

голубонько, Серце моє, ньенько! Скажи мені щирю правду - Де милій-серденько? (Т. Шевченко). Урочище, куди призначили на роботу Кардаша, лісоводи називали "Кара-Кумами", і це відповідало дійсності (Журавський). [Кассандра:] А як же ти, Гелене, одріжняєш [одріжняєш] брехню від правди? (Л.Українка).

Отже, виходячи з вище викладеного, можна стверджувати, що розуміння концепту **мудрість** англійцями суттєво відрізняється від розуміння українців. Про це в мовах двох народів свідчить семантика мовних одиниць, що вербалізують зазначений концепт. Проаналізовані лексичні одиниці англійської мови на семантичному рівні створюють еквіполентні опозиції, входять до складу колоядерних одиниць концепту **wisdom** і свідчать про зв'язок мудрості з релігією. Лексичні одиниці української мови, представлені в статті, складають периферію концепту **мудрість**. Це підтверджує те, що релігійний пласт зазначеного концепту в англійській мові є й досі актуальним, а в українській мові – ні. Подальші дослідження семантики мовних одиниць, що вербалізують концепт **мудрість** в обох мовах, дадуть змогу глибше зрозуміти його сутність та організацію.

Використана література:

1. Біблія // Книги святого письма старого й нового заповіту. – К.: Об'єднання біблійних товариств, 1990. – 1259 с.
2. Кочерган М.П. Про семантичний принцип контрастивних лінгвістичних досліджень // Проблеми зіставної семантики. Збірник наукових статей. Випуск 6 / Відп.ред М.П. Кочерган. – К.: Вид.центр КНЛУ, 2003. – 474 с.
3. Крижановська Т.Б. Лінгвокультурологічний аспект концепту мудрість в українській мові // Лінгвістичні дослідження: Збірник наукових праць / За заг.ред.проф. Л.А.Лисиченко. – Харків, 2005. – Вип. 17. – 172 с.
4. Кубрякова Е.С. Номинативный аспект речевой деятельности. – М.: Наука, 1986 – 158с.
5. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры: Опыт исследования. – М.: 1997. – 824 с.
6. Телия В.Н. О методологических основаниях лингвокультурологии // XI Международная конференция "Логика, методология, философия науки". – М.: Обнинск, 1995. – 156 с.
7. Langacker R.W. Concept, image, and symbol: The cognitive basis of grammar. – Berlin, 1991.
8. Словник української мови: В 11-ти т. – К., 1970-1980. – Т. 1-11.
9. The Oxford English Dictionary: 12 volumes. – Volumes 1 – 12 – Oxford, 1969 – 1973.
10. The Oxford Dictionary of World Religions. 1997. New York: Oxford University Press Jan. 2005. – 468 p.
11. http://en.wikipedia.org/wiki/Wisdom_literature
12. http://en.wikipedia.org/wiki/Living_wisdom

Лавриненко О.О.
Київський міжнародний університет

АЛЮЗИЯ ЯК ЗАСІБ ВИРАЖЕННЯ НЕОМІФУ В АНГЛОМОВНОМУ ТА УКРАЇНОМОВНОМУ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТАХ

Явище вербальної алюзивності є об'єктом праць багатьох учених, серед яких І. В. Гюббенет [1], О. С. Євсєєв [2], І. С. Христенко [6], П. Леннон [8] та інші. В рамках цих досліджень основна увага приділяється типології алюзивних одиниць, особливостям їх функціонування в художньому та публіцистичному текстах, впливу, який вони справляють, тощо. Одним із питань, яке найбільше привертає увагу дослідників, є роль алюзій у неоміфологічних літературних творах. Втрата традиційних цінностей, розпад колишніх ідеологем, криза індивідуальності, об'єктивація "абсурду" – усе це сприяє зацікавленню неоміфом.

Беручи до уваги постійну неоміфологізацію сучасного мовно-культурного простору, поширення в публіцистичному тексті інтертекстуальних засобів, алюзивності зокрема, а також роль останньої для вираження неоміфологічних мотивів дозволяє вважати обрану тему *актуальною*.

Мета дослідження – порівняти особливості алюзивного вираження неоміфологічних мотивів в англomовному та україномовному публіцистичних текстах. Реалізація поставленої мети вимагає виконання наступних *завдань*: 1) з'ясувати роль вербальної алюзивності у процесі залучення неоміфологічних мотивів у публіцистичний текст; 2) дослідити та порівняти шляхи алюзивного вираження неоміфологічних мотивів в англomовному та україномовному публіцистичних текстах.

Як відомо, одним із джерел неоміфів є літературна міфотворчість, а одним із принципів створення неоміфологічного тексту, у свою чергу, є використання алюзій – непрямих посилань на відомі тексти чи факти [3, 306; 7, 38]. З іншого боку, алюзія також виявляється засобом вираження неоміфологічних мотивів у публіцистиці. Як зазначає Г. Г. Почепцов, у сучасному світі масова комунікація нарощує особливий аспект міфологічності [5, 162]. У ній відбувається своєрідне поєднання колективного і культурного несвідомого. Перше базується на архетипах, а друге – на категорії інтертекстуальності, одним із проявів якої часто виявляється алюзія, адже на відміну від архаїчних міфів, які засновані суто на архетипах, неоміф маркований або на рівні архетипу, або на рівні метадискурсу.

Алюзивна неоміфологічність в англomовному та україномовному публіцистичних текстах проявляється у різний спосіб. По-перше, це так званий сюжетний неоміфологізм, тобто алюзії на відомі неоміфологічні твори, по-друге, неоміфологізація “вічних” творів світової та національної літератур, фольклорних текстів, в яких знаходять переосмислення і сучасну інтерпретацію традиційні міфологічні архетипи, а також фонд вторинної міфології, – так звані ідеологічні міфи, причому останні можна вважати неоміфологічними лише в широкому розумінні цього слова.

Безпосередньо неоміфологічні мотиви потрапляють до публіцистики завдяки алюзивним посиланням на відомі неоміфологічні твори. Як англomовні, так і україномовні журналісти використовують при цьому номінативну та цитатну алюзивність. Якщо основою номінативної алюзії є посилання на будь-який факт чи назву, то денотатом цитатної алюзії виступає передусім прецедентний текст, а також метонімічно пов'язані з ним об'єкти [2, 7].

Найчастіше неоміфологічні елементи потрапляють до публіцистики у вигляді топонімічних та ономастичних алюзій. Особливу роль відіграють назви вигаданих письменниками-фантастами місць: *Religious fundamentalism has warped America and underpinned George Bush's neo-Narnian crusade in Iraq, fought against saner voices of theology* (The Guardian International). У цьому реченні неоміфологічний сюжет проявляється через топонімічну алюзію *Narnian*. Спираючись на прецедентний текст, автор має можливість репрезентувати універсальний архетипний концепт боротьби добра зі злом. Опрацьовуючи таким чином неоміфологічні сюжети, журналісти створюють своєрідний “код”, який читач має розшифрувати, залучивши відповідний тезаурус та вилучивши необхідні імплікації.

Численними в англomовній та україномовній публіцистиці також є ономастичні алюзії на неоміфологічні джерела. Алюзивне використання імен вигаданих героїв вносить своєрідні неоміфологічні мотиви у публіцистичний текст: *Микола Мельниченко — це Горлум української політики* (“Дзеркало тижня”). У цьому реченні автор статті порівнює Миколу Мельниченка з персонажем книги Дж. Толкієна – хобітом, який скоїв злочин і став

володарем кільця влади. Основним критерієм надання подібним висловлюванням алюзивного статусу, на думку О. С. Євсєєва, є їх функція – не ідентифікація, а парадигматичне прирощення метатексту [2, 7].

У виборі алюзивних антропонімів і топонімів простежується тенденція використання імен та назв з яскраво відмінною позитивною або негативною ознакою: *Сауронський* – втілює абсолютне зло, *Aslan* – акцентує ідею самопожертви в ім'я ідеалу перемоги добра над злом, *Middle Earth* – позначає арену битви сил добра зі злом і т.д.

Подібні елементи присутні як в англійській, так і в українській публіцистиці, однак їх дистрибуція у відповідному типі тексту досліджуваних мов є відмінною. Відповідно до досліджуваної вибірки кількість номінативних алюзій з неоміфологічним потенціалом в англійській публіцистиці значно більша за їх кількість в українській публіцистиці. Українські журналісти, посилаючись на неоміфологічні джерела, віддають перевагу цитатній алюзивності.

Стосовно цього варто зазначити, що асоціативний потенціал цитатних алюзій на неоміфологічні твори може значно різнитися. Інколи алюзивні модифікації прецедентного тексту є засобом мовної гри, слугують винятково для привернення уваги до оригінального ідейно-стилістичного рішення і не залучають у новий контекст неоміфологічних мотивів тексту-джерела. Так, в алюзії *The Lion, the Witch and the Magical Hit* (The Daily Mail) на назву твору К. Льюїса “The Lion, the Witch and the Wardrobe” лексична заміна останнього елемента прецедентного тексту вводить читача у новий контекст, в якому автор статті звертає увагу на касові збори фільму “Хроніки Нарнії”. У цьому випадку позиція автора не відображає біблійний архетип жертви, закладений у прецедентному тексті. Подібні посилання найчастіше приймають форму модифікованої цитатної алюзії з лексичною заміною одного чи більше прототекстових елементів і зазвичай не отримують підтвердження в контексті.

Натомість, очевидні асоціації з неоміфологічними сюжетами часто виникають завдяки цитатним алюзіям із дослівним відтворенням прототексту. Наприклад, у заголовку статті *Сто років самотності* (“Дзеркало тижня”), в якій йдеться про життя відомого державного діяча Польщі Єжі Гедройця, проводяться чіткі аналогії з романом “Сто років самотності” Маркеса. Як правило, для актуалізації подібних алюзивних посилань важливий не лише вертикальний, а й горизонтальний контекст [1, 47; 6, 38]. Як стверджує П. Леннон, такі немодифіковані алюзії часто лексикалізуються у новому контексті, перетворюючись на конвенційні метафори, а під час алюзивного процесу завжди має місце семантичний зсув, зумовлений метафоричним використанням висловлювання в іншій дискурсивній сфері [8, 105].

Особливістю літературних алюзій є те, що вони можуть бути непрямим посиланням не лише на літературний текст, назву або ім'я, а й на будь-який відомий літературний факт, епізод. Такі алюзії зазвичай приносять із собою у публіцистичний текст домінантні коцепти (сенси) цих творів. Наприклад, фактуальна алюзія *Молодші родичі великого брата* (“Дзеркало тижня”) несе ідею всесвітнього контролю, деперсоналізації особистості, закладену в сюжет роману Дж. Оруела “1984”. У цьому випадку не йдеться про модифікований чи немодифікований прецедентний текст, а про алюзивний статус висловлювання читач дізнається лише ознайомившись із змістом статті, в якій йдеться про нові комп'ютерні технології, що роблять можливим доступ до інформації про користувачів програмного забезпечення. Імплікації з такого зіставлення справляють враження трагічної долі людства. Хоча новий міф найчастіше не пов'язаний з минулим, проте він може

перегукуватися зі вже відомими архетипами. Так, вищезгадане алюзивне висловлювання нагадує відоме біблійне передбачення про всесвітній контроль.

Специфіка функціонування неоміфу як прецедентного тексту цитатних алюзій в англійському та українському публіцистичних текстах також полягає в тому, що неоміфологічні мотиви можуть залучатися як безпосередньо з прецедентного тексту, так і виникати у метатексті завдяки атрибутивним елементам у результаті лексичних модифікацій останнього. Наприклад, лексема “лібідо” у модифікованому алюзивному висловлюванні *Є ще лібідо в наших порохівницях* (“Дзеркало тижня”), яке є алюзивним по відношенню до фразеологізму “Є ще порох в наших порохівницях”, актуалізує асоціативний читацький потенціал і слугує смисловою матрицею для філософського осмислення тексту. Посилання на відомий культурний неоміф допомагає виразити іронічне ставлення журналіста до відвіданої ним виставки сучасного мистецтва, де більшість творів відзначалися наслідуванням “психології несвідомого”. Такі культурні міфи можна віднести до універсальних аспектів міфологічного мислення, притаманних різним культурам, адже ідейними засадами створення неоміфологічного напрямку, як відомо, виступили “філософія життя”, психоаналіз, структуралізм, ритуалізм.

По-друге, у функції неоміфу можуть виступати “вічні” літературні твори, фольклорні тексти, національно-специфічні фразеологізми тощо [7, 43]. В них можуть набувають сучасної інтерпретації традиційні міфологічні архетипи. Так, у кожній національній культурі існують свої неоміфи, що виникають у результаті міфологізації національної історії, культури, літератури. У цьому плані неоміфологічна картина світу, що отримує своє відображення за допомогою алюзивності у публіцистичному дискурсі досліджуваних мов, може значно відрізнятися. Наприклад, алюзивний образ Роксолани у висловлюванні *Our newly-fledged Roksolanas* (The Financial Times) свідчить про відмінності у сприйнятті цього образу в англійському та українському мовно-культурному просторі. У статті, в якій використовується ця номінативна алюзія, йдеться про торгівлю жінками зі Східної Європи, проституцію тощо. Для українців цей образ має прямо протилежні конотації, адже Роксолана в Україні сприймається як національна героїня. Це свідчить про те, що процес міфологізації часто виявляється детермінованим особливостями національної ментальності. Характерною рисою подібних неоміфологічних джерел порівняно до традиційної міфотворчості є звуження символічної значущості її образів і мотивів, поряд із деяким посиленням значущості соціальної.

По-третє, алюзія використовується у процесі творення сучасного міфу, який приймає форму щоденних подій. Висвітлюючи яскраві події, засоби масової інформації обирають шлях їх міфологізації [5, 155]. Так, алюзивне вираження в англійському та українському публіцистичних текстах часто мають “апокаліптичні” повідомлення про війни, кризи, катастрофи. В досліджуваних мовах при цьому використовується як номінативна, так і цитатна алюзивність. Наприклад, *Наше культурне Ватерлоо* (“Дзеркало тижня”) – номінативна фактуальна алюзія, *Віднесені нафтою* (“Україна молода”) – літературна цитатна алюзія на назву роману “Віднесені вітром”, *Монстр помер, хай живе монстр!* (“Дзеркало тижня”) – цитатна алюзія на фразеологізм “Король помер, хай живе король!”, *All quiet on the Western Sahara front* (The Guardian International) – літературна цитатна алюзія на назву роману “На Західному фронті – без змін”. Сюжет та мотиви прецедентного тексту або ситуації сприяють неоміфологічній асоціативності.

У цьому аспекті йдеться також про міфологізацію життєвої конкретики – подій, політиків, діячів культури та спорту, що зазвичай відносять до фонду вторинної міфології, – так звані ідеологічні міфи [7, 43]. Це виражає притаманну людині схильність до

міфологізації дійсності, у чому вона б не проявлялася: у традиційних святкуваннях, символах чи вшануванні “героїв”. Будучи засобом вираження імпліцитної інформації, алюзія виконує функцію хеджінгу, тобто обмеження відповідальності за свої слова. Автор алюзії ніби відокремлює себе від сказаного, направляючи читача до прецедентного тексту. Таким чином, цей прийом допомагає створити іреальні особистості та обставини, іраціональні причинно-наслідкові зв’язки – своєрідний міфологічний контекст маніпуляції масовою свідомістю. Аудиторія не може відкинути такі міфологічні структури, оскільки вони не залежать від окремої людини, через що до кінця не усвідомлюються. Для міфологічних текстів характерно те, що їх легко впізнати, але не можна перевірити [5, 162]. Так, відомий бушизм *Axis of evil* (The Times), який є алюзивним посиланням на популярне на Заході за часів холодної війни висловлювання “the empire of evil”, виявляється маніпулятивним завдяки вже існуючим стереотипним уявленням. Джерелами подібних посилань може бути будь-який прецедентний текст, тому неоміфологічними їх можна вважати лише у широкому розумінні цього слова.

Таким чином, вербальна алюзія виявляється не лише одним із засобів творення неоміфологічної літератури, а й засобом залучення неоміфологічних мотивів у публіцистичний текст. Проявляється алюзивна неоміфологічність у публіцистичному тексті у різний спосіб. Це так званий сюжетний неоміфологізм, тобто алюзії на відомі неоміфологічні твори, неоміфологізація “вічних” творів світової та національної літератур, фольклорних текстів, в яких знаходять сучасну інтерпретацію традиційні міфологічні архетипи, а також фонд вторинної міфології, – так звані ідеологічні міфи.

Непрямі посилання на неоміфологічну літературу в англійській та українській публіцистиці реалізуються через номінативні алюзії – алюзивні імена та назви, цитатні алюзії з дослівним відтворенням прецедентного тексту, які здебільшого є посиланнями на назви відповідних літературних творів, а також фактуальні алюзії на відомі факти, епізоди з таких творів. Якщо англійські журналісти, залучаючи алюзивні посилання на неоміфологічні твори, частіше використовують символічний інтертекстуальний зв’язок, який є основою номінативної алюзивності, то українські – іконічний, тобто цитатну алюзивність.

Специфіка функціонування неоміфу як прецедентного тексту цитатних алюзій в англійському та українському публіцистичних текстах також полягає в тому, що неоміфологічні мотиви можуть залучатися як безпосередньо з прецедентного тексту, так і виникати у метатексті завдяки атрибутивним елементам у результаті лексичних модифікацій останнього.

Перспективи дослідження зумовлені все більшою “вертикалізацією” контексту сучасного публіцистичного дискурсу, з одного боку, та реміфологізацією мовно-культурного простору, – з іншого. Результати дослідження можна використати в рамках подальшої розробки основ методики інтертекстуального аналізу.

Використана література:

1. Ахманова О.С., Губбенет И.В. “Вертикальный контекст” как филологическая проблема // Вопросы языкознания. – 1997. – № 3. – С. 47–54.
2. Евсеев А.С. Основы теории аллюзии (на материале русского языка): Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / МГУ. – М., 1990. – 13 с.
3. Ибрагимов М.И. “Неомиф” как предмет сравнительного и сопоставительного изучения // Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2004. – С. 306–308.
4. Кремнева А.В. Функционирование библейского мифа как прецедентного текста (на материале произведений Джона Стейнбека): Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Алтайский

- государственный ун-т. – Барнаул, 1999. – 23 с.
5. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М.: Центр, 1998. – 352 с.
 6. Христенко И.С. К истории термина “аллюзия” // Вестник МГУ. – Серия 9. – 1992. – № 4. – С. 38–43.
 7. Ярошенко Л.В. Неомифологизм в литературе XX века. – Гродно: ГрГУ, 2002. – 103 с.
 8. Lennon P. Allusions in the Press. An Applied Linguistic Study. – B. & N.-Y., 2004. – 297 p.

Ляхур Чеслав
Опольский университет, Польша

ПРОСТРАНСТВЕННАЯ КОННОТАЦИЯ НЕКОТОРЫХ КАУЗАЛЬНЫХ ПРЕДЛОГОВ В СЛАВЯНСКИХ ЯЗЫКАХ

Уже многие столетия понятия причины и следствия служат человеку для того, чтобы упорядочивать окружающий его мир. Причинность (иначе: каузальность) – это философская, а также лингвистическая, категория для обозначения необходимой связи явлений, из которых одно (называемое причиной) обуславливает другое (называемое следствием или действием). Будучи одной из основных категорий бытия, причина выступает в философии как в классификации Аристотеля, так и Канта. Событие представляется нам в самом общем виде как явление, ограниченное двумя ориентирами А и Б. Пункт А – это причина, то есть источник события, в свою очередь, пункт Б, конечный пункт события уже актуализованного, – это следствие. Посередине имеется еще цель, то есть своего рода динамическая причина или потенциальное следствие [2, 949–972]; [9, 310–311].

Трудно представить себе язык, в котором не было бы определенных средств для отражения причинно-следственных отношений, имеющих многочисленные, выраженные поверхностно, семантические оттенки. В славянских языках с древних времен понятие причины выражалось или падежной формой существительного, или конструкцией с предлогом.

Среди способов обозначения причины при помощи падежных форм имени выделяется существительное в творительном падеже. Существует несколько гипотез, касающихся происхождения творительного причины. Согласно одной из них творительный в функции причины после непереходного глагола употреблялся аналогично творительному в функции орудия действия после переходного глагола [13, 235]. Ср. выражение типа *mrzeć głodem* (буквально: *умирать голодом* ‘умирать от голода, с голоду’), которое возникло под влиянием *zabić głodem* (буквально: *убить голодом* ‘убить посредством голода’). Результатом этого была, например, возможность сказать *człowiek zginął mieczem* ‘человек погиб от меча (почему, по какой причине)’ наподобие *on uderzył mieczem* ‘он ударил мечом (чем)’. Такой способ обозначения причины был возможен потому, что в языке имеет место некоторое искажение реальной картины мира (или в виде определенной редукции и упрощения, или в виде антропоморфизации), вследствие этого человек смотрит на мир со своей, человеческой, перспективы. Антропоморфизация в этом отношении основана на приближении причины действия к его орудию.

Творительный причины с творительным орудия объединяет также польский языковед Я. Лось, который пишет (в переводе): “Следы, часто очень четкие, прежнего значения творительного, заставляют нас судить, что творительный причины является лишь модификацией творительного орудия” (“Ślady często bardzo wyraźne dawnego znaczenia