

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Васильева Г. Профессиональная этика юриста: учебно-методический комплекс. Челябинск, 2005. 190 с.
2. Ивакина Н. Основы судебного красноречия (Риторика для юристов): учеб. пособие. М.: Норма: ИНФРА-М, 2011. 133 с.
3. Лысов В. Лингвистическая экспертиза как объект изучения речевой антонимии государственного обвинителя и адвоката. Вестник Тюменского государственного университета. Филология. 2012. № 1. С. 165–169.
4. Матвиенко Е. Судебная речь: учебное пособие 2-е изд., доп. Минск, 1972. 252 с.
5. Овсянников И. Логика доказывания в уголовном процессе. Российская юстиция. 1998. № 9. С. 34–43.
6. Рузавин Г. Логика и аргументация: учебное пособие для вузов. М.: Культура и спорт, ЮНИТИ. 1997. 188 с.

УДК 821.111

## ГАСТРОНОМІЧНІ Й АНТРОПОНІМІЧНІ КУЛЬТУРНІ КОНСТАНТИ В БРИТАНСЬКОМУ ФОЛЬКЛОРИ

### GASTRONOMIC AND ANTHROPONYMIC CULTURAL CONSTANTS IN BRITISH FOLKLORE

Біркowska І.М.,

*викладач кафедри іноземних мов**Житомирського державного технологічного університету*

Ткачук О.І.,

*викладач кафедри іноземних мов**Житомирського державного технологічного університету*

Колодій-Загільська О.А.,

*викладач кафедри іноземних мов**Житомирського державного технологічного університету*

Сучасні науки, такі як фольклористика та мовознавство, демонструють зростаючий інтерес до вивчення британського фольклору. Стаття присвячена проблемі функціонування гастрономічних й антропонімічних культурних констант, які зберігаються у фольклорних текстах, зокрема у фразеологічних одиницях, казках і баладах. Зазначимо, що наявність культурних слідів у британському фольклорі є загальноновизнаним фактом.

Наукова новизна роботи полягає у розробленні власної методики визначення культурних констант, а також у виокремленні за її допомогою гастрономічних й антропонімічних культурних констант у британському фольклорі. Аналіз дає змогу побачити в мовних засобах втілення образів свідомості, розкриває національну ментальність, своєрідність світобачення і світовідчуття, допомагає зрозуміти національний характер, свідчить про актуальність обраної теми.

**Ключові слова:** фольклор, фразеологічні одиниці, фольклорні форми, культурна константа, антропонім, гастрономічні константи, антропонімічні константи.

Современные науки, такие как фольклористика и языкознание, демонстрируют растущий интерес к изучению английского фольклора. Статья посвящена проблеме функционирования гастрономических и антропонимических культурных констант, которые хранятся в фольклорных текстах, в частности в фразеологических единицах, сказках и балладах. Отметим, что наличие культурных следов в британском фольклоре является общепризнанным фактом.

Научная новизна работы заключается в разработке собственной методики определения культурных констант, а также в выделении с ее помощью гастрономических и антропонимических культурных констант в британском фольклоре. Анализ позволяет увидеть в языковых средствах воплощение образов сознания, раскрывает национальную ментальность, своеобразие мировоззрения и мироощущения, помогает понять национальный характер, свидетельствует об актуальности выбранной темы.

**Ключевые слова:** фольклор, фразеологические единицы, фольклорные формы, культурная константа, антропоним, гастрономические константы, антропонимические константы.

Modern sciences, such as folkloristics and linguistics, demonstrate an increased interest in studying English folklore. The article is devoted to the problem of the functioning of gastronomic and anthroponymic cultural constants, which are stored in folklore texts, particularly in phraseological units, fairy tales and ballads. It is reported, that the presence of cultu-

ral traces in British folklore is a generally recognized fact. The scientific novelty of the work is in the development of its own methodology for determining cultural constants, as well as identifying gastronomic and anthroponymic cultural constants in British folklore. The analysis allows finding in the language means of the embodiment of images of consciousness, reveals the national mentality, the peculiarities of the worldview and attitude, helps to understand the national character, and indicates the topicality of the chosen topic.

**Key words:** folklore, phraseological units, folkloric forms, cultural constant, anthroponym, gastronomic constants, anthroponymic constants.

**Постановка проблеми.** Основою культурного розвитку кожної нації є її фольклор – колективна уснопоетична творчість, що в досконалій мистецькій формі відображає життя, працю, боротьбу за кращу долю, історію, побут, думки й погляди народу.

Фольклор – це будь-яке вірування, звичаї, традиції, що люди передають з покоління в покоління. До фольклору зараховують балади, фантастичні й народні казки, легенди й міфи. Але фольклор також містить декоративно-прикладне мистецтво, танці, ігри, дитячі віршики, прислів'я, загадки, пісні, забобони, традиційні святкування [13, с. 322].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням проблеми джерел й розвитку британського фольклору займалися зарубіжні вчені (Дж.Р.Р. Толкін, Д.К. Вілгус, Б. Трабшоу, А. і Б. Ріси), вибірково досліджувалася поетика фантастичної казки (К. Бріггс, Г. Бетт), фрагментарно розглядалися фольклорні мотиви у творчості різних письменників (Дж. Зайпс, Ф.Дж. Харві-Дартон, Х. Карпенгер, Дж. Падні). У російській й українській лінгвістичній традиції казкам Великобританії присвячені роботи Н.М. Демурової, А.І. Гульцева, Д.В. Бережкової, О.А. Плахової, І.Ю. Мауткіної, О.Д. Нефьодової.

У фольклорі розрізняють великі (казки, легенди, балади) і малі (прислів'я, приказки, загадки) фольклорні форми. Вивченням фольклору займається спеціальна філологічна дисципліна – фольклористика [5].

Окрім фольклористики, прислів'я й приказки вивчає мовознавство (фразеологія). У вітчизняному мовознавстві найбільшої популярності отримала семантична класифікація фразеологічних одиниць (далі – ФО) В.В. Виноградова. За цим принципом він виділяє фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності і фразеологічні сполучення [1]. Н.М. Шанський підтримує класифікацію В.В. Виноградова та доповнює її ще одним типом – фразеологічні вирази. Під фразеологічними виразами розуміються стійкі у своєму складі та вживанні звороти, які не тільки є семантично подільні, але й складаються цілком із слів із вільним значенням [7, с. 201]. Крім того, О.В. Кунін, розширюючи предмет фразеології, зараховує до її складу не тільки номінативні, але й комунікативні

одиниці, що є реченнями (прислів'я, приказки, крилаті вислови) [3, с. 240]. З огляду на це вважаємо фольклорний і фразеологічний фонд мови суміжними поняттями.

Віддзеркалення побуту, національної історії, соціальних відносин, вираження світогляду, осмислення і тлумачення дійсності, колективного досвіду – усе це зберігається у фольклорному фонді мови. Це чітко прослідковується у фольклорних текстах, зокрема у ФО, казках і баладах, до складу яких входять гастрономічні й антропонімічні константи. Вони є найменш дослідженими, але водночас важливими, оскільки є джерелом отримання знань про історію та традиційний устрій життя британського народу. Отже, актуальність обраної теми зумовлена відсутністю комплексних досліджень у галузі культурних констант узагалі й культурних констант у британському фольклорі зокрема.

**Об'єктом дослідження** є британський фольклор як виразник національної самобутності англійської мови й культури.

**За предмет дослідження** взяті компоненти одиниць британського фольклору малих і великих форм, які корелюють із гастрономічними й антропонімічними культурними константами англомовного простору.

**Постановка завдання.** Мета дослідження полягає в тому, щоб дослідити особливості функціонування основних культурних констант у британському фольклорі.

**Виклад основного матеріалу.** Матеріалом для наукового дослідження слугує вибірка фразеологізмів і фрагментів текстів із гастрономічним й антропонімічним компонентом у британському варіанті англійської мови, виокремлених із трьох лексикографічних джерел й 55 текстів великих фольклорних форм.

Методика представленого дослідження спирається на такі **методи**, як діалектичний метод для обґрунтування причинно-наслідкових зв'язків, метод суцільної вибірки для укладання корпусу ФО й фрагментів текстів великих фольклорних форм із гастрономічним й антропонімічним компонентом, а також описовий і зіставний методи для опрацювання отриманих даних.

Узагальнені результати дослідження базових для англійців продуктів харчування, назви яких є

компонентами ФО, казок і балад сучасної англійської мови, отриманих з опрацьованих лексикографічних джерел “Longman Idioms Dictionary” [10], “Oxford Dictionary of Idioms” [11] і “Collins Dictionary of Idioms” [8] й 55 текстів великих фольклорних форм [9; 12], представлені на рисунках 1 та 2.

Результати дослідження фольклорних текстів малих і великих форм (660 і 120 гастрономів відповідно), до складу яких входять назви продуктів і напоїв, свідчать про те, що базовими гастрономічними культурними константами в британському фольклорі є “bread” і “baked goods”, “milk”, “water”, “meat”, “fish”, “egg”, “duck”, “nut”, “apple”, “cake”, “porridge”, “pudding” і “butter”.

Пояснюємо цей факт тим, що хліб є основним кулінарним складником різних національних культур. Попри те, що хліб використовується британцями в незначних кількостях, переважно вранці та у вигляді тостів, грінок, сандвічі є дуже поширеними:

- *smb's bread and butter* (хліб насущний);
- *bread and circuses* (хліба і видовищ);
- *break bread with smb* (share a meal with someone);
- “*Being a kind, obliging girl, she stopped, put down her bundle, took out the bread, and went on her way*” (“The Two Sisters”) [9].

Велика Британія є острівною країною, що має значний вплив на розвиток рибного промислу. Дуже різноманітний у британців асортимент холодних закусок, особливо рибної гастрономії. Тріска, сьомга, калкан, копчені або обсмажені оселедці є стандартним складником меню.

- *get into deep water* (in trouble or difficulty);
- *tread water* (топтатися на одному місці);
- “*The baron and his friends went a-hunting along the banks of the river and stopped to get a drink of water at the fisherman's hut*” (“The Fish and the Ring”) [9];
- *be like a fish out of water* (як риба без води);

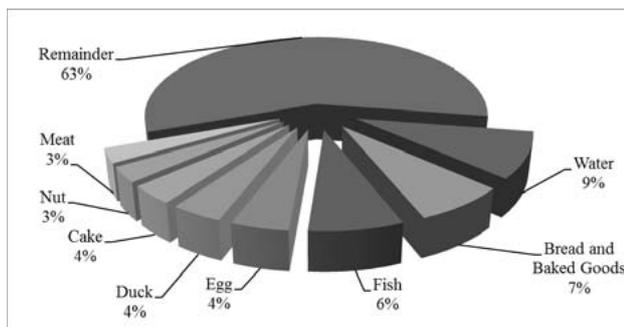


Рис. 1. Частота вживання назв гастрономічних виробів в англійських фразеологізмах

- *drink like a fish* (безпробудно пиячити);
- “*We were taken completely by surprise, my brave and strong men did not have a chance to fight, we were all caught like fish in this net*” (“Robin Hood. The Treachery”) [12];

– “*Soon Robin's men had tightened the ropes on the net and had the Sheriff's men trapped like sardines*” (“Robin Hood. The Treachery”) [12].

Варто зазначити також, що значну питому вагу має лексична одиниця “duck”, що пов'язано з великою кількістю у Британії прісноводних водойм. Наприклад, традиційною вважається святкова страва – фарширована качка.

- *fine weather for ducks* (wet, rainy weather);
- *take something like a duck to water* (to learn how to do something very quickly and to enjoy doing it).

З іншого боку, у Великобританії дуже розвинене тваринництво, тому британці вживають багато м'яса: яловичину, телятину, баранину, нежирну свинину. Ростбїф, бїфштекс, фарш – улюблені національні страви:

- *be the meat in the sandwich* (to be in a difficult situation because you are the friend of two people who are arguing);
- *dead as mutton* (completely dead);
- “*They had so many children that they couldn't find meat for them*” (“Molly Whuppie and the Double-Faced Giant”) [9].

Крім того, дуже корисним є споживання молочних продуктів, зокрема молока й масла. Відомо, що англійці п'ють чай з молоком, а склянка молока, випита вранці чи ввечері, доповнює денний раціон харчування. На обідньому столі англійців завжди є масло й холодна вода, які залишаються до десерту:

- “*Jack went out again and hired himself to a cowkeeper, who gave him a jar of milk for his day's work*” (“Lazy Jack”) [9];
- “*Now a cow won't run away, but will give us milk and butter, which we can sell*” (“Mr and Mrs Vinegar”) [9].

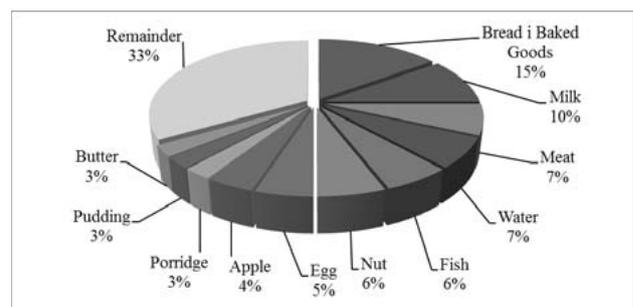


Рис. 2. Частота вживання назв гастрономічних виробів у фольклорних текстах великих форм

Британці не змінюють своїх традицій щодо сніданку: бекон, яйця, сосиски, шинка, риба, тости й вершкове масло – це традиційний сніданок:

– *put all one's eggs in one basket* (поставити все на карту);

– *as sure as eggs is eggs* (як двічі по два – чотири);

– *“The eggs for the wise queen's breakfast cakes!”* (“Nix Naught Nothing”) [9].

На сніданок також подають рідку вівсяну кашу (porridge) на молоці або воді. Вона є більш популярною стравою у шотландців, де безліч способів її приготування передаються з покоління в покоління:

– *“His mother told him, that if he did not begin to work for his porridge she would turn him out to get his living as he could”* (“Lazy Jack”) [9];

– *“She gave him a big bowl full of porridge”* (“Jack and the Beanstalk”) [9].

Пудинги стали візитною карткою Великобританії. Це або легкий пиріг, або запечені фрукти під борошняною крихтою. Їх готують як другі (м'ясні, круп'яні й овочеві) і як треті страви (солодкі фруктові пудинги):

– *“Once his mother was making a batter pudding, and Tom, wanting to see how it was made, climbed up at the edge of the bowl”* (“The True History of Sir Thomas Thumb”) [9];

– *“So they sat down to breakfast, the giant gobbling down his own measure of hasty-pudding, while Jack made away with his”* (“Jack the Giant-Killer”) [9].

Британці – великі любителі солодощів. Для виготовлення тістечок широко використовують як фрукти, так і різні види горіхів:

– *a piece of cake* (простіше простого);

– *go like a hot cake* (бути нарозхват);

– *a hard nut* («міцний горішок»);

– *be nuts on* (знати щось як свої п'ять пальців);

– *“His mother put him to rest in a walnut shell by the fire and gave him a whole hazelnut to eat”* (“The True History of Sir Thomas Thumb”) [9].

З фруктів у Великобританії найбільше популярні яблука. Пиріг з яблуками – національна страва англійців:

– *nice as a pie* (extremely nice or agreeable);

– *pie in the sky* (журавель у небі);

– *“It wasn't four o'clock when he started to get the apples”* (“The Three Little Pigs”) [9].

Оскільки клімат країни є вологим і прохолодним, то раціон харчування людини повинен містити ті продукти, які мають велику поживну цінність. За даними дослідження, до них зараховуємо *milk, egg, meat, fish* і *nut*. Ці продукти є дуже поживними, бо багаті на білок, жири, вітаміни амінокислоти та мінеральні речовини.

Як підсумок зазначимо, що результати дослідження назв гастрономічних виробів свідчать про те, що гастрономічна культурна константа відбиває реалії життя британського народу. Найчастотніші продукти харчування, назви яких увійшли до складу фольклорних текстів великих і малих форм, є основними продуктами харчування британців і вказують на культурні вподобання, переваги та етнічні традиції, які стосуються традиційної для народу їжі.

Наступним етапом нашого дослідження є визначення антропонімічної культурної константи на базі малих і великих фольклорних форм.

Антропонім – це власне ім'я, офіційно присвоєне окремій людині як її пізнавальний знак. Антропонім вказує на те, що носій імені – людина, на належність її до певної національно-мовної спільноти й стать [2, с. 38].

Прізвища також зараховують до антропонімів. Н.В. Подольська в словнику власних назв визначає термін «прізвище» як «вид антропоніма, офіційне найменування, яке унаслідкується і вказує на належність людини до певної сім'ї. Прізвище додається до власного імені для уточнення особи, яка називається; історично власне ім'я первинне, а прізвище вторинне; різниця між власним іменем і прізвищем функціональна, соціальна та частково структурна» [4, с. 57].

На основі опрацьованих першоджерел і трьох лексикографічних джерел пропонуємо власну класифікацію антропонімів, основу на критеріях їх походження. Згідно з цією класифікацією, виділяємо такі групи антропонімів:

1. Реальні антропоніми – імена й прізвища реально існуючих осіб.

2. Вигадані антропоніми – імена й прізвища героїв літературних творів, фільмів, пісень, мультфільмів, назви ігор.

3. Релігійні антропоніми.

4. Міфічні антропоніми – імена з грецької міфології.

5. Антропоніми з народної етимології.

Результати аналізу представлені на рисунку 3. Методом суцільної вибірки зафіксовано 76 ФО з антропонімічним компонентом у тлумачних фразеологічних словниках англійської мови. Серед них такі:

– реальні антропоніми, наприклад: *Hobson, Charles, Murphy, Bob (Robert)*;

– вигадані, наприклад: *Aladdin, Joneses, Charles, Tom (Thomas), Riley*;

– релігійні, наприклад: *Thomas, Pete (Peter), Mike (Michael), Adam, Cain*;

– міфічні, наприклад: *Achilles, Gordian, Pandora, Midas, Damocles; Damon;*

– антропоніми з народної етимології, наприклад: *Jack (John), Joseph, Jane.*

Отже, виконаний аналіз ФО із компонентом-антропонімом доводить, що джерелами походження англійських антропонімів є релігія, міфологія, засоби масової інформації, реальні постаті і народна творчість. Реальні і вигадані імена є найчастотнішими компонентами ФО. Мас-медіа мають значний вплив на мову. Імена відомих особистостей і літературних персонажів характеризуються найвищою уживаністю.

**Hobson** – власник платної конюшні в Кембриджі в XVII столітті, який змушував своїх клієнтів брати тільки найближчого до виходу коня.

– *Hobson's choice* (no choice at all).

**Charles** – (Чарлі Чаплін – англійський та американський кіноактор і кінорежисер, найкращий комік в історії світового кіно).

– *look or feel a right Charlie* (to look very strange or stupid, so that people laugh at you, or feel that people are going to laugh at you).

**Aladdin** – (збірка арабських казок «Тисяча і одна ніч»).

– *an Aladdin's cave of smth* (a place full of valuable objects);

**Joneses** – (комікс опублікований в газеті “New York Globe” в 1913 році, а 1915 року вийшов мультфільм з однойменною назвою).

– *keep up with the Joneses* – (try to maintain the same social and material standards as your friends or neighbours).

Деяко меншу кількість становлять міфічні антропоніми. Це пояснюється тим, що антична культура мала значний вплив на розвиток усіх європейських культур, англійської зокрема.

**Achilles** – найхоробріший герой Троянської війни.

– *an Achilles heel* – (a person's only vulnerable spot);

**Gordian** – цар Фригії.

– *a Gordian knot* – (a complicated and intricate problem);

**Midas** – фригійський цар, який мав дар все перетворювати в золото.

– *the Midas touch* – (the ability to make money out of anything that you undertake).

Релігійні антропоніми, зафіксовані у ФО, містять загальнолюдські, загальновідомі образи зі Святого Письма, відомі носіям усіх мов світу, зокрема англійської.

**Adam** – перша людина, створена Богом.

– *not know someone from Adam* – (do not know someone at all);

**Thomas** – апостол Фома.

– *a doubting Thomas* (Фома невіруючий; скептик);

**Cain** – (оповідання про Каїна і Авеля, перший убивця в Старому Завіті).

– *the mark of Cain* – (the stigma of murderer, the sign of infamy).

Серед зафіксованих фразеологізмів нами виявлені антропоніми з народної етимології. Оскільки конкретного господаря в таких імен немає, з'являється велика свобода їх уживання. Таким іменем можна назвати будь-яку людину, імені якої не знають або з якоїсь причини не хочуть назвати. Ім'я виступає в ролі експресивного атрибута й перетворюється на символ, в якому концентруються поняття «типового представника нації», «певного соціуму», тих чи інших ознак.

– *every man Jack* (each and every person);

– *a plain Jane* – (a common or simple looking young woman or girl);

– *Rob Peter to pay Paul* – (take smth away from one person to pay another; discharge one debt only to incur another).

Досліджуючи британські фольклорні тексти великих форм, фіксуємо 75 антропонімів, серед них такі:

– реальні антропоніми, наприклад: *Rosalind, Eglantine, Celestine, James, Bill (William), Ned (Edmund, Edward), Jack (John), Arthur, Molly (Margaret, Mary);*

– вигадані антропоніми, наприклад: *Kalyb, Goldilocks, Thunderbell;*

– релігійні антропоніми, наприклад: *George, James, Anthony, David; Danys.*

Аналіз фольклорних текстів великих форм свідчить про те, що джерелами походження англійських антропонімів є реальні постаті, релігія та народна творчість. Власні імена завжди глибоко самобутні й історично конкретні, бо вони

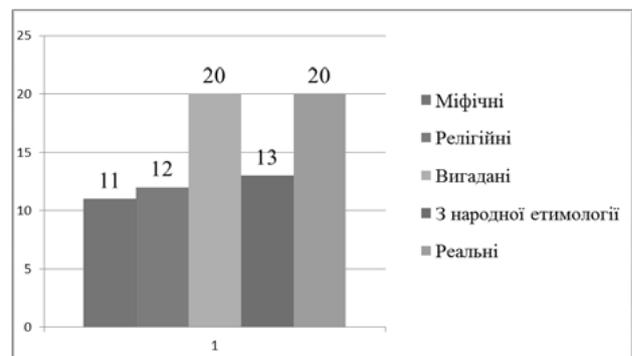


Рис. 3. Походження антропонімів у ФО

у специфічній художній формі відбивають життя, погляди, смаки та сподівання певного народу в певний час його історії.

**Висновки.** Як підсумок зазначимо, що антропонімічна культурна константа зберігає значний пласт знань, які дають змогу усвідомити та оцінити культурно-історичні умови життя англійського народу.

Підсумовуючи все сказане, зазначимо, що наявність культурних слідів у британському фольклорі

є загально визнаним фактом. Підтвердженням цьому є те, що в лексичному складі фольклорних текстів наявні специфічні для національної мови найменування. Отже, розглядаємо ці значення як культурні константи, тобто постійні незмінні елементи культури, які дають нам ключі до розуміння національного характеру британського народу, до його культури, історії держави та політичного життя, описуючи певні події, звичаї, традиції та особливості побуту.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Виноградов В.В. Лексикология и лексикография. М., 1977. 254 с.
2. Ермолович Д.И. Имена собственные на стыке языков и культур. Заимствование и передача имен собственных с точки зрения лингвистики и теории перевода. М.: «Валент», 2001. 200 с.
3. Кунин А.В. Фразеология современного английского языка. М.: Изд-во «Международные отношения», 1972. 288 с.
4. Подольская Н.В. Словарь русской ономастической терминологии. М.: «Наука», 1978. 196 с.
5. Руснак І.Є. Український фольклор: навч. посібник. К.: ВЦ «Академія», 2010. 304 с.
6. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры. М.: «Академический проект», 2001. 989 с.
7. Шанский Н.М. Лексикология современного русского языка. М.: «Просвещение», 1972. 328 с.
8. Collins Dictionary of Idioms. Collins Cobuild, 1997. 493 p.
9. Jacobs J. English Fairy Tales. London: David Nutt, 1898. 340 p.
10. Longman Idioms Dictionary. Addison Wesley Longman Limited, 1989. 398 p.
11. Oxford Dictionary of Idioms. Oxford University Press, 1999. 340 p.
12. Robin Hood. – Bucharest.: Ion Creanga Publishing House, 1989. 118 p.
13. The World Book Encyclopedia. Chicago, 1996. Vol. 7. 590 p.

УДК 81'42:070

## ПРОБЛЕМИ МЕДІАЛІНГВІСТИКИ В ЕПОХУ ЦИФРОВОГО МОДЕРНУ

## PROBLEMS OF MEDIALINGUISTICS IN THE AGE OF DIGITAL MODERN

**Сарміна Г.Л.,**

*кандидат філологічних наук,*

*асистент кафедри германської філології та перекладу*

*Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

Статтю присвячено вивченню основних проблем медіалінгвістики, які постали перед мовознавцями-дослідниками наслідком трансформаційних процесів у медіасередовищі, викликаних глобалізацією і дигіталізацією. Метаморфози у медійній галузі істотно вплинули на комунікацію в цілому та поставили перед лінгвістами низку нових завдань і викликів, а також істотно змінили парадигму досліджень масовокомунікативних процесів і мовних феноменів, пов'язаних із ними. У статті проаналізовано нові тенденції, характерні для медіалінгвістики цифрової ери масової комунікації, а також вплив внутрішніх і зовнішніх факторів на основні характеристики медіатекстів. Вивчено специфіку нових форм і типів текстів медіа, окреслено особливу роль користувача та розкриті чинники, які впливають на якість медіаконтенту.

**Ключові слова:** медіалінгвістика, медіатекст, дигіталізація, медіакомунікація, крос-медіа.

Статья посвящена изучению основных проблем медиалингвистики, которые возникли перед языковедами-исследователями в следствии и трансформационных процессов в медийной среде, вызванных глобализацией и дигитализацией. Метаморфозы в медийной области значительно повлияли на коммуникацию в целом и поставили перед лингвистами ряд новых задач и проблем, а также существенно изменили парадигму исследований массово-коммуникационных процессов и языковых феноменов, связанных с ними. В статье проанализированы новые тен-