалість", "модний колір", серед яких таксон 'Clothes' домінує, нараховуючи 23 % блендів від усієї вибірки. Також у статті описано різні перекладацькі трансформації чи їх комбінування при відтворенні цих блендів. Аналіз матеріалу уможливив виокремлення лексичних (транслітерація, транскрибування, адаптивне транскодування, калькування, створення нового бленда), граматичних (опущення, перестановка) та лексико-граматичних трансформацій (експлікація, нульовий переклад), що застосовуються при перекладі блендів індустрії моди.

Перспективу подальших розвідок становить поглиблення досліджень появи нових слів, зокрема неологізмів-блендів, та способів відтворення термінів індустрії моди засобами української мови.

ЛІТЕРАТУРА

- Безугла, Т. А. (2016). Візуалізація мовленнєвоактових складових у рекламному тексті. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*, 84(1), 57-63.
- Бондаренко, О. М., & Приходько, Е. С. (2016). Бленди англійської мови: етимологія, морфологія, семантика (на матеріалі текстів галузі моди). *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*, 11, 26-28.
- Бялик, В. Д. (2012). *Епістемологія лексичного квантора: монографія*. Чернівці: Золоті литаври.
- Герчанівська, П. Е. (2015). *Культурологія: термінологічний словник*. Київ: Національна Академія керівних кадрів культури і мистецтв.
- Дейк, Т. А. Ван. (1989). *Язык. Познание. Коммуникация*. Москва: Прогресс.
- Коваленко, Г. М. (2005). *Англійська лексика моди XX-XXI століть* (Кандидатська дисертація). Київський національний університет ім. Т. Шевченка, Київ.
- Мелько, Х. Б. (2017). Особливості перекладу термінології моди в англійській мові (на матеріалі романів Софі Кінсели). *Львівський філологічний часопис*, 1, 44-48.
- Підлужна, І. А., & Сергієнко, М. С. (2019). Відтворення особливостей перекладу дискурсу індустрії моди. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія Філологія*, 41(2), 166-169.
- Balteiro, I., & Bauer, L. (2019). Introduction. *Lexis – Journal. English Lexicology. Blending in English*, 14. doi: 10.4000/lexis.4085

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

- Маскне, чутливість, сухість: хто винен і що робити. (2020, 18 червня). *Vogue UA*. Взято з <https://vogue.ua/ua/article/beauty/kozha/chto-takoe-maskne-i-kak-s-etim-borotsya-govorit-vrach.html>
- Що таке "вусопад" або чому в листопаді всі відрощують вуса. (2020, 04 листопада). *Vogue UA*. Взято з <https://vogue.ua/ua/article/vogueman/ukhod/chto-takoe-usabr-ili-pochemu-v-noyabre-vse-otrashchivayut-usy.html>

- Belle, E. (2018, February 6). "Plogging" is a fitness trend for the environment. *Teen Vogue*. Retrieved from <https://www.teenvogue.com/story/plogging-environmental-fitness>
- Chang, M. (2019, June 18). Why the 'midaxi' hem is the only thing you should wear this winter. *Elle Australia*. Retrieved from <https://www.elle.com.au/fashion/midaxi-dresses-20724>
- Dancer, R. (2019, October 30). Billie launched a Movember Campaign – because women have mustaches too. *Teen Vogue*. Retrieved from <https://www.teenvogue.com/story/billie-movember-mustache-campaign>
- Dixon, E. (2019, January 6). This phenomenon could be the reason you're not feeling your best in January. *Bustle*. Retrieved from <https://www.bustle.com/p/what-is-janxiety-if-youre-miserable-at-this-time-of-year-youre-not-alone-15652749>
- Hargrave, H. (2018, November 12). 6 Stylish habits to teach your kids early on. *Harper's Bazaar*. Retrieved from <https://www.harpersbazaar.com/culture/junior/style/stylish-habits-to-teach-your-kids>
- Lesavage, H. (2021, October 13). We're living in cosy shackets this fall. *Harper's Bazaar*. Retrieved from <https://www.harpersbazaar.com/fashion/trends/g37929470/shacket-womens-shirt-jacket/>
- Pitcher, L. (2020, July 17). Maskne: how to take care of your skin while wearing a face mask. *Teen Vogue*. Retrieved from <https://www.teenvogue.com/story/what-is-maskne-how-to-take-care-of-your-skin>
- Tashjian, R. (2018, March 8). From McQueen to McDonald's, a history of low-rise jeans. *Garage*. Retrieved from https://garage.vice.com/en_us/article/qvw7vd/from-mcqueen-to-mcdonalds-a-history-of-low-rise-jeans

REFERENCES

- Bezuhla, T. A. (2016). Vizualizatsiya movlennyevoaktivnykh skladovykh u reklamnomu tekstu. *Visnyk KHNU imeni V. N. Karazina. Seriya: Inozemna filolohiya. Metodyka vykladannya inozemnykh mov*, 84(1), 57-63.
- Bondarenko, O. M., & Prykhod'ko, E. S. (2016). Blendy anhliys'koyi movy: etymolohiya, morfolohiya, semantyka (na materialy tekstiv haluzi mody). *Aktual'ni problemy filolohiyi ta perekladnavstva*, 11, 26-28.
- Byalyk, V. D. (2012). *Epistemolohiya leksychnoho kvantora: monohrafiya*. Chernivtsi: Zoloti lytavry.
- Herchaniv's'ka, P. E. (2015). *Kul'turolohiya: terminolohichnyj slovnyk*. Kyiv: Natsional'na Akademiya kerivnykh kadrov kul'tury i mystetstv.
- Deyk, T. A. Van. (1989). *Yazyk. Poznanye. Kommunikatsyya*. Moskva: Progress.
- Kovalenko, H. M. (2005). *Anhliys'ka leksyka mody XX-XXI stolit'* (Kandydats'ka dysertatsiya). Kyivs'kyj natsional'nyj universytet im. T. Shevchenka, Kyiv.
- Mel'ko, KH. B. (2017). Osoblyvosti perekladu terminolohiyi mody v anhliys'kiy movi (na materialy romaniv Sofi Kinsely). *L'vivs'kyj filolohichnyj chasopys*, 1, 44-48.
- Pidluzhna, I. A., & Serhiyenko, M. S. (2019). Vidtvorennya osoblyvostey perekladu dyskursu industriyi mody. *Naukovyy visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya Filolohiya*, 41(2), 166-169.
- Balteiro, I., & Bauer, L. (2019). Introduction. *Lexis – Journal. English Lexicology. Blending in English*, 14. doi: 10.4000/lexis.4085

DZHERELA ILYSTRATYVNOHO MATERIALY

- Maskne, chutlyvist', sukhist': khto vynyen i shcho robyty (2020, 18 chervnya). *Vogue UA*. Vziato z <https://vogue.ua/ua/article/beauty/kozha/chto-takoe-maskne-i-kak-s-etim-borotsya-govorit-vrach.html>

- Shcho take "vusopad" abo chomu v lystopadi vsi vidroshchuyut' vusa. (2020, 04 lystopada). *Vogue UA*.
Vziato z <https://vogue.ua/ua/article/vogueman/ukhod/chto-takoe-usabr-ili-pochemu-v-noyabre-vse-otrashchivayut-usy.html>
- Belle, E. (2018, February 6). "Plogging" is a fitness trend for the environment. *Teen Vogue*.
Retrieved from <https://www.teenvogue.com/story/plogging-environmental-fitness>
- Chang, M. (2019, June 18). Why the 'midaxi' hem is the only thing you should wear this winter. *Elle Australia*. Retrieved from <https://www.elle.com.au/fashion/midaxi-dresses-20724>
- Dancer, R. (2019, October 30). Billie launched a Movember Campaign – because women have mustaches too. *Teen Vogue*. Retrieved from <https://www.teenvogue.com/story/billie-movember-mustache-campaign>
- Dixon, E. (2019, January 6). This phenomenon could be the reason you're not feeling your best in January. *Bustle*. Retrieved from <https://www.bustle.com/p/what-is-janxiety-if-youre-miserable-at-this-time-of-year-youre-not-alone-15652749>
- Hargrave, H. (2018, November 12). 6 Stylish habits to teach your kids early on. *Harper's Bazaar*. Retrieved from <https://www.harpersbazaar.com/culture/junior/style/stylish-habits-to-teach-your-kids>
- Lesavage, H. (2021, October 13). We're living in cosy shackets this fall. *Harper's Bazaar*. Retrieved from <https://www.harpersbazaar.com/fashion/trends/g37929470/shacket-womens-shirt-jacket/>
- Pitcher, L. (2020, July 17). Maskne: how to take care of your skin while wearing a face mask. *Teen Vogue*. Retrieved from <https://www.teenvogue.com/story/what-is-maskne-how-to-take-care-of-your-skin>
- Tashjian, R. (2018, March 8). From McQueen to McDonald's, a history of low-rise jeans. *Garage*. Retrieved from https://garage.vice.com/en_us/article/qvw7vd/from-mcqueen-to-mcdonalds-a-history-of-low-rise-jeans

Дата надходження до редакції 29.11.2021
Ухвалено до друку 21.12.2021

Відомості про автора

<p>Никитченко Катерина Петрівна,</p> <p>кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології і перекладу імені проф. І.В. Корунця, Київський національний лінгвістичний університет e-mail: kateryna.nykytchenko@knl.u.edu.ua</p>		<p>Сфера наукових інтересів</p> <p>Зіставна лексикологія, словотворення, когнітивна лінгвістика, постмодерністський художній текст</p>
---	---	---

УДК 81'23

DOI: <https://doi.org/10.32589/2311-0821.2.2021.252111>

О.П. Романенко

Київський національний лінгвістичний університет, Україна

e-mail: donnaolga@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4490-5533>

МОРФОЛОГІЧНА КОМБІНАТОРИКА ФОЛЬКЛОРНИХ ДЕМІНУТИВІВ У КОЛИСКОВИХ ПІСНЯХ НОВОГРЕЦЬКОЇ, СЕРБСЬКОЇ ТА УКРАЇНСЬКОЇ МОВ

Abstract

The article focuses on morphological models of combinatorics of diminutive suffixes in lullabies in Modern Greek, Serbian and Ukrainian. A method of computer and targeted sampling of folklore diminutives in lullabies in the studied languages was developed.

The "Multi Text Finder" software was adapted for computer and targeted sampling of diminutive suffixes in electronic texts of lullabies in Modern Greek, Serbian and Ukrainian and their search was performed according to the following algorithm: search location (document) was selected; diminutives in each language were loaded to search; words with diminutive suffixes were searched; the automatically selected units that are not the object of the scientific research were sorted out. The advantages of the used computer programme proved to be the following: the ability to search multiple word elements, support of basic document formats (TXT, DOC, RTF, etc.), integration with Windows Explorer, preview of search items, good search speed, user-friendliness.

It was established that adding diminutive suffixes to the stem causes combinatorial morphological changes that occur due to the interaction of phonemes because of their distribution. As a result of the interaction of two adjacent phonemes (stem final and diminutive suffix) one of them may feature changes of: qualitative (accommodation, assimilation, dissimilation) or quantitative (simplification, lengthening and contraction) character. The comparative analysis helped to find out that morphological combinatorial changes are almost uncharacteristic of masculine diminutives in Modern Greek and neuter diminutives in Serbian. As for the feminine gender, combinatorial changes occur in all three languages. In Modern Greek the unique characteristic is the addition, which is a combinatorial morphological change, created by joining the feminine suffix *-πούλ-α* and the neuter suffix *-άκι* to the stem.

Keywords: combinatorial morphological changes, folklore diminutives, distribution, lullabies.

Анотація

У статті схарактеризовано морфологічні моделі комбінаторики демінутивних суфіксів у колискових піснях новогрецької, сербської та української мов. Розроблено методику комп'ютерної та цільової вибірки фольклорних демінутивів у колискових піснях новогрецької, сербської та української мов.

Адаптовано програмне забезпечення "Multi Text Finder" для комп'ютерної і цільової вибірки демінутивних суфіксів в електронних текстах колискових пісень новогрецької, сербської та української мов і виконано їх пошук за таким алгоритмом: вибрано місце пошуку (документ); завантажено для пошуку демінутиви кожної мови; здійснено пошук слів із демінутивними суфіксами; відсортовано ті автоматично виділені одиниці, які не є об'єктом наукового дослідження. Зазначено переваги обраної комп'ютерної програми на тлі інших: можливість одночасного пошуку декількох елементів слів, підтримка основних форматів документів (TXT, DOC, RTF тощо), інтеграція із провідником Windows, попередній перегляд пошукового елемента, швидкість пошуку, простота і зручність у використанні.

Установлено, що при додаванні демінутивних суфіксів до твірної основи відбуваються комбінаторні морфологічні зміни, що виникають через взаємодію фонем, зумовлену їхньою дистрибуцією. Унаслідок взаємодії двох суміжних фонем (фіналі твірної основи та демінутивного суфікса) може відбуватися зміна однієї з них: якісного (акомодация, асиміляція, дисиміляція) чи кількісного (спрощення, подовження і стягнення) характеру. У результаті зіставного аналізу виявлено, що морфологічні комбінаторні зміни майже не характерні для демінутивів новогрецької мови чоловічого роду та середнього роду сербської

мови. У жіночому роді комбінаторні зміни відбуваються у всіх трьох мовах. Унікалією для новогрецької мови є така комбінаторна морфологічна зміна, як вставка – нарощення основи при приєднанні суфіксів жіночого роду -οποῦλ-α та середнього роду -άκι.

Ключові слова: комбінаторні морфологічні зміни, фольклорні демінутиви, дистрибуція, колискові пісні.

Формулювання проблеми та обґрунтування актуальності її розв’язання. Мова кожного народу, за словами І.С. Беркешук, – "це універсальне відображення етнічності, фундамент існування культури, історії, традицій, вірувань, побуту і, як результат, – національних відмінностей у сприйнятті світу. Вона виражає національний менталітет, який, переживши століття, зберігає відгомін минулих поколінь у приказках, метафорах та інших лінгвальних символах культури" (2016, с. 26), що мають фольклорну природу.

Мові фольклору властиві свої маркери, одним із яких є демінутиви. Найбільш своєрідні демінутиви є в **колискових піснях**, що належать до **дитячого фольклору**.

Фольклорні демінутиви як мовні універсалії (Jurafsky, 1996) реалізуються в колискових піснях за допомогою способів і засобів різних рівнів: морфологічного, граматичного і лексико-семантичного, зокрема шляхом афіксації з властивою їй дистрибуцією голосних і приголосних фонем, частиномовної і родової демінутивної належності, зміни лексичного значення основного слова тощо. Дослідження комбінаторики фольклорних демінутивів на морфологічному рівні є важливим кроком для розкриття їхньої генеалогічної природи. І це особливо актуально для зіставних досліджень, результати яких сприятимуть виявленню лексико-семантичної комбінаторики фольклорних демінутивів у різних індоєвропейських мовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика морфологічної комбінаторики демінутивів частково висвітлена в працях дослідників, які аналізували явище демінутивності як особливість словотвору кожної мови (Д. Журафски, О. Кукушкіна), зокрема, новогрецької (П. Асімопулос, А. Карра), сербської (В. Йованович), англійської (Н. Фурист), української (І. Беркешук, М. Кочерган, А. Корольова, Н. Руда та ін.). На тлі визначення національно-культурної специфіки демінутивності, дослідники більшою мірою звертали увагу на засоби її вираження і категорійний статус. Морфологічна комбінація афіксів та їхня дистрибуція передовсім у зіставному плані представлена вперше в запропонованій статті.

Мета та завдання статті: схарактеризувати закономірності морфологічної комбінаторики фольклорних демінутивів у колискових піснях новогрецької, сербської та української мов; розробити методичний алгоритм для вибірки фольклорних демінутивів із колискових пісень досліджуваних мов; виявити спільні та відмінні морфологічні дистрибуції фольклорних демінутивів у колискових піснях новогрецької, сербської та української мов.

Методи та методологія проведення дослідження. Вибірка демінутивів у колискових піснях трьох досліджуваних мов здійснена за допомогою програмного забезпечення "Multi Text Finder", яке надало змогу знайти в певному тексті введене ключове слово або певний його елемент, у цьому разі – афікс / суфікс. Програма "Multi Text Finder" здійснила пошук потрібного елемента у всіх словах, що трапилися в текстах колискових пісень (Multi Text finder, 2017). Для опрацювання комп’ютерної (демінутивних суфіксів у текстах колискових пісень) та цільової (текстів колискових пісень трьома мовами) вибірки було застосовано переважно дистрибутивний аналіз і валентний аналіз як складники комбінаторної синтагматики.

Пошук демінутивних суфіксів і надалі демінутивних одиниць здійснено за таким алгоритмом: у програмі вказано місце пошуку (папка, диск або документ: у нашому випадку – це документ); вибрано документ для пошуку слів; зазначено демінутиви у кожній мові через кому; відібрано ті демінутивні одиниці, які є об’єктом наукового дослідження.

У пошуковому вікні програми обрано місце пошуку, тип документа, введено пошукові демінутивні суфікси й розпочато пошук.

Програма "Multi Text Finder" знайшла всі тексти, де наявні зазначені демінутивні суфікси, і надала змогу опрацювати тексти, в яких демінутивні суфікси марковані кольором. За необхідності – можна було відкрити, скопіювати або видалити їх.

Перевагами цієї програми серед інших є: одночасний пошук декількох елементів слів, підтримка основних форматів документів (TXT, DOC, RTF тощо), інтеграція із провідником Windows, попередній перегляд пошукового елемента, швидкість пошуку, простота і зручність у використанні (Multi Text Finder, 2017).

За описаним вище алгоритмом здійснено автоматичний пошук демінутивів новогрецької мови зі збірки "Τα λαϊκά νανουρίσματα ως ποιητικό είδος" (1996). Ця електронна збірка містить 79 текстів народних колискових пісень, які були завантажені в програму за допомогою натискання "Місця пошуку" і обрання збірки "Τα λαϊκά νανουρίσματα ως ποιητικό είδος". У вікні "Пошук слова через кому" вводилися *демінутивні суфікси новогрецької мови в кількості 20 одиниць*: -αδάκι, -άκι, -άκος, -αρούδι, -ί, -ι, -ίδιο, -ίκα, -ίκος, -ιο, -ίσκος, -ίτσα, -οπούλα, -όπουλο, -ούδι, -ούλα, -ούλης, -ούλι, -ούτσικος, -άκης. Після натискання кнопки "Пошук" у правій частині вікна підсвічувалися червоним ті форманти, що були знайдені в колискових (Див. рис. 1).

Із 79 текстів народних колискових пісень новогрецькою мовою були обрані ті **50 колискових**, в яких програма "Multi Text Finder" виділила найбільшу кількість демінутивних суфіксів. При цьому використовувалася **цільова вибірка**, коли, як уважає Т.В. Жеребило (2016), дослідник залучає той неохідний мінімум матеріалу, в якому виявлено найбільшу репрезентативність досліджуваного мовного явища. Для точності й об'єктивності наукових результатів було здійснено механічну верифікацію демінутивних суфіксів для додаткової перевірки отриманих результатів, оскільки не всі підсвічені програмою елементи є демінутивними суфіксами.

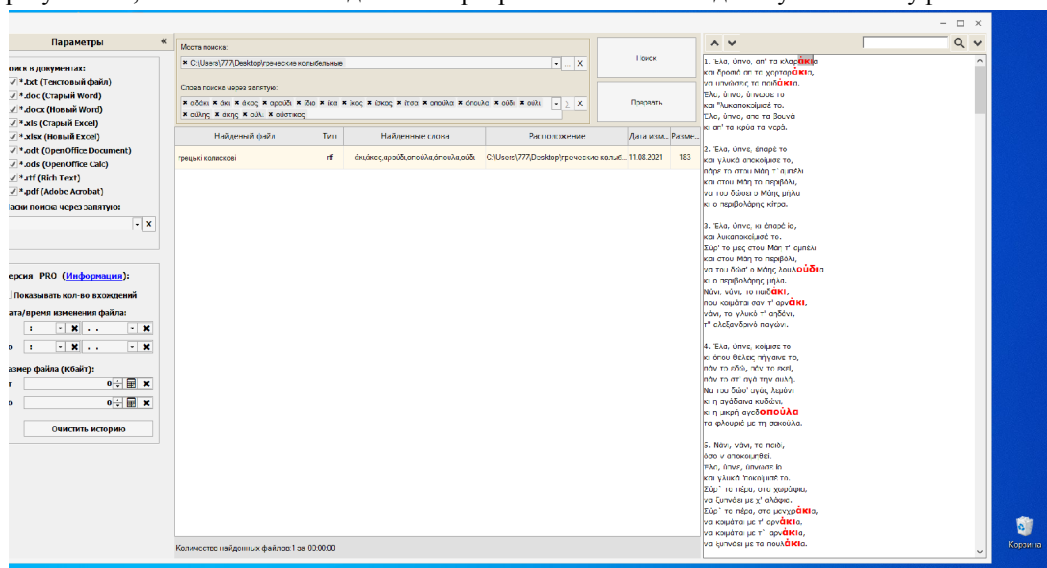


Рис. 1. Приклад пошукового вікна програми "Multi Text Finder" на матеріалі новогрецької мови

У програму "Multi Text Finder" завантажено текстовий документ, у який задалегіть було скопійовано 50 колискових пісень з Інтернет-джерел: Учителица Драгана. Народне усипаванке. Режим доступу: <https://draganauciteljica.wordpress.com/2016/01/20/народне-усипаванке/>; <https://repozitorij.ufzg.unizg.hr/islandora/object/ufzg%3A1160/datastream/PDF/view>.

Для сербської мови використано такий же алгоритм пошуку демінутивних суфіксів, як і для новогрецької. Було проаналізовано всі знайдені колискові пісні (50 текстів) (Рис. 2).

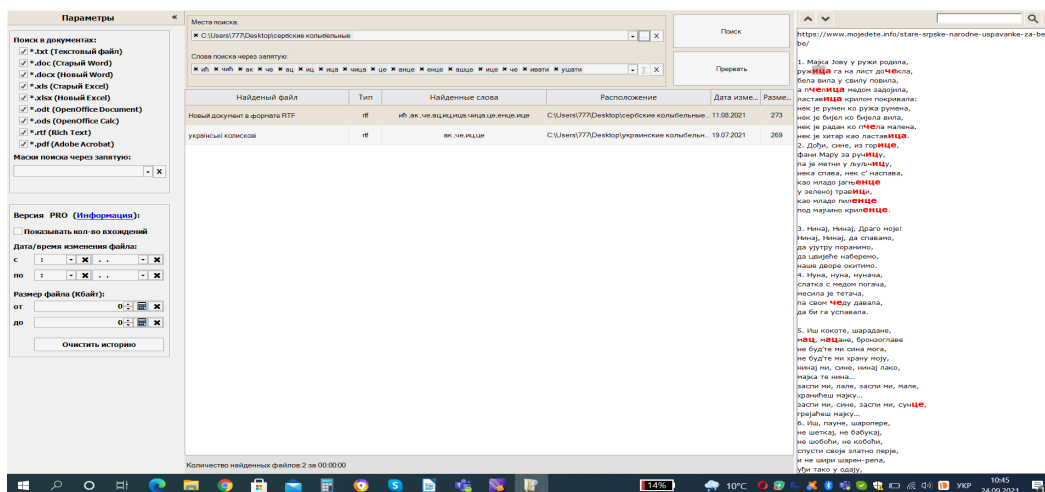


Рис. 2. Приклад пошукового вікна програми "Multi Text Finder" на матеріалі сербської мови

У вікні "Пошук слова через кому" вводилися *демініутивні суфікси сербської мови в кількості 23 одиниці*: -ић, -чић, -(а)к, -ель(а)к, -уль(а)к, -ар(а)к, -ер(а)к, -ур(а)к, -ић(а)к, -ч(а)к, -еч(а)к, -ич(а)к, -(а)ц, -ица, -чица, -ка, -ца, -це, -анце, -енце, -ашце, -ешце, -че (Јовановић, 2010).

Зі збірки "Дитячий Фольклор (Бібліотека української усної народної творчості): колискові пісні" (1986), що включає 236 *текстів народних колискових пісень української мови*, теж відібрано 50 текстів, у яких програма "Multi Text Finder" виділила найбільшу кількість демінутивних суфіксів за допомогою цільової вибірки. У вікно програми "Слова пошуку через кому" завантажено 54 *демініутивні суфікси української мови*. Для української мови ми дотримувалися такого ж алгоритму пошуку, що був описаний для новогрецької та сербської мови.

За допомогою комп'ютерної (демініутивні суфікси у текстах колискових пісень) та цільової (тексти колискових пісень трьома мовами) вибірки було обрано: 20 суфіксів – у новогрецькій мові, 23 – у сербській мові та 54 – в українській та по 50 текстів колискових пісень у трьох мовах.

Виклад та обговорення основного матеріалу дослідження. Використовуючи в колискових піснях *фольклорні демінутиви*, адресант прагне створити атмосферу інтимності (Корольова, 2002; Фурист, 2010), підкреслити свою близькість, продемонструвати ласкавий, пестливий характер своїх звертань до маленької дитини. Особливо часто мовець уживає демінутиви зі зменшувально-пестливими суфіксами при спілкуванні з маленькими дітьми: *лягай у ліжечко, болить животик* тощо.

Фольклорні демінутиви, як показує проаналізований матеріал трьох мов, називають як конкретні предмети і явища буття, так й абстрактні поняття. При цьому дуже часто використовуються повтори однокореневих дериватів зі зменшувально-пестливими суфіксами, що посилює їхній емоційний вплив: наприклад, "*Λουλούδια, λουλουδάκια επάρτε με εκεί πέρα*" (Та лаїка вановрісма та оς поїтїкї еїдоς, 1996, с. 19), "*мицо, мицо мала*", "*љуља, љуља, љушке*" (<https://repozitorij.ufzg.unizg.hr/islandora/object/ufzg%3A1160/datastream/PDF/View>, с. 24); "*Ой ну котик, котино*"; "*Котику сіренький, котику біленький, котку волохатий*" (Довженок, 1986).

Рівнева таксономія фольклорних демінутивів показала, що через їхню однокореневу повторюваність вони здатні виконувати функцію вторинних демінутивів, які містять два суфікси зі зменшувально-пестливим значенням: *чобіт – чобіт-ок – чобіт-очок*.

Комбінаторна синтагматика демінутивних афіксів **на морфонологічному рівні** виражається в дистрибутивних особливостях морфів, тобто в їхній обмеженій дистрибуції. Морфонологічні

обмеження продуктивності демінутивних афіксів, частіше суфіксів, – це сформовані в узусі шаблони, що диктують вибір суфікса відповідно до фіналі основи, кількості складів і типу наголосу основи, але під впливом фольклорного контексту.

За О.В. Кукушкіною, фіналь основи накладає на вибір суфікса певні обмеження: якщо основа іменника закінчується на **к, г, х**, то до неї не можуть приєднуватися демінутивні суфікси чоловічого роду **-ик, -чик**, а приєднуються суфікси **-ок, -ечок** (укр.), **-ак** (сербськ.); якщо основа закінчується на **-ц** та **шиплячі**, то неможливо приєднати суфікси **-к-, -чик**, але можна **-ик** (*куліш – кулешик*); якщо основа іменника закінчується на м'який приголосний, то неможливо приєднати демінутивний суфікс чоловічого роду **-ик**; якщо на зубні **т, д, з, с**, то неможливо приєднати демінутивний суфікс **-чик**; якщо основа іншого типу, то можливе приєднання всіх трьох суфіксів (Кукушкіна, 2016, с. 243). "Якщо тип фіналі основи припускає використання не одного суфікса, то вибір між ними пов'язаний насамперед із кількістю складів основи і типом її наголосу" (Кукушкіна, 2016, с. 244).

Розподіл синонімічних зменшувально-пестливих суфіксів (*вітер – вітр-ик – вітер-ець*) демонструє ті складні морфологічні механізми, які використовує мова для утворення оптимальних словотвірних похідних.

Свідомість мовця намагається підібрати такий афікс, який морфологічно найбільше підходить для основи (тобто не створює небажаних сполучень приголосних, а також дозволяє зберегти вихідне місце наголосу) й одночасно відповідає вимогам певного словотвірного типу: забезпечує розрізнення форманта та його значення.

Проте в колискових піснях комбінаторні фонологічні зміни відбуваються шляхом пристосування артикуляції розташованих поряд фонем незалежно від мовця, підсвідомо, для полегшення артикуляції потрібних дистрибуцій фонем.

При додаванні демінутивних суфіксів до твірної основи відбуваються *комбінаторні морфологічні зміни*, що виникають через взаємодію фонем та зумовлені їхньою дистрибуцією. Унаслідок такої взаємодії двох суміжних фонем (фіналі твірної основи та демінутивного суфікса) може відбуватися зміна одного з них: якісного (акомодация, асиміляція, дисиміляція) чи кількісного (спрошення, подовження і стягнення) характеру.

Модифікації фонем у мовленнєвому потоці відбуваються в системі вокалізму: *акомодация* (пристосування голосних до сусідніх приголосних), *редукція* (зміни ненаголошених голосних щодо тривалості, інтенсивності, якості), *вокальна асиміляція*; у консонантизмі – *акомодация* (пристосування приголосних до сусідніх голосних) й *асиміляція* (уподібнення) приголосних у групах приголосних (Кочерган, 2000, сс. 135-141).

Причиною появи акомодатії, тобто чергувань приголосних, є процеси палаталізації – пом'якшення задньоязикових приголосних перед голосними переднього ряду та пом'якшення губних і зубних приголосних перед /j/. Характерним для консонантних альтернатив (чергувань) є їхнє функціонування не в середині кореня, а на морфемних швах. Тип консонантної фіналі основи накладає суттєві обмеження на вибір суфікса. Ці обмеження дозволяють зберегти морфемний шов, уникнути скупчення приголосних і збігу із суфіксом, які мають інше значення.

Приєднуючись до фіналі основи за допомогою суфіксів **чоловічого роду** в новогрецькій мові: **-окаς** (*о уо̀ς – о уо̀каς*), **-о̀окаς** (*о уо̀ς – о уо̀окаς*); сербській мові: **-ић** (*сат – сатић, цвет – цветић*), **-ак** (*пуп – пупак, дан – данак, син – синак*), **-ац** (*реп – репац*) та українській мові: **-ик** (*Панас – Панасик*), утворюються демінутиви, в яких фонетичні комбінаторні зміни **не відбуваються**.

При цьому три суфікси із дев'яти демінутивів у сербській мові та 26 із 27 – в українській мові **чоловічого роду** зазнають морфологічних комбінаторних змін:

– зміна наголосу з кореня твірного слова на перший голосний демінутивного суфікса: **-ок** (*сон – сонок, кіт – коток, син – синок, кобіт – кобіток, ліс – лісок*), **-очок** (*час – часочок*,

сад – садочок, голос – голосочок, виріст – виросточок, син – синочок, дуб – дубочок, горіх – горошок/горішок, чобіт – чобіточок, холод – холодочок, кіт – коточок), -ечок (верх – верхечок), -инок (час – часинок, кіт – котинок), -ул-я (син – синуля), -ець (вітер – вітерець), -юш-а (Іван – Ванюша);

– лабіалізація фіналі основи відбувається, якщо суфікс починається з лабіалізованої голосної: **-ок** (*сон – сонок, кіт – коток, син – синок, чобіт – чобіток*), **-очок** (*час – часочок, сад – садочок, голос – голосочок, виріст – виросточок, син – синочок, дуб – дубочок, горіх – горошок / горішок, чобіт – чобіточок, холод – холодочок, кіт – коточок*), **-ул-я** (*син – синуля*), **-юш-а** (*Іван – Ванюша*);

– чергування /i/ у закритому складі з /o/, /e/ при додаванні суфіксів: **-ик** (*кіт – котик, куліш – кулешик*), **-ок** (*кіт – коток*), **-очок** (*виріст – виросточок, горіх – горошок, кіт – коточок*) та **-инок** (*кіт – котинок*);

– чергування /e/ з фонетичним нулем при додаванні суфікса **-ик** (*вітер – вітрик*);

– консонантна акомодация фіналі основи (зміна **г, к, х** на **ж, ч, ш**) при додаванні суфіксів: **-ок** (*горіх – горошок, вінок – віночок*), **-ечок** (*верх – верхечок*) в українській мові та **-ић, -ак** (*зец – зечић, сњег – сњежак*) у сербській мові;

– прогресивна палаталізація фіналі основи при додаванні демінутивних суфіксів **-юш-а** (*Іван – Ванюша*) в українській мові та **-ак** (*сан – сањак*) – у сербській мові.

Морфонологічні комбінаторні зміни **не відбуваються** в іменниках **жіночого роду** на **-к-а** (*доля – долька, Марія – Марійка, кошуля – кошулька, каша – кашка, мама – мамка, ніч – нічка, яблуня – яблунька, дитина – дитинка, полонина – полонинка*) в українській мові; на **-ица** – сербської мови (*ружа – ружица, пчела – пчелица, гора – горица, трава – травица, баба – бабица, шума – шумица, песма – песмица, роса – росица, чела – челица, жена – женица, кајба – кајбица, цура – цурица, беба – бебица, пчела – пчелица, звезда – звездица, кућа – кућица, соба – собица, крава – кравица*); на **-оўла** – у новогрецькій мові (*η καρδιά – η καρдоўла*).

Жіночий рід вирізняється найбільшою кількістю фонетичних комбінаторних змін, що відбуваються у чотирьох із п'яти демінутивів новогрецької мови, у шести із 24 демінутивів сербської мови та у 42 з 57 демінутивів української мови:

– лабіалізація фіналі основи при приєднанні суфіксів української мови: **-очк-а** (*колиска – колисочка, міра – мірочка, квітка – квіточка, кістка – кісточка, голова – головочка, повитка – повиточка, дитина – дитиночка, циганка – циганочка, ожина – ожиночка, година – годиночка, луцина – луциночка, галка – галочка, рута – руточка, м'ята – м'яточка, яблуня – ябліночка, ягода – ягідочка*), **-оньк-а** (*голова – головонька, дитина – дитинонька, колиска – колисонька, малина – малинонька, билина – билинонька, кістка – кістонька*);

– чергування /i/ у закритому складі з /o/, /e/ при додаванні демінутивних суфіксів: **-ка** (*ягода – ягідка, нога – ніжка, брага – бражка, береза – берізка, голова – голівка*), **-очка** (*яблуня – ябліночка, ягода – ягідочка*), **-енька** (*нога – ніженька*);

– чергування /e/ з фонетичним нулем при додаванні демінутивного суфікса **-инка** (*день – днинка*);

– консонантна акомодация фіналі основи (зміна **г, к, х** на **ж, ч, ш**) при приєднанні демінутивних суфіксів української мови: **-ка** (*мамка – мамця, рука – ручка, нога – ніжка, брага – бражка, пшениця – пшеничка*), **-енька** (*онука – онученька, пшениця – пшениченька, рука – рученька, нога – ніженька*) та **-ица** (*рука – ручица, льулька – льульчица, мајка – мајчица, овца – овчица, деца – дечица, птица – птичица*) – сербської мови;

– регресивна асиміляція за глухістю при приєднанні демінутивного суфікса **-ка** (*ягода – ягідка, нога – ніжка, брага – бражка, береза – берізка, голова – голівка*);

– регресивна акомодация за м'якістю при приєднанні демінутивних суфіксів: **-очк-а** (*яблуня – ябліночка*), **-енька** (*дуля – дуленька*), **-ечка** (*зозуля – зозулечка*) української мови та **-оўла** (*η αυγή – η αυροўла*) – новогрецької мови;

– зміна наголосу із закінчення на голосну в корені відбувається при приєднанні демінутивних суфіксів **-ка** (голова – голівка, рука – ручка, нога – ніжка), **-инка** (хата – хатинка, день – днинка), **-очка** (голова – головочка), **-онька** (голова – галовонька), **-енька** (нога – ніженька, рука – рученька) української мови; **-ница** (година – годиница) – сербської мови та **-ούλα** (σάκος – σακούλα) **-οπούλα** (ο αγάς – η αγαδοπούλα, ο παπάς – η παπαδοπούλα) – новогрецької мови;

– вставка додаткової літери – нарощення основи в новогрецькій мові при приєднанні суфікса **-οπούλα** (ο αγάς – η αγαδοπούλα, ο παπάς – η παπαδοπούλα).

Відсутні комбінаторні морфонологічні зміни при приєднанні демінутивних суфіксів **середнього роду: -άκι** (το κλαρί – το κλαράκι, το παιδί – το παιδάκι, το αρνί – το αρνάκι, το μαντρί – το μαντράκι, το πουλί – το πουλάκι, το κουτί – το κουτάκι, το μωρό – το μωράκι), **-ούδι** (ο γιός – το γιούδι) новогрецької мови, **-енце** (жагње – жагњенце, тиле – тиленце, крило – криленце, дете – детенце) – сербської мови та **-ятко** (дитя – дитятко, ягня – ягнятко), **-ячко** (зілля – зіллячко, листя – листячко, здоров'я – здоров'ячко), **-енько** (горе – горенько), **-ечко** (дерево – деревечко) – української мови.

Морфонологічні комбінаторні зміни відбуваються у 19 із 27 демінутивів новогрецької мови та в семи із 14 демінутивів української мови середнього роду при приєднанні суфіксів такі, як:

– дієреза (спрощення): **-енько** (серце – серденько), **-ечко** (сонце – сонечко, серце – сердечко) в українській мові;

– консонантна акомодация фіналі основи (зміна **г, к, х** на **ж, ч, ш**) при приєднанні демінутивного суфікса середнього роду **-ко** (яблуко – яблучко) в українській мові;

– прогресивна акомодация за м'якістю (палаталізація) при приєднанні демінутивного суфікса **-це** (крило – крильце) в українській мові;

– зміна наголосу при приєднанні демінутивних суфіксів **-όπουλο** (ρήγας – ρηγόπουλο), **-άκι** (το χορτάρι – το χορταράκι, το λουλούδι – το λουλουδάκι, το λουκούμι – το λουκουμάκι, το μοναστήρι – το μοναστηράκι, το νάι – το νανάκι, το μάτι – το ματάκι, το αηδόνι – το αηδονάκι, το χάδι – το χαδάκι, το στήθος – το στηθάκι, το ρούχο – το ρουχαλάκι το ψάρι – το ψαράκι, το ποτάμι – το ποταμάκι, το αστέρι – το αστεράκι, το διαμάντι – το διαμαντάκιο φίλος – το φιλαράκι, το τραγούδι – το τραγουδάκι), **-ούδι** (ο άγγελος – το αγγελούδι, το παλικάρι – το παλικαρούδι) новогрецької мови та **-це** (крило – крильце), **-ячко** (спання – спаннячко) – української мови;

– вставка додаткового складу – нарощення основи при приєднанні суфікса **-άκι** (το ρούχο – το ρουχαλάκι, ο φίλος – το φιλαράκι) – у новогрецькій мові.

Демінутивного значення можуть набувати прикметники з суфіксом **-ούλης** (μικρός – μικρούλης) – у новогрецькій мові та суфіксами **-еньк-** (мала – маленька, нова – новенька, пристиглі – пристигленькі, здоровий – здоровенький, хороший – хорошенький, молода – молоденька, добра – добренька, тонка – тоненька), **-есеньк-** (малі – малесенькі, дрібні – дрібнесенькі), в яких комбінаторних фонетичних змін не відбувається, – в українській мові.

В 11 з 21 демінутивного прикметника української мови відбуваються комбінаторні морфонологічні зміни:

– прогресивна акомодация за м'якістю (палаталізація) у прикметниках при приєднанні суфікса **-юсіньк-** (мале – малюсіньке);

– зміна наголосу при приєднанні суфіксів **-еньк-** (тепла – тепленька, зелені – зелененькі, біла – біленька, п'яна – п'янька, рада – раденька, сірий – сіренький, рідний – рідненька, солодка – солоденька, студена – студененька), **-есеньк-** (рідні – ріднесенькі).

До дієслів української мови приєднується демінутивний суфікс **-к-** (спати – спатки), не утворюючи морфонологічних комбінаторних змін та лабіалізуючи фіналь основи у двох демінутивних дієсловах із трьох при додаванні суфікса **-оньк-** (спати – спатоньки, рости – ростоньки).

У двох демінутивних прислівниках української мови відбуваються такі зміни:

- регресивна асиміляція за дзвінкістю при додаванні суфікса **-еньк-** (*тяжко – тяженько*);
- зміна наголосу (*тяжко – тяженько, біло – біленько*).

Висновки і перспективи подальших досліджень. Проаналізований матеріал морфологічної комбінаторики фольклорних демінутивів дає підстави для таких попередніх узагальнень. По-перше, комбінаторика демінутивних суфіксів **на морфологічному рівні** виражається в дистрибутивних особливостях морфів, тобто в їхній обмеженій дистрибуції. По-друге, морфологічні обмеження продуктивності демінутивних суфіксів у трьох мовах впливають на вибір суфікса відповідно до фіналі основи, кількості складів і типу наголосу основи.

Найбільшу кількість демінутивних суфіксів (33) було виявлено в українській мові, на відміну від менш продуктивних – новогрецької (9) та сербської (6) мов, тому найбільша кількість комбінаторних змін є характерною для українських демінутивів.

Морфологічні комбінаторні зміни з демінутивами новогрецької мови чоловічого роду та з демінутивами середнього роду сербської мови **не відбуваються**. Три з дев'яти демінутивів сербської мови чоловічого роду, а також 26 із 27 демінутивних іменників української мови **чоловічого роду**; чотири із п'яти демінутивних іменників новогрецької мови, шість із 24 демінутивних іменників сербської мови та 42 із 57 демінутивних іменників української мови **жіночого роду**; 19 із 27 демінутивів новогрецької мови та сім із 14 демінутивних іменників української мови **середнього роду** зазнають морфологічних комбінаторних змін. В іменниках жіночого роду комбінаторні зміни відбуваються у всіх трьох мовах.

Лабіалізація фіналі основи відбувається при додаванні демінутивних іменникових та прикметникових суфіксів чоловічого (**-ок**), жіночого (**-очк-**, **-оньк-**, **-юн-**) роду української мови та жіночого роду новогрецької мови (**-оўла**, **-опоўла**), якщо він починається на лабіалізований голосний /o/ чи /y/. Чергування /i/ у закритому складі з /o/, /e/ та чергування /e/ з фонетичним нулем найчастіше відбувається в іменниках чоловічого роду (**-ик**, **-ок**, **-очок**, **-инок**) та іменниках жіночого роду (**-ка**) в українській мові. Консонантна акомодация фіналі основи (зміна **г, к, х** на **ж, ч, ш**) відбувається в слов'янських мовах при додаванні до іменника суфіксів чоловічого (**-очок**, **-ечок**, **-ак**), жіночого (**-к-а**, **-иц-а**) та середнього (**-ко**) роду. Прогресивна палаталізація відбувається в іменниках чоловічого (**-юш**, **-ак**) та середнього роду (**-це**) української мови, а також у прикметниках української мови (**-юсіньк-**) при приєднанні демінутивного суфікса.

Для **іменників жіночого роду** характерні такі морфологічні комбінаторні зміни: регресивна асиміляція за глухістю при приєднанні демінутивного суфікса **-ка** в українській мові; регресивна акомодация за м'якістю при приєднанні демінутивних суфіксів **-очк-**, **-еньк-**, **-ечк-** в українській мові та зміна наголосу при приєднанні демінутивного суфікса **-оўла** – у новогрецькій мові.

Морфологічні комбінаторні зміни відбуваються лише з іменниками **середнього роду** української мови при приєднанні демінутивних суфіксів **-еньк-**, **-ечк-**, і це насамперед таке явище, як дієреза (спрощення).

Для новогрецької мови характерна комбінаторна морфологічна зміна – вставка – нарощення основи при приєднанні до іменника суфікса жіночого роду **-опоўл-а** та середнього роду **-ікі**.

Перспективи подальших досліджень пов'язані із зіставленням лексико-семантичної комбінаторики фольклорних демінутивів у колискових піснях у досліджуваних мовах.

ЛІТЕРАТУРА

Беркешук, І. С. (2016). Демінутиви та аугментативи – виразники українського менталітету. *Філологічні студії*, 14, 20-26.

- Довженок, Г. В. (1986). *Дитячий фольклор. Збірка. Бібліотека української усної народної творчості*. Київ: Дніпро.
- Жеребило, Т. В. (2016). *Словарь лингвистических терминов и понятий*. Назрань: Пилигрим.
- Корольова, А. В. (2002). *Типологія нарративних кодів інтимізації в художньому тексті* [монографія]. Київ: Київський національний лінгвістичний університет.
- Кочерган, М. П. (2000). *Вступ до мовознавства*. Київ: Академія.
- Кукушкіна, О. В. (2016). *Морфология современного русского литературного языка*. Москва: Издательство Московского университета.
- Фурист, Н. П. (2010). Особливості фольклорної інтимізації. *Сучасні дослідження з іноземної філології*, 8, 615-620.
- Јовановић, В. (2010). *Деминутивне и аугментативне именице у српском језику* [монографије]. Београд: Институт за српски језик САНУ.
- Jurafsky, D. (1996). Universal tendencies in the semantics of the diminutive. *Language*, 72(3), 533-578.
- Multi Text finder. Интересные решения*. (2017). Взято из <http://interestingolutions.ru/MultiTextFinder.aspx>
- Та λακά νανουρίσματα ως ποιητικό είδος. (1996). Αθήνα.
- Учителница Драгана. Народне успаванке*. Взято из <https://draganauciteljica.wordpress.com/2016/01/20/narodne-uspavanke>.

REFERENCES

- Berkeschuk, I. S. (2016). Deminutyvy ta auhmentatyvy – vyraznyky ukrains'koho mentalitetu. *Filolohichni studii*, 14, 20-26.
- Dovzhenok, H. V. (1986). *Dytiachyj fol'klor. Zbirka. Biblioteka ukrains 'koi usnoi narodnoi tvorchosti*. Kyiv: Dnipro..
- Zherebilo, T. V. (2016). *Slovar' lingvisticheskikh terminov i ponjatij*. Nazran': Piligrim.
- Korol'ova, A. V. (2002). *Typolohiia naratyvnykh kodiv intymizatsii v khudozhn'omu teksti* [monohrafiia]. Kyiv: Kyivs'kyj natsional'nyj lnhvistychnyj universytet.
- Kocherhan, M. P. (2000). *Vstup do movoznavstva*. Kyiv: Akademiia.
- Kukushkina, O. V. (2016). *Morfonologija sovremennogo russkogo literaturnogo jazyka*. Moskva: Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta.
- Furyst, N. P. (2010). Osoblyvosti fol'klornoj intymizatsii. *Suchasni doslidzhennia z inozemnoi filolohii*, 8, 615-620.
- Јовановић, В. (2010). *Деминутивне и аугментативне именице у српском језику* [монографије]. Београд: Институт за српски језик САНУ.
- Jurafsky, D. (1996). Universal tendencies in the semantics of the diminutive. *Language*, 72(3), 533-578.
- Multi Text finder. Interesnye reshenija*. (2017). Vzjato iz <http://interestingolutions.ru/MultiTextFinder.aspx>
- Та λακά νανουρίσματα ως ποιητικό είδος. (1996). Αθήνα.
- Uchitelica Dragana. Narodne uspavanke*. Vzjato iz <https://draganauciteljica.wordpress.com/2016/01/20/narodne-uspavanke>.

Дата надходження до редакції 01.12.2021

Ухвалено до друку 21.12.2021

<p>Романенко Ольга Петрівна, аспірантка кафедри германської і фіно-угорської філології імені професора Г. Г. Почепцова Київського національного лінгвістичного університету e-mail: donnaolga@ukr.net</p>		<p>Сфера наукових інтересів Когнітивна лінгвокомпаративістика, комбінаторна семантика, мовні категорії, демінутивність</p>
--	---	---

УДК 81'276.12:165.21

DOI: <https://doi.org/10.32589/2311-0821.2.2021.252114>

А.С. Ушаков

Національний університет "Києво-Могилянська академія", Україна

e-mail: artem.s.ushakov@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5683-2493>

МОВНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ОБРАЗУ ЛЮДИНИ КУЛЬТУРИ

Abstract

The article deals with the study of different levels and means of language representation of the person of culture image as one of the key concepts of modern socio-cultural discourse that is the core in the system of worldviews and embodies society values.

The research considers language and culture interaction in the individual and national context based on culturological approach. It shows that language and culture are closely related categories coexisting on the principle of joint development and interdependence. The main language tools of transmitting cultural experience proved to be lexical, grammatical, pragmatical and stylistic means reflecting social ideals, values, concepts and cultural codes.

The study of cultural connotation of language means reveals the role of language in the person of culture image formation as a value category constructing a dynamic system of ideal concepts. The author concludes that the person of culture image, predominantly as a form of collective reflection, is defined by social and cultural realities, the representation of which is impossible beyond language as it is a set of language means, which conveys the sense of this concept.

The analysis of the person of culture image in the linguo-culturological aspect allowed to define and characterize its main features, such as conceptuality; standard; representation through social narratives, the basis for which is provided by creators – architects of material and spiritual values; dependence on ethnic mentality, social and cultural realities fixed in language and thus – dynamics, combination of stable, invariant and variable features.

Keywords: person of culture, person of culture image, language representation, language means, cultural code, social and cultural realities.

Анотація

Статтю присвячено дослідженню різних рівнів і способів мовної репрезентації образу людини культури як одного з ключових понять сучасного соціокультурного дискурсу, що посідає центральне місце в системі світоглядних уявлень і втілює ціннісні орієнтири суспільства.

У ході дослідження, в основу якого покладено лінгвокультурологічний підхід, розглянуто особливості взаємодії мови та культури в індивідуальному й національному контексті. З'ясовано, що мова й культура – це тісно пов'язані категорії, які співіснують на засадах спільного розвитку та взаємозалежності. Доведено, що основними мовними засобами трансляції культурного досвіду є лексичні, граматичні й прагматико-стилістичні засоби, у яких відображаються суспільні ідеали, цінності, концепти й культурні коди.

На основі з'ясування культурної конотації мовних засобів виявлено роль мови у формуванні образу людини культури як ціннісної категорії, що втілює динамічну систему ідеальних уявлень. Автор приходить до висновку, що образ людини культури – як форма переважно колективної рефлексії – обумовлений соціокультурними реаліями, репрезентація яких неможлива поза мовою, адже саме сукупність мовних засобів передає зміст цього концепту.

Аналіз образу людини культури в лінгвокультурологічному аспекті дозволив виявити й охарактеризувати такі його основні риси, як: концептуальність; еталонність; репрезентація через суспільні наративи, основу яких забезпечують креатори – творці матеріальних і духовних цінностей; залежність від етнічного менталітету й соціокультурних реалій, зафіксованих у мові, а отже, – динамічність, поєднання як стійких, незмінних ознак, так і варіативних рис.

Ключові слова: людина культури, образ людини культури, мовна репрезентація, мовні засоби, культурний код, соціокультурні реалії.

Читайте художню літературу та розумійте її, читайте книги з історії й любіть минуле людства, читайте подорожню літературу, мемуари, читайте літературу, присвячену мистецтву, відвідуйте музеї, подорожуйте зі смыслом і будьте душевно багатими. Так, будьте ще й філологами, тобто "любителями слова", бо слово стоїть на початку культури й завершує її, виражає її
Д. С. Лихачов

Формулювання проблеми та обґрунтування актуальності її розв'язання. Зважаючи на безпосередній взаємозв'язок культури й мови, що водночас є складником культури й необхідною умовою її засвоєння та збереження, всебічне розуміння образу людини культури як одного з ключових понять соціокультурного дискурсу останніх десятиліть неможливе без з'ясування специфіки його мовної репрезентації. Образ людини культури – ідеальна модель особистості, конструкт, насамперед пов'язаний із ціннісними орієнтирами суспільства. Тому дослідження різних рівнів, способів і засобів його репрезентації дозволить з'ясувати місце образу людини культури в сучасній системі цінностей. Адже саме мова фіксує та відображає динаміку ціннісних ієрархій, представлених як в індивідуальній, так і в суспільній свідомості. Ураховуючи, що образ людини культури є предметом міждисциплінарних досліджень, лінгвокультурологічний підхід суттєво доповнить напрацювання філософії, культурології та психолого-педагогічних наук.

Актуальність статті зумовлена необхідністю дослідження особливостей мовної – експліцитної й імпліцитної – репрезентації образу людини культури в лінгвокультурологічному й когнітивно-семантичному аспектах, що дозволить з'ясувати його місце в системі світоглядних уявлень сучасної людини. Крім того, дослідження мовних засобів, за допомогою яких репрезентовано образ людини культури, дає змогу виявляти національно-культурні особливості мовної системи певного мовного ареалу й відповідно – вивчати світосприйняття та культурні коди мовців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на те, що образ людини культури привертає увагу представників різних гуманітарних дисциплін, слід зауважити, що один із найважливіших аспектів досліджуваного явища, пов'язаний із репрезентацією образу людини культури в мові, ще не ставав предметом ґрунтовного вивчення. Виходячи з цього та враховуючи новизну теми, за науково-теоретичну основу дослідження варто взяти роботи Б. Грінченка, В. Гумбольдта, В. Костомарова, А. Кримського, М. Максимовича, В. Маслова, О. Потебні, Е. Сепіра, Ю. Степанова, Н. Фролова та ін., так і розвідки українських мовознавців кінця ХХ – початку ХХІ століття, які пропонують або соціолінгвістичний (Б. Ажнюк, Л. Мацько), або антропоцентричний підхід до вивчення взаємозв'язків мови й культури (В. Жайворонок).

Крім того, теоретико-методологічною основою роботи можуть стати праці вчених-лінгвістів, присвячені ключовій ролі концепту "людина" в мовній і/або концептуальній картині світу, зокрема, ті, у яких концепт розглянуто через семантику номінацій людини, її когнітивні аспекти й культурно-національну специфіку (А. Геляєва), певний історико-семантичний контекст (К. Красухін, Т. Чумакова), порівняння різномовних картин світу (І. Шеїна) та ін.

Метою дослідження є виявлення загальної специфіки, а також основних форм і засобів мовної репрезентації образу людини культури як важливого складника ціннісної картини світу.

Сформульована мета передбачає такі **завдання**:

– з'ясувати специфіку взаємодії мови та культури в індивідуальному й національному контексті;

– виявити роль мови у формуванні й репрезентації образу людини культури;
– проаналізувати образ людини культури в лінгвокультурологічному аспекті й охарактеризувати його основні риси.

Методи дослідження. Зважаючи на міждисциплінарний характер дослідження, поряд із загальнонауковими було застосовано низку спеціальних методів. Зокрема, для пошуку й інтерпретації виявів мовної репрезентації образу людини культури в соціокультурному дискурсі використано методи лінгвокультурологічного, дискурсивного й контекстуального аналізу. Водночас основою для осмислення відібраного матеріалу став описово-аналітичний метод, за допомогою якого було проаналізовано конкретні приклади мовної репрезентації образу людини культури.

Виклад основного матеріалу дослідження. Духовність людства, як і національна культура зокрема, зосереджує в собі духовні орієнтири завдяки творчості мовного співтовариства, що виникає під час "мовної гри" як сукупності мови й культурної діяльності (Вітгенштайн, 1995, с. 95). Це передбачає творчу взаємодію між людством, мовною спільнотою та мовним індивідом. Мова людства постає узагальненням, мова індивіда є лише частиною мови соціуму, отже, із цих трьох компонентів можемо виділити як основоположний – мовну спільноту.

На думку В. Маслової, наприкінці ХХ століття до наявної системи смислів, що відображають надзвичайно складну сутність мови, додався ще один – мова як продукт культури, її важливий складник й мова існування, а також чинник формування культурних кодів (Маслова, 2001, с. 6). Тим більшої ваги це набуває в сучасному світі, який неможливо уявити без міжкультурної, міжнародної інтеракції. Із цієї причини, як цілком справедливо зазначає С. Тер-Мінасова, сьогодні, коли гостро постала проблема міжкультурної комунікації, нам слід дати відповіді на низку важливих питань щодо того, які чинники сприяють, а які заважають комунікації; як співвідносяться між собою мова й культура; у який спосіб мова відображає світ, пропущений через свідомість людини; як мова впливає на формування особистості; як відображаються в мові й водночас формуються за її допомогою індивідуальний, колективний і національний менталітет, світогляд тощо (Тер-Мінасова, 2000, с. 9).

Подібно до російського лінгвіста, американські вчені С. Гелман і С. Робертс, досліджуючи вплив мови на формування категорій культурної спадщини, уважають, що еволюція культури включає в себе не тільки поведінкові практики та матеріальні артефакти, а й уявлення про них, утілені в певних динамічних категоріях, що одночасно репрезентують суспільне й приватне, матеріальне й духовне, досвід й інновації (Gelman & Roberts, 2017, p. 7905).

Поza сумнівом, ключову роль у формуванні таких категорій відіграє мова. Мовні засоби трансляції культурного досвіду можна поділити на:

- лексичні засоби – унікальний лексичний фонд, фраземи, тропи (квінтесенція картини світу);
- граматичні засоби (формалізація зв'язків між мовними одиницями, пов'язана з логікою, особливостями мислення тих чи інших соціальних груп);
- прагматико-стилістичні засоби (вживання образності, тон, манера мовлення, додавання жестикуляції тощо).

Образ людини культури – соціальний конструкт, побудова якого відбувається за найактивнішої участі мови. За гіпотезою Сепіра-Ворфа, саме мовна структура формує мислення людини і спосіб пізнання нею реального світу. Осмислюючи ідеї Е. Сепіра й Б. Ворфа наприкінці ХХ століття, польсько-австралійська дослідниця, лінгвіст зі світовим ім'ям А. Вежбіцька зауважує, що вони стосуються не тільки матеріальної культури, суспільних ритуалів і законів, а й цінностей, ідеалів і того, як люди загалом осмислюють світ і своє місце в ньому (Вежбицкая, 2001, с. 15). Прикметно, що майже за два століття до цього В. Гумбольдт, один із творців лінгвістичної науки, у праці з промовистою назвою "Характер мови й характер народу" стверджував: різні за своєю сутністю та впливом на пізнання й почуття мови фактично є різними світоглядами (Гумбольдт, 1985, с. 370).

Справді, носії різних мов по-різному оцінюють явища й події. Залежно від структури мови той чи інший етнос має власне сприйняття навколишнього світу та його основоположних категорій: часу і простору, числа і кількості, форми і кольору та інших. Саме у своїй мовній різноманітності національні спільноти й національні культури, на думку А. Здравомислова, набувають якості соціальної реальності (Здравомыслов, 2008, с. 6). Мова є одним із маркерів культурної належності людини, адже саме через реалізацію мовного акту та виявляє себе як носій певної культури. Невипадково, розглядаючи трагічне розщеплення М. Гоголя – письменника на помежів'ї двох культур і двох мов, Є. Маланюк наголошував, що мова – це фонетично-графічне відображення глибоких і складних психічних процесів, найтіснішим чином пов'язаних із культурою та національністю (Маланюк, 1997, с. 372). Так само як носій та джерело національно-культурної інформації мову розглядають Є. Верещагін і В. Костомаров (Верещагин & Костомаров, 2014), автори ґрунтовної монографії "Мова і культура".

Згідно з теорією соціального конструктивізму П. Бергера й Т. Лукмана, важлива роль у процесі формування світогляду людини належить історичній дійсності й суспільно-культурним реаліям (Berger & Luckmann, 1991, pp. 13-30). Неодмінним фактором конструювання соціальної реальності є "дух часу", вплив доби, політичні й економічні обставини, соціальні цінності, актуальні інновації науки та культури. Якщо спроекувати цю схему на процес виховання, то, за словами М. Боритка, як виховні простори, де відбувається не просто взаємодія вихователя й вихованця, а формування людського в людині, її "окультурювання", варто виокремити поле значень (суспільний простір), поле цінностей (простір духовно-культурного досвіду) і поле смислів (суб'єктивний простір людини) (Борытко, 2001, с. 10). Саме на ціннісних вимірах сучасного виховання наголошує й І. Бех, доводячи, що найвищими життєвими цінностями індивіда є моральні цінності (Бех, 2007, с. 7-16). Зі свого боку Н. Миропольська (2002) стверджує, що "входження" людини в соціум через залучення до художньої культури можливе лише завдяки мові. Тому мистецтво слова, незважаючи на тенденцію до домінування в сучасній культурі візуальних образів і видовищних форм, має залишитися провідним у процесі виховання гармонійної особистості, оскільки саме воно здатне фіксувати почуття, переживання, настрої, мрії та цінності.

Мовні висловлювання, які зберігають знання й уявлення конкретного соціуму, можуть мати різні смислові значення. Так, виховання в родині та спрямування зусиль батьків загалом узгоджені із системою освітніх закладів, проте почасти взагалі не збігаються із цінностями, які трансльовано в контенті мас-медіа. У родинях й освітніх закладах загалом виховуються такі цінності, як людяність, працьовитість, доброта, патріотизм, а засоби масової інформації подають як успішний образ – героя збайдужілого й егоцентричного, який прагне життя, сповненого розваг. Образи, що їх пропонує масова культура, суттєво відрізняються від повсякденних реалій. Нині важко чітко охарактеризувати образ людини культури, типовий для нашого часу, оскільки розмаїття сучасного життя містить багато суперечностей. Утім, слід пам'ятати, що образ людини культури, як і будь-який інший ідеал, за словами Д. Квятковського, у процесі інтелектуального пізнання має осмислюватися насамперед як ціннісний, а отже, – цілісний феномен (Квятковский, 2014, с. 21).

Аналіз образу людини культури в лінгвокультурологічному аспекті дає змогу виокремити такі його риси:

- людина культури й образ людини культури, попри очевидну сумісність, не є тотожними, бо опосередковані мовою як знаковою системою;
- на створення соціокультурного дискурсу впливають навіть не власне люди культури (політики, громадські діячі, митці та інші), а ймовірніше, їхні образи, створені та сприйняті аудиторією засобами мови та в мовній стихії певної культури;

– люди культури – креатори (творці матеріальних і духовних цінностей, культурних артефактів є медіаторами образу людини культури через те, що вони творять основу суспільних дискурсів (політичного, економічного, соціального, культурного), де відображаються всі особливості культури й характерні риси етнічного менталітету;

– мовна репрезентація завжди пов'язана з еталонами – корпоративними та персональними (мовна особистість як еталон, мовна особистість як посол еталону, еталон-амбасадор). Проте еталони змінюються з часом під впливом інших культур. Наприклад, міноритарні культури поглинають у себе особливості мажоритарних і поступово формують інші взірці, не схожі на попередні. Отже, мовна репрезентація також зазнає змін, адже мова як основна єдина ланка між соціумом і людиною з вичерпною повнотою і глибиною віддзеркалює нову реальність;

– як форма переважно колективної рефлексії образ людини культури конструюється в різноманітних наративах (виступи, публічні вчинки, дії цієї особи, згадування про неї в медіа, висловлювання, оцінки інших діячів, переслідування чи відзнаки влади тощо). С. Гатальська, обстоюючи наративну концепцію культури, вважає, що проблему як особистісної, так і культурної ідентичності не можна витлумачити без основи, яку створює поняття "наративу" (Гатальська, 2005, с. 278-279). Водночас і мовна самопрезентація, і мовна репрезентація (наприклад, сатира на особу) впливають на формування образу людини культури;

– мовна репрезентація образу людини культури відбувається через зміст соціокультурних реалій, закріплених у мові. Як писав свого часу В. Гумбольдт, кожна мова описує довкола народу, якому вона належить, коло, за межі якого можливо вийти лише в тому разі, якщо входиш до іншого кола, тому, наприклад, вивчення іноземної мови подібне до набуття нового погляду у власному світобаченні (Гумбольдт, 1964, с. 99). Соціальну роль мови вперше висвітлив Ж. Вандрієс: учений почав визначати й характеризувати соціокультурну диференціацію серед мовців, беручи до уваги спектр і літературної норми, і територіальних, і соціальних діалектів і мовних підсистем для комунікації певного кола мовців, стверджуючи, що різноманітність мов обумовлена складністю суспільних відносин (Вандрієс, 1937, с. 225). Ж. Вандрієс доводить, що на формування національних літературних мов впливають політичні, соціальні й економічні обставини. У такий спосіб кожна мова формує навколо етносу певну сферу, до якої той поступово адаптується. Таким чином, можна припустити, що залежно від соціокультурного підґрунтя мови змінюється й образ людини культури. Останній постає як квінтесенція національно-культурних архетипів і новіших духовно-культурних нашарувань, що зумовлені суспільними трансформаціями (Ушаков, 2019, с. 216).

Завдяки мові культура отримує неспинний розвиток – вона невмируща, адже єднає культуру етносу в активну нескінченну діяльність, що охоплює минуле – сучасне – майбутнє. Від того, наскільки важливу роль відіграє мова в бутті соціуму, залежить його розвиток і стан культури. Завжди в кожному суспільстві люди культури своїми діями прагнуть звільнити власний народ від культурної залежності й "ментального колоніалізму". Людина культури якраз і може бути "мовним бунтівником", обстоюючи права свого народу, зокрема мовні.

Історія світової культури знає чимало прикладів, коли видатні люди, зробивши неоціненний внесок у розвиток рідної мови та культури, стали взірцями духовності й гуманності для цілого людства. Наступні покоління вже протягом декількох століть неодмінно звертаються до неосяжної спадщини геніїв, щоразу осмислюючи її по-новому та знаходячи в безсмертних творах втілення власних устремлень. З плином часу чим більше нових смислів у них знаходить кожне нове покоління, тим більше розкривається глибина думки, тим яснішою стає художня майстерність тих, чії біографії з усією повнотою втілили одухотворений образ людини культури.

Як уже було зазначено, мовна репрезентація образу людини культури можлива на лексичному, граматичному та прагматико-стилістичному рівнях. Водночас слід зауважити,

що почасти в соціокультурному дискурсі поняття "людина культури" ("человек культуры" – рос.; "man of culture", "person of culture" – англ.) ототожнюється з поняттям "культурна людина" ("культурный человек" – рос.; "cultured man", "cultured person" – англ.). Це також варто враховувати під час аналізу конкретних прикладів мовної репрезентації образу людини культури.

Аналіз лексичних одиниць, пов'язаних із характеристикою образу людини культури в науковому й медіа-дискурсі свідчить, що довкола поняття створено окреме семантичне поле, основними елементами якого можна вважати такі: *аксіологічний вимір, геніальність, гідність, гуманізм, ідеал, інтелектуалізм, духовний орієнтир, духовність, креативність, моральність, носій культурних цінностей, самовдосконалення, самореалізація, саморозвиток, світоглядний орієнтир, суб'єкт культури, суб'єктність, творча особистість, творчий пошук, ціннісна логосфера особистості, ціннісні орієнтири* та ін. Як бачимо, лексичні одиниці на позначення образу людини культури або нейтрально, або позитивно семантично забарвлені, крім того, часто стилістично марковані. Натомість лексеми з негативною конотацією практично відсутні. Безумовно, на основі цих даних можна припустити, що семантичне поле, сформоване довкола образу людини культури, репрезентує еталонний, ідеальний характер досліджуваного концепту.

На окрему увагу як важливого джерела лінгвокультурологічної інформації заслуговують і фраземи, і крилаті вислови й афоризми, пов'язані із загальним уявленням про культуру: *"Культура ніколи не була і ніколи не буде абстрактно-людською, вона завжди конкретно-людська, тобто національна, індивідуально-народна"* (М. Бердяєв), *"Культура – це не кількість прочитаних книг, а кількість осмислених"* (Ф. Іскандер), *"Культура – це розширення розуму й духу"* (Дж. Неру), *"Повага до унікальності, культивування унікальності кожної людини – це цінне досягнення людської культури"* (Е. Фромм) та ін. Навіть окремі наведені висловлювання свідчать, що їх можна спроектувати на образ людини культури, оскільки в них зафіксовано уявлення про еталонні якості й риси особистості, яка претендує на цю роль, а саме: креативність, гуманізм, зв'язок із ментальністю, світоглядом власного народу й водночас загальнолюдський характер діяльності тощо.

Водночас серед крилатих висловів знаходимо й такі, що безпосередньо репрезентують образ людини культури: *"Люди культури – справжні апостоли рівності"* (М. Арнольд), *"Культура створює особистість, і чим її більше, тим значнішою є особистість"* (Б. Грасіан), *"Ідеал культурної людини – це не що інше, як ідеал людини, яка за будь-яких умов зберігає справжню людяність"* (А. Швейцер) та ін. Це важливо ще й тому, що, як доводять численні дослідження мовознавців, "людина" в принципі є системоутворювальним елементом системи уявлень і цінностей, відображених у фразеології.

Подекуди, щоправда, натрапляємо й на іронічне протиставлення чи зіштовхування понять "людина культури" і "культурна людина" на зразок висловів, що стали популярними в мережі: *"Серед людей культури все ще можна зустріти культурних людей"* ("*Среди людей культуры еще можно найти культурных людей*") або *"О, я бачу, ви також людина культури"* ("*Ah, I see you're a man of culture as well*"). Утім, перший, імовірно, базується на спрощеному розумінні "людей культури" як таких, що належать до культурної галузі. Другий, джерело якого відоме – японський аніме-серіал "Під мостом над Аракавою", перетворився на інтернет-мем, який уживають з іронією, крім того, у цьому випадку "man of culture" можна перекласти ще й як "висококультурна людина".

У будь-якому разі повноцінний аналіз репрезентації образу людини культури за допомогою фразеологічних одиниць можливий лише за умови врахування історико-культурного контексту, а також прагматико-стилістичного рівня комунікації. Проте дослідження мовної репрезентації образу людини культури з погляду стилістики і прагматики можливе лише на основі конкретних художніх чи публіцистичних текстів, що потребує окремої ґрунтовної наукової розвідки.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Розглянувши взаємодію мови й культури, можна прийти до висновку, що це тісно пов'язані категорії, які співіснують на засадах спільного розвитку та взаємозалежності. Мова постає необхідним і безумовним чинником культури, і головне саме завдяки мові відбувається засвоєння й осягнення культури індивідом. У мові, крім того, виявляються риси національної ментальності, а сама мова є потужним виявом духу народу. Мова надає культурі платформу для функціонування, сприяє встановленню соціальних зв'язків у межах тієї чи іншої спільноти, а також відіграє ключову роль у процесі міжкультурної комунікації.

Культура позначається на мові, детермінуючи появу слів (знаків нових явищ), впливаючи на їхній вжиток (наприклад, за допомогою цензури або, навпаки, стимулювання розвитку) та забезпечуючи необхідний контекст. Знання мови без розуміння культури може бути недостатнім для правильного гармонійного спілкування, адже останнє завжди обумовлене не тільки національно-культурною належністю комунікантів, темпераментом, ментальністю і національним характером, а й рівнем розвитку цивілізації, міжкультурними й міжнаціональними взаєминами, релігійними та іншими не менш важливими факторами. Мова залежить від культури, оскільки є її складником, накопичуючи й "архівуючи" важливу інформацію, яка концептуалізується в конкретних категоріях і культурних кодах. Одним із таких ідеальних конструктів є образ людини культури, формування та репрезентація якого не можливі поза мовою.

Виходячи зі сказаного, образ людини культури як центральний у сучасній системі світоглядних уявлень було розглянуто на основі лінгвокультурологічного підходу. Образ людини культури – категорія мисленнева, яка дає широкий простір для її тлумачення. Але саме сукупність мовних засобів (лексичних і, зокрема, фразеологічних, граматичних, прагматико-стилістичних та ін.) передає зміст образу людини культури, завдяки чому той набуває осмислення в мовній свідомості й отримує вербальне вираження. Відповідно, його репрезентація можлива тільки за умови розкриття певних соціокультурних реалій, зафіксованих у мові. Оскільки соціокультурне підґрунтя мови змінне, то й образ людини культури як форма переважно колективної рефлексії поряд зі сталими характеристиками набуває динамічних рис, видозмінюється залежно від зміни соціокультурних реалій. Таким чином, образ людини культури є медіатором взаємодії людини та культури, адже саме він акумулює еталонні значення і смисли, цінності й ідеали тієї чи іншої епохи, зокрема й сучасної.

Перспективи подальших досліджень насамперед пов'язані з розширенням матеріалу дослідження та з'ясуванням специфіки мовної репрезентації образу людини культури в освітньому, науковому, публіцистичному, медійному дискурсі на основі лінгвокультурологічного підходу. Поза сумнівом, це дозволить поглибити знання про образ людини культури й інтегрувати його як предмет міждисциплінарних досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

- Бех, І. Д. (2007). Ціннісні наголоси у сучасному вихованні. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*, 1(10), 7-16.
- Борытко, Н. М. (2001). *Педагог в пространствах современного воспитания*. Волгоград: Перемена.
- Вандриес, Ж. (1937). *Язык. Лингвистическое введение в историю*. Москва: Государственное социально-экономическое издательство.
- Вежицкая, А. (2001). *Понимание культур через посредство ключевых слов*. Москва: Языки славянской культуры.
- Верещагин, Е. М., Костомаров, В. Г. (2014). *Язык и культура. Три лингвострановедческие концепции: лексического фона, рече-поведенческих тактик и сапиентемы. Раздел I. Аспект статике: язык как носитель и источник национально-культурной информации*. Москва, Берлин: Директ-Медиа.

- Вітгенштайн, Л. (1995). *Tractatus Logico-philosophicus. Філософські дослідження*. Київ: Основи.
- Гатальська, С. М. (2005). *Філософія культури: підручник*. Київ: Либідь.
- Гумбольдт, В. (1964). О различии строения человеческих языков и его влияния на духовное развитие человечества. В В. А. Звегинцев (Ред.) *История языкознания XIX и XX веков в очерках и извлечениях: в 2-х ч. Ч. I.* (с. 85-103). Москва: Просвещение.
- Гумбольдт, В. (1985). *Язык и философия культуры*. Москва: Прогресс.
- Здравомыслов, А. Г. (2008). Тройственная интерпретация культуры и границы социологического знания. *Социологические исследования*, 8, 3-18.
- Квятковский, Д. О. (2014). *Гуманистический идеал: ценностный аспект (социально-философский анализ)*. Москва: Логос.
- Маланюк, Є. (1997). *Книга спостережень: статті про літературу*. Київ: Дніпро.
- Маслова, В. А. (2001). *Лингвокультурология: учебное пособие*. Москва: Издательский центр "Академия".
- Миропольська, Н. Є. (2002). *Мистецтво слова в структурі художньої культури учня: теорія і практика*. Київ: Парламентське видавництво.
- Тер-Минасова, С. Г. (2000). *Язык и межкультурная коммуникация: учебное пособие*. Москва: Слово.
- Ушаков, А. С. (2019). Ціннісний вимір образу людини культури. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*, 5 (92), 211-228. doi:10.33216/2220-6310-2019-92-5-211-228
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). *The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge*. London, New York, Victoria, Toronto, Auckland: Penguin Books.
- Gelman, S. A., & Roberts, S. O. (2017). How Language Shapes the Cultural Inheritance of Categories. *PNAS (Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America)*, 114(30), 7900-7907. doi:10.1073/pnas.1621073114

REFERENCES

- Bekh, I. D. (2007). Tsinnisni naholosi u suchasnomu vykhovanni. *Teoretyko-metodychni problemy vykhovannia ditej ta uchniv's'koj molodi*, 1(10), 7-16.
- Borytko, N. M. (2001). *Pedagog v prostranstvakh sovremennogo vospitaniya*. Volgograd: Peremena.
- Vandries, Zh. (1937). *Yazyk. Lingvisticheskoe vvedenie v istoriyu*. Moskva: Gosudarstvennoe social'no-ekonomicheskoe izdatel'stvo.
- Vezhbickaya, A. (2001). *Ponimanie kul'tur cherez posredstvo kl'uchevykh slov*. Moskva: Yazyki slavyanskoj kul'tury.
- Vereshchagin, E. M., & Kostomarov, V. G. (2014). *Yazyk i kul'tura. Tri lingvostranovedcheskie koncepcii: leksicheskogo fona, reche-povedencheskikh taktik i sapientemy. Razdel I. Aspekt statiki: yazyk kak nositel' i istochnik nacional'no-kul'turnoj informacii*. Moskva, Berlin: Direkt-Media.
- Vithenshtain, L. (1995). *Tractatus Logico-philosophicus. Filososfs'ki doslidzhennia*. Kyiv: Osnovy.
- Hatal's'ka, S. M. (2005). *Filosofiiia kul'tury: pidruchnyk*. Kyiv: Lybid'.
- Humboldt, V. (1964). O razlichii stroeniya chelovecheskikh yazykov i ego vliyaniya na dukhovnoe razvitie chelovechestva. V V. A. Zvegincev (Red.) *Istoriya yazykoznaniiya XIX i XX vekov v ocherkakh i izvlecheniyakh: v 2-kh ch. Ch. I.* (pp. 85-103). Moskva: Prosveshchenie.
- Humboldt, V. (1985). *Yazyk i filosofiya kul'tury*. Moskva: Progres.
- Zdravomyslov, A. G. (2008). Trojstvennaya interpretaciya kul'tury i granicy sociologicheskogo znaniya. *Sociologicheskie issledovaniya*, 8, 3-18.
- Kvyatkovskij, D. O. (2014). *Gumanisticheskij ideal: cennostnyi aspekt (social'no-filosofskii analiz)*. Moskva: Logos.
- Malaniuk, Ye. (1997). *Knyha sposterezhen': statti pro literaturu*. Kyiv: Dnipro.
- Maslova, V. A. (2001). *Lingvokul'turologiya: uchebnoe posobie*. Moskva: Izdatel'skiy tsentr "Akademiya".

- Myropol's'ka, N. Ye. (2002). *Mystetstvo slova v strukturі khudozhn'oi kul'tury uchnia: teoriia i praktyka*. Kyiv: Parlaments'ke vydavnytstvo.
- Ter-Minasova, S. G. (2000). *Yazyk i mezhkulturnaya kommunikatsiya: uchebnoye posobiye*. Moskva: Slovo.
- Ushakov, A. S. (2019). Tsinnisnyj vymir obrazu liudyny kul'tury. *Dukhovnist' osobystosti: metodolohiia, teoriia i praktyka*, 5(92), 211-228. doi:10.33216/2220-6310-2019-92-5-211-228.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. London, New York, Victoria, Toronto, Auckland: Penguin Books.
- Gelman, S. A., & Roberts, S. O. (2017). How Language Shapes the Cultural Inheritance of Categories. *PNAS (Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America)*, 114(30), 7900-7907. doi:10.1073/pnas.1621073114

Дата надходження до редакції 14.12.2021

Ухвалено до друку 21.12.2021

Відомості про автора

<p style="text-align: center;">Ушаков Артем Сергійович,</p> <p>кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри англійської мови Національного університету "Києво-Могилянська академія" e-mail: artem.s.usakov@gmail.com</p>		<p>Сфера наукових інтересів</p> <p>Лексикологія англійської мови, виховання культури вчинку, формування образу людини культури, обробка звичайної мови</p>
--	--	---

УДК 821.111(73)

DOI: <https://doi.org/10.32589/2311-0821.2.2021.252115>

С.О. Чернишова

Київський національний лінгвістичний університет, Україна

e-mail: sveta.chemyshova@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0284-2001>

ЕЛЕМЕНТИ ОНТОЛОГІЧНОГО МАГІЧНОГО РЕАЛІЗМУ В РОМАНІ ІБІ ЗОБОЙ "АМЕРИКАНСЬКА ВУЛИЦЯ"

Abstract

The article explores the novel *American Street* by contemporary US writer of Haitian origin Ibi Zoboy from the perspective of using the technique of magical realism. The novel embraces magic, faith in spirits, otherworldly forces as well as strategies of realism. The narrative mode of magic realism dominates in postcolonial writings as well as in fictional works that describe migration experience. The development of magical realism in different national traditions caused its variety and diverse forms of expression. Therefore, in this paper, the term magic realism or marvelous realism is considered from different theoretical perspectives. The term and the phenomenon it denotes started its history from the Weimar Republic modernist movement when German art critic Franz Roh coined the term. Then, in 1955 the narrative mode of magic realism became popular in Latin America. Alejo Carpentier, Angel Flores underlined that it is different from its European counterpart as its main task is to express the unique and extraordinary reality of Latin America. They argued that magic and magical elements are derived from the 'supernatural' elements of 'local' or 'indigenous' myths, religions and cultures. Moreover, magical realism relies upon the presentation of the imagined or magical as if they were real.

The article focuses on how these different definitions are related and discussed by various theoreticians. It is concluded that the most relevant is Echevarría's typology. He differentiated two kinds of magical realism: the ontological and the epistemological. Ontological magical realism has as its material beliefs or practices from the cultural context in which the text is set.

The author considers the notion of ontological magical realism to analyse Ibi Zoboy's novel *American Street*, in which magical beliefs and rituals help the main character survive in a difficult situation. It is emphasized that the religious component is an important part of migration fictional discourse.

Keywords: ontological magical realism, *American Street*, magic, spirit of Papa Legba, migration, microhistory.

Анотація

У статті розглянуто роман сучасної американської письменниці гаїтянського походження Ібі Зобой "Американська вулиця" з перспективи використання в ньому техніки магічного реалізму. У творі поєднано магію, віру в духів, потойбічні сили з реалістичною технікою письма. Звернення до магічного реалізму – одна з прикметних рис як постколоніального художнього дискурсу, так і художніх наративів, що репрезентують досвід мігрантів. Оповідна техніка магічного реалізму осмислена з різних позицій і теоретичних перспектив. Традиційно розмежують європейський варіант магічного реалізму, започаткований модерністами Веймарської республіки і теоретизований Францом Рохом, і латиноамериканський варіант, що інтенсивно оприявнився в художньому дискурсі від середини ХХ століття. А. Карпент'єр одним із перших наголосив на відмінності південноамериканського магічного реалізму від європейського. У такий спосіб він есенціалізував його риси: органічне поєднання магії та реальності, інкорпорування практик вуду, народних вірувань і ритуалів не лише як ілюстративного матеріалу, а і як рушійних сил динаміки сюжету, і нарешті одухотворення предметів навколишнього світу, надання їм окремої суб'єктності. Продовження риторики А. Карпент'єра маємо в дослідженні Дж. Делбаєре, яка розрізняє фольклорний магічний реалізм та науковий. Зі свого боку Р. Ехебаррія теж виокремлює два різновиди магічного реалізму: онтологічний (ґрунтується на міфічних та релігійних віруваннях, що становлять культурний контекст письменника) та епістемологічний (в основі якого знання, а не вірування).

У статті використано термін Р. Ехебаррія "онтологічний магічний реалізм" для аналізу романної канви "Американська вулиця". Зокрема, зроблено висновок, що магічні вірування і ритуали допомагають головній героїні вижити в складній ситуації зміни місця проживання. Іммігрантка в першу ніч розпізнає в старому чоловікові на розі вулиці дух Папи Легба, який упродовж усього твору скеровує її вчинки

через метафоричні висловлювання і закодовані в піснях підказки. Відтак, магія гаїтянського світу спрацьовує в Детройті, бо в це вірить як головна героїня твору, так і читачі, для яких духи вуду стають такими ж реальними, як і для тих, хто молиться їм. Загалом треба наголосити, що релігійний складник становить важливий пласт міграційного дискурсу.

Ключові слова: онтологічний магичний реалізм, роман "Американська вулиця", магія, дух Папа Легба, міграція, мікроісторія.

Вступ

Увага до дослідження художнього вираження процесів міграції та переміщення загострилася в західній гуманітаристиці в останні десятиліття. Реалії переміщення, міграції, біженства, вигнання тощо набувають нового сенсу в контексті панування глобального капіталу та цифрових технологій. Як зазначає М. Шимчишин, "сьогодні детериторіалізовані суб'єкти міграційних рухів відрізняються від (добровільно / примусово) переміщених минулих десятиліть чи епох тим, що мають змогу продовжувати перебувати в медійному просторі покинутої реальності й культури" (Шимчишин, 2020, сс. 11-12). Відтак напрацювання в царині культурної географії, соціології, онтології, студій пам'яті, ідентичнісних студій, літературознавства та риторики щодо вимушеного руху людей позначені новими умовами сучасності. Осмислення драматичного досвіду втрати укоріненості сучасною людиною не оминуло художню літературу й інші мистецькі формати. Сьогодні в кожній національній традиції маємо нарративну / автонарративну репрезентацію багатогранного буття і цілих спільнот, і окремих індивідів, що були переміщені чи то внутрішньо, чи то зовнішньо.

У масиві художніх текстів, що репрезентують міграційний досвід, простежуються певні як спільні, так і відмінні риси. Об'єднавчі моменти таких фікційних нарративів такі:

- пригнічення та упослідження в рідному краї, що спонукають індивідуума покинути його;
- політичні й економічні негаразди як фактори зміни локусу;
- стан розчарування і меланхолії після прибуття на нове місце проживання;
- негативне або ж упереджене ставлення місцевого населення до новоприбулих;
- подолання кризи ідентичності та інтеграція в нові реалії життя;
- перманентний діалог між різними самостями (покинутою і набутою) іммігранта / іммігрантки.

Варто зауважити, що способи вербалізації таких спільних проблемно-тематичних центрів міграційних нарративів багатоманітні. Це пояснюється, зокрема, тим, що автори цих художніх текстів переважно самі пережили досвід міграції і оповідають про нього (досвід) у парадигмі тієї національної традиції, якій належать. Проте впадає у вічі часте апелювання до техніки магичного реалізму (наприклад, у романах А. Мельничука, І. Зобой, Дж. Оцуки, Х.М. Вірамонтес, Г. Анзальдуї, Р. Родрігеца та ін.).

Мета цієї статті полягає в аналізі роману сучасної американської письменниці гаїтянського походження Ібі Зобой "Американська вулиця" з перспективи використання оповідної техніки магичного реалізму. Поставлена мета обумовлює розв'язання таких **завдань**: підсумувати теоретичні підходи до визначення магичного реалізму як особливого типу художньої репрезентації, визначити потенціал магичного реалізму в процесі осмислення міграційного досвіду, акцентувати особливості магичного мислення в романі Ібі Зобой. Для реалізації цих завдань використано такі **методи**: аналізу та синтезу, порівняльно-типологічний, дискурс-аналізу та прискіпливого читання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Як зауважує М. Боверз (Bowers, 2004), популярність магичного реалізму пояснюється тим, що він відкриває нові можливості опису реальності, які дають змогу показати альтернативне до західного потрактування світу (докладніше див. Bowers, 2004, pp. 1-2). У постколоніальному та імміграційному дискурсах цей модус письма став одним зі способів оприявлення альтернативної історії, відмінного від європейського світовідчуття і, що не менш

важливо, нового типу оповіді, де ірраціональне і раціональне займають рівні позиції. Бордерність / помежовість провокує думки про відносність не лише реальності, а й правди, істини, мови та інших концептів, сформованих західною епістемологією.

Упродовж своєї історії термін "магічний реалізм" зазнав низки переакцентувань. М. Боверз виокремлює три періоди його функціонування: перший – 1920-ті роки, другий – 1940-ві роки і нарешті третій – від 1955 р. і до сьогодні. Естетика магічного реалізму стала однією з домінант європейського модернізму і згодом поширилася на Південну Америку, а звідти в переосмисленому форматі знову повернулася до Європи та Північної Америки. Ключовими мистецькими постатями, які безпосередньо пов'язані з ідеологією магічного реалізму, стали Франц Рох, Алехо Карпентьєр, Массімо Бонтемпеллі, Анхель Флорес, Габрієль Гарсія Маркес, Хорхе Луїс Борхес. Як відомо, уперше термін "магічний реалізм" використав німецький мистецтвознавець Франц Рох у праці 1925 року "Постімпресіонізм, магічний реалізм: проблеми сучасного європейського малярства" (Roh, 1925). При аналізі мистецтва магічного реалізму він акцентував такі його риси, як: точність деталі, фотографічність, показ незвичного ракурсу предметів, а також змалювання містичних аспектів реальності. Сфокусованість на матеріальних об'єктах та їхньому бутті у світі – одна з питомих рис цього типу художньої репрезентації. Через зображення матеріальних речей оприявнюється не лише таємнича і неосяжна природа людської натури, а й самих цих речей. Ключове слово "магічний" позначає те, що йдеться не про раціональне осягнення реальності, а про таємничість буття, його містичність та нелогічність. Звідси знаковим для такого типу наративу є залучення незвичних елементів та образів, які вже своїм існуванням підривають і послідовність, і здоровий глузд описуваних ситуацій.

У теоретичному дискурсі магічного реалізму наявні два підходи до потрактування цього мистецького явища: євроцентричний та південноамериканський. Одним із перших цю дискусію розпочав Алехо Карпентьєр, який розмежував європейський тип магічного реалізму та латиноамериканський. Зокрема, він зазначив, що раціоцентризм європейської культури перешкоджає природньому залученню до неї магічного, натомість південноамериканська традиція, що глибоко ґрунтована на міфічних віруваннях і світогляді, органічно інкорпорує магічне (докладніше див. Bowers, 2004, pp. 33-34). Романи Алехо Карпентьєра ("Царство світу цього" (1949) та Мігеля Астуріаса ("Маїсові люди" (1949)) стали чітким виявленням латиноамериканського магічного реалізму на світовому рівні. Для них, як і для решти текстів латиноамериканських митців, нівеляція кордону між справжньою реальністю і магією не викликає жодного сум'яття чи подивування і сприймається як продовження усної народної традиції.

Натомість в європейській парадигмі ерозія межі між дійсністю та магією є радше ознакою спотвореної свідомості персонажа. А. Карпентьєр, як й інші представники Латинської Америки, з легкістю і безпосередністю інкорпорує у свої тексти практики вуду, африканські вірування і ритуали, які зовсім не суперечать реалістичності оповіді. Сам Карпентьєр акцентував, що перетини багатьох культур карибської, африканської, європейської та індіанської породили прикметне світосприйняття, яке реалізоване в особливому типі художньої практики, барокової за своєю сутністю: "Чому власне Латинська Америка обрана територія для "бароко"? Через те, що симбіоз, змішання рас дали підстави для бароковості. Американське бароко розвивалося разом із креольською культурою, з креольською значеннєвістю, із самоусвідомленням американця, із самоусвідомленням його інакшості, його новизни, симбіозу, його креольської природи" (Carpentier, 1995, p. 100). Культури майя й ацтеків, симбіоз африканського і європейського культурних пластів стали підґрунтям для американської барокової експресії. Услід за іспанським конкістадором Ернаном Кортесом, завойовником Мексики, Карпентьєр наполягає, що Латинська Америка потребує нового словника, нових художніх прийомів для репрезентації реальності. Показово, що позиція А. Карпентьєра щодо унікальності

південноамериканської естетики розкритикована, наприклад, Амарилль Чанади, яка наголошує, що митець сконструював наївне та есенціалістське поняття латиноамериканського магічного реалізму для того, щоб увиразнити різницю між європейським і південноамериканським культурним виробництвом (докладніше див. Carpentier, 1995, p. 93).

Зі свого боку Альфред Лопез в одному з розділів колективної монографії "Posts and Pasts: A Theory of Postcolonialism" повертається до питання термінології: "Магічний реалізм". Європейський термін, що використовується для позначення "не-європейської літератури", літератури, яка, хоч і асимілювала риси "космополітичного статусу Третього світу", обдаровує оригінальними письменниками, зберігає власну відмінність, прикметність чи алтерність, і це породжує питання: хіба цей акт називання, це відмежування чи позначення кимось стороннім тексту написаного, скажімо, латиноамериканським митцем, не є марною європейською спробою класифікувати і, отже, "зрозуміти" його (текст) через процес називання, що вже саме собою є способом апропріації, упокорення "дикого", "екзотичного" тексту, локалізації його в раціональну європейську критичну парадигму, хіба це не спосіб опанування, оволодіння іншим, складним текстом? У такому разі акт називання є алегорією колоніальної уяви, привласнене читання є читанням привласнення" (Lopez, 2001, p. 143). Загалом консенсусним варіантом інтерпретації магічного реалізму є визнання його подвійної природи і подвійного локусу функціонування: європейського та латиноамериканського. У цьому контексті варто згадати позицію Дж. Делбаєре, яка розрізняє фольклорний магічний реалізм та науковий. Перший походить із народної творчості, а другий – "сформований на основі багатьох традицій, щоб спровокувати певний наративний ефект" (Bowers, 2004, p. 87). Р. Ехеваррія теж виокремлює два різновиди магічного реалізму: онтологічний (ґрунтується на міфічних та релігійних віруваннях, що становлять культурний контекст письменника) та епістемологічний (в основі якого знання, а не вірування) (докладніше див. там само, p. 86). Ілюстрацією першого типу є висловлювання С. Рушді про те, що джерело Маркесового магічного реалізму – "сільський світогляд" (там само, p. 88).

Важливою для осмислення магічного реалізму стала праця А. Флореса "Магічний реалізм в іспанській американській художній літературі" (Flores, 1995), де він, зокрема, розмежував магічний реалізм і чарівний реалізм (*marvellous realism*). На думку дослідника, джерела латиноамериканського варіанта цієї естетики маємо ще у творчості Сервантеса, а з часом сильний вплив на неї мала романістика Ф. Кафки. А. Флорес уважає збірку оповідань Х.Л. Борхеса "Загальна історія ганьби" (1935) першим зразком латиноамериканського варіанта магічного реалізму. Як стверджує Кенет Рідз, А. Флорес "територілізував" магічний реалізм як питому рису іспано-американської літератури (Reeds, 2006, p. 182). З того часу маємо низку досліджень (Borges, 1992; Carpentier, 1995; Chanady, 1985; Connell, 1998; Irish, 1970; Marquez, 1967), що утвердили цей модус письма як властиво латиноамериканський і, відповідно, дистанціювали його від європейського контексту, зокрема, від теорії Ф. Роха.

Ідея про вплив європейського модернізму на латиноамериканську естетику потроху відійшла на задній план. Від середини минулого століття в лексиконі літературознавчих досліджень загальноприйнятим стало твердження про те, що "магічний реалізм – це особлива властивість латиноамериканської літератури, що поєднує фантастичне з реалістичним" (Reeds, 2006, p. 183). Відтак маємо поступове стирання європейського впливу на південноамериканських митців. Свідченням цього є твердження Дж. Франко в праці "Вступ до іспано-американської літератури", де дослідниця зазначила, що немає потреби говорити про значимість творчості європейських модерністів для латиноамериканських письменників, адже останні жилилися найперше власними розповідними традиціями (докладніше див. Franco, 1969, p. 310). Подальше відмежування від європейського контексту виявляємо і в тих працях, де ім'я Ф. Роха згадується, але підкреслено, що німецький мистецтвознавець потрактував магічний реалізм із феноменологічної позиції. У його працях ішлося про особливий тип мистецької репрезентації

світу. Отже, слід розмежовувати аналіз магічного в художніх текстах від наявності містичного в реальності. Розпізнати незвичайне в житті і визнати його існування вимагає віри в магію, що, як уважають дослідники, не властиво західній цивілізації загалом. Натомість унікальність латиноамериканської версії магічного реалізму полягає в переконанні самого митця в тому, що магічне існує. За словами Амарилль Чанади, магічний реалізм репрезентує суперечливі погляди на те саме поняття, яке вміщає дві культурні традиції: "одна з яких заснована на "просвітництві" та раціональному розумінні реальності, а інша на визнанні надприродного як частини буденності" (Chanady, 1985, pp. 21-22).

Іманентна риса магічного реалізму – однакове ставлення та потрактування як реального, так і ірреального світу, тобто незвичні події чи персонажі не мають якогось особливого статусу та інтерпретуються так, як і реальні. Це забезпечується насамперед оповідною інстанцією, яка сприймає надприродне і природне однаково. Із цього приводу М. Боверз зауважує: "... магічне залишається магічним, а реальне реальним, але, на відміну від реалістичного наративу, вони трактуються серйозно" (Bowers, 2004, p. 63).

Як зазначає Д. Лодж у праці "Мистецтво прози" (The Art of Fiction), магічний реалізм не властивий британській прозі, він привнесений до неї тими письменниками, які пережили складні та травматичні історичні події: "Напевно, відносно нетравматична історія Британії модерного часу спонукала письменників продовжувати традицію реалізму. Магічні елементи імпортовані в нашу літературу ззовні, а не народжені в її лоні. Їх використовували деякі англійські романісти, зокрема, ті, які особливо чутливі до питань гендера: Фей Велдон, Анжела Картер та Дженет Вінтерсон" (Lodge, 1992, p. 114). Відповідно до логіки рефлексій Д. Лоджа магічний реалізм використовується в західній традиції для вербалізації особливо травматичного пережиття, яке неможливо описати засобами реалізму. На нашу думку, запозичена латиноамериканська традиція збагатила західний дискурс письма, але в контексті власної культури вона є органічним елементом світогляду та світосприйняття індивідуума, способом реалізації міфічного мислення та розуміння світу. Звідси йдеться про дворівневість магічного наративу: омовлення психологічно складного переживання і сплав реальності та вигадки, що властиві окремим суспільним формаціям.

Виклад та обговорення основного матеріалу дослідження

У центрі нашої уваги твір сучасної гаїтянсько-американської письменниці Ібі Зобой "Американська вулиця" (2017), де маємо чіткі ознаки того, що Р. Ехеваррія означив як онтологічний магічний реалізм. Жанрова природа цього роману охоплює кілька його різновидів: міграційний, кримінальний, соціально-побутовий, політичний та роман виховання. Дієгеза твору центрована на образі Фабіоли Туссен, дівчини з Гаїті, яка переїхала до Детройта до родини своєї тітки. У романі тонко змальовано світовідчуття іммігрантки, її ностальгію за покинутим рідним краєм та боротьбу зі стереотипами щодо чужинців.

Подолати труднощі на чужині Фабіолі допомагають духи "Lwa", в які безапеляційно вірить дівчина. Оскільки дівчина – головна наративна інстанція, яка викликає довір'я реципієнта, то, відповідно, її звертання до ірраціонального світу та вуду практик не викликає подивування. У першу ніч після приїзду до США з Гаїті чужинка розкладає сакральні об'єкти у своїй кімнаті і через зв'язок із духами встановлює контакт із матір'ю, яку затримала прикордонна служба. Таке спілкування нараторки достовірне і не суперечить логіці здорового глузду. Воно нічим не відрізняється від телефонної розмови, яку забезпечує їй офіцер поліції. Усе, що відбувається навколо, Фабіола пояснює через покарання чи винагороду з боку духів. Так, у листі до мами вона з почуттям вини пише: "Я намагаюся пригадати, де я згрішила. Я дозволила Марко торкнутися мене перед від'їздом. Можливо, цим я розгнівала Lwa кохання і родючості – Езілі? Напевно, вона наказала своєму коханцеві Папі Легба не дозволити тобі увійти у ворота свободи, приєднатися до твоєї сестри, племінниць і до мене?" (Zoboi, 2017, p. 60). У цих словах прочитуємо наївне світорозуміння, що закорінене ще в давніх віруваннях

та архаїчному сприйнятті. Людина відчуває свою залежність від волі духів та вищих сил. Давній анімастичний світогляд, як зазначав З. Фройд, ґрунтується на магії, основним принципом якої є намір "нав'язати реальним предметам закони душевного життя" (2019, с. 113).

В особі безхатька, який співає на розі вулиці, Фабіола тут же розпізнає одного з духів Lwa, Папу Легба, того, який стоїть на перехрестях і вказує на шлях. Показово, що дівчина впізнає в старому чоловікові духа в першу ніч після прибуття до міста, тобто чужинка накладає на новий простір свій спосіб його прочитання. Вона бачить те, у що вірить, і звідки сподівається на допомогу. Таємнича постать чоловіка, якого ображають і зневажають, приваблює її саме стражданнями, які нагадують їй про власну безпомічність і беззахисність. Вони схожі своєю нездоленістю і самотністю. Оповідачка наділяє безхатька даром провидіння. Папа Легба наспівує дивні пісні, у словах яких дівчина прочитує підказки до дій. Віра в духа і його допомогу підтримує Фабіолу впродовж усього роману. Як зазначав З. Фройд, духи і демони – це проєкції почуттів примітивної людини. "Об'єкти своїх афектів людина перетворює в окремих осіб, населяє ними світ і знову знаходить у цьому світі свої внутрішні душевні процеси" (там само, с. 113). У роздумах про магію і, зокрема, про імітативну магію, З. Фройд зауважував, що примітивна людина має надзвичайну віру в могутність своїх бажань. Усе, що вона творить, повинно здійснитися лише тому, що в неї є сильне бажання. Подібно в романі Ібі Зобой Фабіола наділяє безхатька магичними даром.

Важливо, що коли тітка дівчини переїхала до Детройта, то теж вірила в те, що старий чоловік – це дух. Її донька пригадує, що в дитинстві мати завжди говорила дітям, що безхатько на розі вулиці є Папою Легба. Проте із часом вона перестала вірити в духів. Підтвердженням незвичайності старого чоловіка слугує і спогад однієї із сестер, яка пригадує, що відколи вони поселилися до Детройта, безхатько завжди був старий. Таке зауваження дівчини, яка точно не вірить у духів і потойбічні сили, викликає і довір'я читачів до Lwa. Загалом, як слушно зауважує М. Боверз, процес читання творів магичного реалізму можливий лише за умови, що читачі вірять у магію подібно до персонажів художнього світу. "Одна з особливих рис магичного реалізму полягає в тому, що читач повинен довіряти наратору і сприймати реалістичні і магичні елементи реальності на одному рівні. Читачі мають повірити в цілковиту правдивість фікційного світу впродовж процесу читання, незалежно від того, наскільки він відрізняється від реального світу і переконань реципієнтів" (Bowers, 2004, pp. 3-4). Зрештою, наприкінці роману, коли Фабіола розглядає світліну, де сім'я її тітки сфотографована відразу після заселення в нове помешкання, то помічає на задньому фоні того ж Папу Легбу. Отож, дух супроводжував родину від початку їхнього прибуття до Детройта. Поєднання давніх вірувань і реалій сучасного життя органічне для Фабіоли. Вона жодного разу не сумнівається в тому, що духи допомагають їй вижити в Новому світі.

Данина магичному мисленню оприявнюється і в образі дому, куди поселилася Фабіола. Дім на перехресті вулиць нагадує будинок Буендіа з роману Габрієля Гарсія Маркеса "Сто років самотності" або так само можемо провести паралель із будинком Сеті з роману Т. Моррісон "Улюблена". Ідеться про будинки, що наповнені історією, і відповідно духами та привидами. Історія прописана в їхніх стінах, що пам'ятають про трагедії родин, які тісно пов'язані з трагедіями окремих історичних періодів. Будинок під номером 8800 на Американській вулиці, в якому поселилася Фабіола і адресу якого вона знала напам'ять ще змалечку, коли до них приходили поштові конверти з Детройта і в який вони з матір'ю мріяли повернутися, виявився кладовищем складних доль різних поколінь американців. З допомогою техніки магичного реалізму оповідачка руйнує кордони між теперішнім і минулим, через інтуїтивне відчуття вона проникає в історії різних родин. Помутніння свідомості дає змогу внутрішньому фокалізатору описати зустрічі з різними мешканцями дому, які вже давно померли.

Історія будинку 8800 на Американській вулиці розказана так само, як історія життя кожного персонажа. Відтак світ речей і світ людей поєднані і між ними нема ієрархії.

Змалювання будинку не як об'єкта-контейнера, де змінюються покоління людей, а як певного втілення духу окремих епох корелює з підходом сучасних представників теорії речей та Нового матеріалізму. Так, Г. Гарман стверджує, що речі існують поза людською свідомістю: "Проблема з індивідуальними речами полягає в тому, що їх ніколи не вважали автономними чи індивідуальними, їх розуміли як вічні, незмінні, прості і вони були прямо доступними певній привілейованій свідомості" (Harman, 2012, p. 185).

Будинок проживає свою історію і рефлексує над нею подібно до персонажів роману. Усе ХХ століття США передано через мікроісторію одного помешкання. Як зазначає С. Магнуссон, "мікроісторія створює фокалізацію, у якій перехрещуються різні промені минулого, і це надає їй справжньої сили" (Magnússon, 2013, p. 13). Отже, спочатку в будинку під номером 8800 проживали польські іммігранти Адріян та Рут Вайсс, які прибули до Детройта, щоб працювати на заводі Генрі Форда, що виготовляв славнозвісні перші автомобілі форд моделі Т. Згодом за п'ятику Адріяна вигнали з роботи і він приєднався до Пурпурової банди, що займалася контрабандою алкоголю з Канади. Зрештою в часи Великої депресії пана Вайсса застрелили. Так минула перша чверть ХХ століття США. Далі в будинку поселився чорношкірий Лестер Волкер з Алабами. Це окрема сторінка в історії Америки: міграція чорношкірого населення з південних штатів після Першої світової війни, спонукою до якої став розвиток автомобілебудування в Детройті і велика кількість робочих місць. На той час в аграрних південних штатах не було роботи і велася жорстока расистська політика. Наплив афроамериканців викликав хвилю невдоволення з боку білошкірого населення. Зокрема, це виявилось і в дискримінації щодо помешкань чорношкірих американців, яким не дозволяли поселятися в районах, де жили білі. Цю історичну реалію передано через розстріл Лестера Волкера за день після того, як він поселився серед білих.

Наступний історичний момент – масова втеча білошкірих із Детройта на околиці і зміна расової палітри міста. Зрештою, у 1967 році нові погроми чорношкірих розпочалися з 12 вулиці і були одними з наймасовіших в історії США. Якщо мешканець будинку 8800 Лестер-старший був вбитий як один із перших поселенців серед білих, то його син Лестер-молодший загинув від кулі в 1967 році в західній частині Детройта, що була заселена чорними і вважалася найбільш криміногенною. На початку ХХІ століття дім купив гаїтянський мігрант Жан-Філіп Франсуа, який приїхав працювати на завод "Крайслер". Проте його, як й інших мешканців будинку, знайшла куля. Історія будинку 8800 – це мікроісторія Детройта чи навіть самих США, де через різні покоління мешканців розкриваються трагедії ХХ століття. Наприкінці роману руйнування будинку позначає не лише прощання з нещастями, що супроводжували гаїтянських іммігрантів від початку їхнього поселення, це також руйнування певного типу американської реальності, що обтяжена расовими упередженнями.

У романі маємо переосмислення дому як простору індивідуального буття людини, як місця захисту від нещастя. Дім оприявнюється не як територія приватної пам'яті, що детально описано Г. Башляром (Bachelard, 2012), а як архів колективної пам'яті. До речі, метафора архіву актуальна для традиції магічного реалізму. Простір будинку уможлиблює зв'язки між різними поколіннями іммігрантів, які поселялися в ньому і сподівалися на щасливе майбутнє. Моріс Хальбвак зазначав, що "місце і колективність накладають відбиток один на одного. Тому кожен період життя групи можна відобразити в просторі... Кожен нюанс, кожна деталь місця зрозумілі лише представникам групи, оскільки кожна частинка місця відповідає певним аспектам структури і життя їхньої спільноти, і дає їм відчуття стабільності" (Halbwachs, 1992, p. 2). Натомість Ібі Зобой прописує колективну пам'ять не лише в громадських спорудах, але і в приватному помешканні.

Висновки і перспективи подальших досліджень

Дослідження елементів магічного реалізму актуальне і **перспективне** не лише щодо творчості Ібі Зобой, а й до пласту художньої літератури, де репрезентовано досвід міграції

та міграційних процесів. Магічні вірування та ритуали визначають світогляд мігрантів та надають їм змогу підтримувати духовний зв'язок із покинутим краєм. Крім того, магічний дискурс допомагає новоприбульцям локалізуватися в новому середовищі і розпізнати в ньому сліди своїх вірувань. Елементи магічного реалізму сприяють динаміці сюжету і здійсненню того, що в умовах реалістичного типу письма залишалося б недосяжним для персонажа, який втратив Батьківщину, зокрема, йдеться про його / її уявне повернення до рідного порога.

У романі Ібі Зобой техніка магічного реалізму оприявнюється через звернення до міфології, ритуалів та релігійних вірувань. Авторка інкорпорувала в текст твору духа Lwa, в існування якого вірять гаїтянці. Образ дому в романі також локалізовано в парадигму магічного реалізму. Помешкання на розі вулиці уособлює історію США XX століття, що передана через мікроісторії окремих мешканців. Життя в домі тісно пов'язане з трагічними сторінками важливих подій: расизму, сегрегації та нетерпимості. Для того щоб оживити минуле будинку, Ібі Зобой звертається до художніх прийомів магічного реалізму. Головна героїня проживає минуле і заглиблюється в емоційне поле помешкання.

ЛІТЕРАТУРА

- Фройд, З. (2019). *Томем і табу*. Київ: Фоліо.
- Шимчишин, М. (2020). *Географії ідентичності в художній прозі початку XX століття*. Київ: Видавничий центр КНЛУ.
- Bachelard, G. (2012). *La poétique de l'espace*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Borges, J. L. (1961). *El arte narrativo y la magia*. Buenos Aires: Emecé.
- Bowers, M. A. (2004). *Magic(al) Realism*. London: Routledge.
- Carpentier, A. (1995). The Baroque and the Marvelous Real. (T. Huntington and L. Parkinson Zamora, Trans.). In L. Zamora and B. Wendy Faris (Eds.), *Magical Realism: Theory, History, Community* (pp. 89-108). Durham, NC and London: Duke University Press.
- Chanady, Am. (1985). *Magical Realism and the Fantastic: Resolved versus Unresolved Antinomy*. New York: Garland.
- Connell, L. (1998). Discarding Magic Realism: Modernism, Anthropology, and Critical Practice. *ARIEL: A Review of International English Literature*, 29(2), 95-110.
- Echeverría, R. (1990). *Myth and Archive: a Theory of Latin American Narrative*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Flores, A. (1995). Magical Realism in Spanish American Fiction. In L. Zamora and B. Wendy Faris (Eds.), *Magical Realism: Theory, History, Community* (pp. 109-117). Durham, London: Duke University Press.
- Halbwachs, M. (1992). *On Collective Memory*. Chicago: University of Chicago Press.
- Irish, J. (1970). Magical Realism: a Search for Caribbean and Latin American Roots. *Literary Half-Yearly*, 11(2), 127-39.
- Lodge, D. (1992). *The Art of Fiction*. Secker & Warburg.
- Lopez, A. (2001). Reason, "the Native", and Desire: a Theory of "Magical Realism". In *Posts and Pasts: A Theory of Postcolonialism*. Albany: SUNY Press.
- Magnússon, S.Gyl, & Sziójártó, I. (2013). *What is Microhistory? Theory and Practice*. Routledge.
- Márquez, G., & Llosa, M. (1967). *La novella en America Latina. Dialogo*. Lima: Universidad Nacional de Ingenieria.
- Reeds, K. (2006). Magical Realism: a Problem of Definition. *Neophilologus*, 90, 175-196. doi: <https://doi.org/10.1007/s11061-005-4228-z>
- Roh, Fr. (1925). *Nach-Expressionismus, Magischer Realismus: Probleme der neusten europäischen Malerei*, Leipzig: Klinkhardt und Biermann.
- Zamora, L., & Faris, W. (1995). *Magical Realism: Theory, History, Community*. Durham, London: Duke University Press.

Zoboy, I. (2017). *American Street*. Waterville: Thorndike Press.


REFERENCES

- Froid, Z. (2019). *Totem i tabu*. Kyiv: Folio.
- Shymchyshyn, M. (2020). *Heohrafii identychnosti v khudozhnii prozi pochatku XX stolittia*. Kyiv: Vydavnychiy tsentr KNLU.
- Bachelard, G. (2012). *La poétique de l'espace*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Borges, J. L. (1961). *El arte narrativo y la magia*. Buenos Aires: Emecé.
- Bowers, M. A. (2004). *Magic(al) Realism*. London: Routledge.
- Carpentier, A. (1995). The Baroque and the Marvelous Real. (T. Huntington and L. Parkinson Zamora, Trans.). In L. Zamora and B. Wendy Faris (Eds.), *Magical Realism: Theory, History, Community* (pp. 89-108). Durham, London: Duke University Press.
- Chanady, A. (1985). *Magical Realism and the Fantastic: Resolved versus Unresolved Antinomy*. New York: Garland.
- Connell, L. (1998). Discarding Magic Realism: Modernism, Anthropology, and Critical Practice. *ARIEL: A Review of International English Literature*, 29(2), 95-110.
- Echeverría, R. (1990). *Myth and Archive: a Theory of Latin American Narrative*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Flores, A. (1995). Magical Realism in Spanish American Fiction. In L. Zamora and B. Wendy Faris (Eds.), *Magical Realism: Theory, History, Community* (pp. 109-117). Durham, London: Duke University Press.
- Halbwachs, M. (1992). *On Collective Memory*. Chicago: University of Chicago Press.
- Irish, J. (1970). Magical Realism: a Search for Caribbean and Latin American Roots. *Literary Half-Yearly*, 11(2), 127-39.
- Lodge, D. (1992). *The Art of Fiction*. Secker & Warburg.
- Lopez, A. (2001). Reason, "the Native", and Desire: a Theory of "Magical Realism". In *Posts and Pasts: A Theory of Postcolonialism*. Albany: SUNY Press.
- Magnússon, S.Gyl, & Sziójártó, I. (2013). *What is Microhistory? Theory and Practice*. Routledge.
- Márquez, G., & Llosa, M. (1967). *La novella en America Latina. Dialogo*. Lima: Universidad Nacional de Ingenieria.
- Reeds, K. (2006). Magical Realism: a Problem of Definition. *Neophilologus*, 90, 175-196. doi: <https://doi.org/10.1007/s11061-005-4228-z>
- Roh, Fr. (1925). *Nach-Expressionismus, Magischer Realismus: Probleme der neusten europäischen Malerei*, Leipzig: Klinkhardt und Biermann.
- Zamora, L., & Faris, W. (1995). *Magical Realism: Theory, History, Community*. Durham, London: Duke University Press.
- Zoboy, I. (2017). *American Street*. Waterville: Thorndike Press.

Дата надходження до редакції 06.12.2021

Ухвалено до друку 21.12.2021

Відомості про автора

<p>Чернишова Світлана Олександрівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов історичного та філософського факультетів Київського національного університету імені Тараса Шевченка, докторантка кафедри теорії та історії світової літератури імені професора В. І. Фесенко Київського національного лінгвістичного університету e-mail: sveta.chernyshova@gmail.com</p>		<p>Сфера наукових інтересів</p> <p>Художня література США, ідентичність у художній літературі, наратологія, постпостмодернізм</p>
---	--	--