

Покатилова Е.И.

Мариупольский государственный университет

МУЖСКОЙ ИМЕННИК РУМЕЕВ НАЧАЛА XVIII – СЕРЕДИНЫ XIX ВЕКА

Аннотация

В современной лингвистической науке личные имена приазовских греков остаются неисследованными. В данной статье проанализирована динамика мужского именника румеев (одной из двух языковых групп греков Приазовья) периода с 1721 г. по 1840 г., выявлены частотные, одиночные, новые и старые мужские имена на каждом часовом срезе, исследован качественный состав мужского именника каждого двадцатилетия, приведены процентные показатели функционирования имен каждой из этимологических групп.

Ключевые слова: именник румеев, общехристианские имена, имена греческой народной традиции, восточные имена, частотные имена, одиночные имена, новые имена, старые имена.

Pokatylova Y.I.

Mariupol State University

RUMS' MALE PROPER NAMES AT THE BEGINNING OF XVIII – XIX CENTURIES

Summary

In modern linguistic science Azov Greeks' proper names remain unstudied. This article deals with the dynamics of Rums' male names (one of the two linguistic groups of the Azov Greeks) of the period from 1721 to 1840. Frequent, single, new and old male names on each time slice are analyzed, the qualitative composition of male names is investigated, percentages of functioning of the names of each of the etymological groups are shown.

Keywords: Rums' proper names, Christian names, Greek names, East names, frequency names, single names, new names, old names.

УДК 811.111'373.612.2

АНГЛОМОВНІ ДЕСКРИПЦІЇ ЗАПАХУ ПАРФУМІВ: МЕТАФОРИЧНІ МОДЕЛІ

Поклад Т.С.

Київський університет імені Бориса Грінченка

Стаття присвячена дослідженню метафоричних моделей концептосфери FRAGRANCE в англомовних дескрипціях запаху парфумів. Визначено основні поняття, що складають термінологічний апарат дослідження. Описані особливості орієнтаційної та онтологічної метафор. Виокремлено ряд онтологічних метафоричних моделей, що висвітлюють концепт FRAGRANCE. Охарактеризовано функції таких метафоричних моделей у парфумерному дискурсі.

Ключові слова: концепт, концептосфера FRAGRANCE, метафорична модель, онтологічна метафора, орієнтаційна метафора.

Постановка проблеми. Антропоцентрична парадигма сучасної лінгвістики характеризується підвищеним інтересом дослідників до проблем мовного та мовленнєвого втілення відчуттів як невід'ємної складової життєдіяльності людини. Останнім часом зростає інтерес лінгвістів до запаху як базового відчуття людини, зокрема особливостей вербалізації запаху у різних типах дискурсу. Це зумовлено характерними властивостями запаху, який важко піддається детальному вербальному опису. Найчастіше на позначення запаху використовують певні асоціативні образи або апелюють до інших відчуттів. Метафора – це ресурс, до якого звертаються у пошуках образу, способу індивідуалізації або оцінки предмета, передачі змістових нюансів [1, с. 334]. Дескрипції запаху парфумів у парфумерному дискурсі наділені характерними особливостями, тому і відповідні метафоричні моделі розглядаються в тісному взаємозв'язку з умовами їх виникнення та функціонування, досліджуються з врахуванням авторських інтенцій та прагматичних характеристик. Окрім цього, уся система метафоричних моделей – це важлива частина національної

мовної картини світу британців, що і зумовлює інтерес лінгвокогнітології до даної проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Метафора відіграє важливу роль в інтеграції вербальної та чуттєво-образної систем людини. Сучасна когнітивістика (Н.Д. Арутюнова, Л.І. Белехова, О.П. Воробйова, С.А. Жаботинська, Ю.Н. Караулов, О.С. Кубрякова) розглядає метафору не лише як основну ментальну операцію, але й як спосіб пізнання, структурування, оцінки та пояснення світу. Метафора, що існує в мові і мовленні, ґрунтується на концептуальній метафорі як результаті процесу, що розгортається на глибинному мисленнєвому рівні. Засновники теорії концептуальної метафори (М. Джонсон, Дж. Лакофф, М. Тернер) наголошують на тому, що метафора як феномен мови та мовлення є наслідком існування метафори у мисленні, адже вся людська думка за своєю природою метафорична: «... *metaphor is pervasive in everyday life, not just in language but in thought and action. Our ordinary conceptual system, in terms of which we both think and act, is fundamentally metaphorical in nature*» [5, с. 4].

Концептуальна метафора використовується для вербалізації абстрактних понять та створюється на асоціативно-образній основі. Відповідно до теорії концептуальної метафори, за метафорою як фактом мови та мовлення стоїть метафора як когнітивний механізм, призначений для обробки інформації про абстрактні об'єкти шляхом їх порівняння з конкретними об'єктами, які мають перцептивну основу [2, с. 3]. Тобто відбувається перенесення інформації з однієї області знань в іншу, і як наслідок одна ментальна сутність розуміється у термінах іншої, створюючи при цьому новий гносеологічний образ.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Запах парфумів є абстрактним за своєю суттю, тому у парфумерному дискурсі його вербалізація відбувається шляхом асоціативно-образного опису. Незважаючи на численні дослідження особливостей вербалізації запаху в різних типах дискурсу, дескрипції запаху парфумів цілісно не проаналізовані у сучасній лінгвістиці, зокрема не представлено вичерпний перелік метафоричних моделей, на яких базуються такі описи – все це і обумовлює актуальність обраної теми.

Метою даної статті є виокремлення та опис метафоричних моделей концептосфери FRAGRANCE в англомовних дескрипціях запаху парфумів. Задля досягнення поставленої мети необхідно розв'язати наступні завдання: описати структуру метафори крізь призму теорії концептуальної метафори; виділити основні типи метафор, що висвітлюють концепт FRAGRANCE; виокремити основні метафоричні моделі концепту FRAGRANCE

Виклад основного матеріалу дослідження. Метафорична модель – це схема зв'язку між понятійними сферами, яку можна уявити у вигляді конкретної формули: «X – це Y». Відношення між компонентами даної формули розуміється не як ототожнення, а як подібність. У даному випадку «X» та «Y» є певними концептуальними сферами (доменами) або окремими концептами, які взаємодіють між собою. При цьому «X» визначається як **концептуальний референт** (цільовий концепт/домен або target concept/domain), тобто сутність, яка осмислюється за допомогою метафори; а «Y» є **концептуальним корелятом** (вихідним концептом/доменом, або source concept/domain), тобто сутністю, яка залучається до порівняння. Спільні ознаки, що виявляються при порівнянні референта і корелята, утворюють **зону перехресного мапування** (cross-mapping). Результатом подібного мапування є виникнення нового значення [4, с. 4]. Зазначені положення є методологічною основою для здійсненого нами аналізу референтів і корелятів концептуальних метафор, виокремлених в англомовних дескрипціях запаху парфумів.

В англомовних дескрипціях запаху парфумів нами було виділено концепт FRAGRANCE як основний концепт парфумерного дискурсу. Враховуючи специфіку такого типу дискурсу, а саме його рекламну природу, основною метою створення дескрипцій запаху парфумів вважаємо інформативну (надання повної інформації про запах, його складові, історію створення парфумів, подача довідки про парфумерний бренд тощо) та комерційну (просування парфумерної продукції на ринку та його продаж); зокрема реалізація комерційної мети безпосередньо пов'язана з впливом на кінцевого споживача, тобто створення у нього визначених стереотипів поведінки після ознайомлення з текстом парфумерного повідомлення та виникнення бажання придбати такий парфумерний виріб. Задля цього автори рекламних текстів про парфуми створюють

привабливі тексти, в яких запах парфумів не лише розкривається через пряме перелічення його основних інгредієнтів (нот), а й подається через виразні образні асоціації.

У метафоричних моделях, які використовуються для передачі запаху, концептуальним референтом є власне запах парфумів (FRAGRANCE), який є абстрактним за своєю природою. Тому для його ефективного сприйняття реципієнтом концептуальний корелят має бути досить конкретним, більш зрозумілим та пов'язаним з безпосереднім фізичним або просторово первинним досвідом [3, с. 329]. Таким чином, запах парфумів – FRAGRANCE – служить тією концептосферою, в рамках відбувається пізнання, категоризація та оцінка запаху парфумів адресатом.

Засновники теорії концептуальної метафори Дж. Лакофф та М. Джонсон виділяють два основні типи метафор – онтологічні (*ontological metaphors*) та орієнтаційні (*orientational metaphors*).

Орієнтаційні метафори базуються на організації всієї системи концептів у певному відношенні один до одного, тобто здійснюється концептуалізація предметів та явищ у категоріях простору, наприклад через просторові опозиції «вгору-вниз», «ззовні-всередині», «центральний-периферійний» тощо [5, с. 15]. Наш матеріал дослідження дозволяє виокремити опозицію «вгору-вниз» / «up-down». Але враховуючи той факт, що особливістю парфумерного дискурсу є висвітлення лише позитивних рис продукції, усі дескрипції запаху парфумів будуть відмічені знаком «+» та характеризуватимуться лише поняттям «up» як елементом даної опозиції. Аналіз ілюстративного матеріалу уможливило виділення наступної орієнтаційної метафори – FRAGRANCE IS UP. Наведемо декілька прикладів, в яких запах парфумів позначений рухом вгору: *the floral tones truly dance in this heavenly scent (Boadicea the Victorious); raspberry, plum and peach mingle on the skin with succulent delight, while apple and pineapple bring a sense of heavenly effervescence (Boadicea the Victorious)* – аромат настільки приємний, що досягає небес. Запах парфумів спрямований догори, що втілено у наступних фрагментах дескрипцій: *Pride Eau de Perfume is an highly enigmatic fragrance (Boadicea the Victorious); high, clear and instantly uplifting (Penhaligon's)*. Також характерним при русі вгору є те, що легкі ноти парфумів піднімаються над тяжкими землянистими ароматами: *the telltale earthy sweetness of hyacinths rises through the soft citrus (Penhaligon's); heat and smoke rise from the base and incense and woods mingle with the earthy resins and spices (Penhaligon's); as it warms up, mysterious resins rise up with hints of creamy nutmeg, cardamom and the softest leather (Penhaligon's)*. І нарешті запах досягає своєї найвищої точки: *Fleurs de Gardenia is the pinnacle of romance and sophistication (Creed)*. Отже, метафорична модель FRAGRANCE IS UP втілює легкість, витонченість запаху парфумів та їх приємний аромат.

Онтологічні метафори засновані на трактуванні подій, дій, емоцій, ідей як матеріальних сутностей та субстанцій [5, с. 26]. У досліджуваному нами матеріалі виявлено широке вживання саме онтологічних метафор, що здійснюється задля конкретизації запаху парфумів. Аналіз англомовних дескрипцій запаху парфумів дозволив нам виділити наступні метафоричні моделі:

FRAGRANCE IS POSITIVE EMOTIONS: *uplifting citrus fragrance (Angela Flanders); an uplifting aroma to encourage happy, positive feelings (Abahna); has been designed to lift the spirits (Arran*

Aromatics); *lift your spirits with this intoxicating and addictive fruity-floral fragrance (Ghost); brighten up your day with an enlivening burst of our alluring, sunny Eau de Toilette (Bronnley); is believed to inspire positive energy as well as improving mood (Abahna); is a vivacious, energising blend to lift your spirits (Abahna)*. Лексема «uplifting», що характеризує запах як такий, що бадьорить та піднімає настрій, дух, є провідною у дескрипціях запаху парфумів на позначення позитивних емоцій. Також запах парфумів асоціюється з блаженним станом: *a paradise fragrance (Bath House)*; аромат парфумів веселить та поживляє: *exhilarate yourself with a refreshing spitz of our light, bright Eau de Toilette (Bronnley)* – все це навіює виключно позитивні емоції, які людина отримує від використання парфумів.

FRAGRANCE IS CLOTHES: *wrap yourself in this cossetting and cocooning blend of sweetness and light (Illuminum); a unique combination of fragrant notes – choose the perfume to suit your mood and create your own unique fragrant wardrobe (Bath House); a particularly high-impact version for men bold enough to wear an ultra-luxurious yet extremely sensual fragrance (Bentley); suitable for both day and evening wear (Truefitt&Hill)*. У поданих фрагментах запах подається як комфортна тканина, якою можна себе огорнути – такий одяг пестить своєю ніжністю, захищає та зігріває. Людина може створити навіть власний парфумерний гардероб (*fragrant wardrobe*), де зберігатиме улюблені аромати. Також запах парфумів, як і одяг, обирається відповідно до настрою або ситуації та підходить для буденних та вечірніх подій.

FRAGRANCE IS PICTURE: *Gardenia is a translucent watercolour in soft washes of tuberose, jasmine, gardenia, ylang-ylang, spice and vanilla. A radiant magnolia-tinted portrait of one of nature's most sensual blooms (Penhaligon's)*. У наведеному фрагменті запах парфумів подається кризь референцію до конкретного візуального образу – адресат сприймає аромат парфумів як картину, написану аквареллю, де м'якими мазками зображено квіти (тобто складники парфумів).

FRAGRANCE IS STROLL: *wearing Orange Blossom is like walking from shade into warm sunshine (Penhaligon's); romantic and warm, Parisienne speaks of assignments at dusk and walks by the Seine (Angela Flanders); «Essential» recounts an opening of Sicilian lemon groves on a bright sunny morning before transitioning towards a relaxed afternoon stroll in the cool dappled shade of tall cedars (Askett&English); bergamot blossom, as piquant and crisp as a summer's walk through Mediterranean lemon groves cuts through the air (Illuminum)*. Розгортання запаху парфумів подібне до неспішної прогулянки містом або ходи на лоні природи – все це надає природності ароматам та асоціюється з приємними відчуттями.

FRAGRANCE IS FUN: *this perfume is full of vigour and delight! this scent will ensure you are dancing from dusk till dawn (Boadicea the Victorious); perfume bubbling with activity and life (Boadicea the Victorious); «Intuitive» is an effervescent fragrance full of verve and sparkle – it could be compared to champagne. This scent has a real feeling of celebration and decadence (Boadicea the Victorious)*. Запах парфумів є жвавим та бадьорим, він веселить, розважає, підіймає настрій та створює відчуття свята.

FRAGRANCE IS TREATMENT: *the heart notes massage the senses with the dark magic of Turkish rose and jasmine and a twist of orange (Penhaligon's); perfume is a sensual treat / is a subtle spicy treat for the senses (Boadicea the Victorious)*. Нотки парфумів здійснюють терапевтичну, лікувальну дію шляхом масажування сенсорних відчуттів, позитивно впливаючи на загальний стан людини.

FRAGRANCE IS SEA: *«Greenwich» is famed for its maritime history – and thus Greenwich eau de perfume brings a sense of the aquatic ... Sparkling bergamot mixed with black pepper and saffron make for a subtle spicy take on the sea for the scents opening (Boadicea the Victorious); «Azrak» – literally meaning blue and on this occasion represents the sea surrounding Britain. This Pure Perfume has a semi aquatic feel upon first experience. ... like the ocean itself, this fragrance always surprises like beautiful wave touching the shore – the fragrance washes over you with hypotonic verve (Boadicea the Victorious)*. У наведених дескрипціях запах концептуалізується через образ моря з його приємними м'якими хвилями, своєрідним блакитним кольором та свіжим повітрям. Запах парфумів як і море огортає людину, навіюючи почуття комфорту та спокою.

FRAGRANCE IS VEHICLE: *it immediately transports you into fresh fields of blue (Bentley); it instantly transports you to the woodland, surrounded by dripping leaves (Penhaligon's); a sultry intoxicating fragrance ... that transport you away to a faraway place (Elemis); the olfactory experience may transport you to the unforgettable sixties (Illuminum)*. Запах парфумів виступає абстрактним транспортним засобом, що переносить реципієнта у певне віддалене місце, у середовище природи або навіть у минуле. Зустрічаються випадки, коли такий транспортний засіб стає більш конкретним: *floating on a base of softest green chypre, oak moss lends its warmth to the heart (Angela Flanders)* – у наведеній дескрипції виникає образ плавучого транспортного засобу. Маємо також приклад, у якому запах втілюється у конкретний транспортний засіб, такий як корабель: *the perfume finally reaches shore in Java and collects its cargo, a breath of vetiver and sweet musk, before hitching a ride on the Bali winds once more (Electimuss)*.

Таким чином, маємо широку палітру онтологічних метафоричних моделей, які висвітлюють запах парфумів з різних боків. Це здійснюється задля уточнення аромату парфумів, їх асоціації з конкретними речами матеріального світу, а також для кращого сприйняття та запам'ятовування їх адресатом.

Висновки і перспективи. Отже, аналіз фактичного матеріалу підтверджує, що запах парфумів є метафоричним за своєю природою. В англійських дескрипціях запаху парфумів концептосфера FRAGRANCE представлена різноманітними метафоричними моделями, серед яких було виділено орієнтаційну та онтологічну. Онтологічні метафори виявилися домінуючими та більш численними. Виокремлені концептуальні метафори виникають у межах загальноприйнятої системи британських цінностей, тому допомагають зрозуміти когнітивну природу британського парфумерного дискурсу. Перспективним вважаємо подальше дослідження та виявлення інших метафоричних моделей для передачі запаху парфумів та здійснення комплексної класифікації та категоризації таких моделей.

Список літератури:

1. Арутюнова Н. Д. Функциональные типы языковой метафоры / Н. Д. Арутюнова // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. – 1978. – Т. 37, № 4. – С. 333–343.
2. Жаботинская С. А. Концептуальная метафора: процедура анализа для множественных данных / С. А. Жаботинская // Актуальні проблеми менталінгвістики: Збірник статей за матеріалами VII Міжнародної конференції (Черкаський національний університет імені Б. Хмельницького, 28–29 квітня 2011 р.). – Черкаси: Ант, 2011. – С. 3–6.
3. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2006. – 716 с.
4. Lakoff G. Contemporary theory of metaphor / G. Lakoff // Metaphor and thought [ed. by A. Ortony]. – Cambridge: Cambridge University Press, 1993. – P. 202–251.
5. Lakoff G. Metaphors We Live by / George Lakoff, Mark Johnsen. – Chicago: The University of Chicago Press, 2003. – 193 p.

Поклад Т.С.

Київський університет імені Бориса Грінченка

**АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ДЕСКРИПЦИИ ЗАПАХА ДУХОВ:
МЕТАФОРИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ****Аннотация**

Статья посвящена исследованию метафорических моделей концептосферы FRAGRANCE в англоязычных описаниях запаха духов. Определены основные понятия, которые составляют терминологический аппарат исследования. Описаны особенности ориентационной и онтологической метафор. Выделено ряд онтологических метафор, которые освещают концепт FRAGRANCE. Охарактеризованы функции таких метафорических моделей в парфюмерном дискурсе.
Ключевые слова: концепт, концептосфера FRAGRANCE, метафорическая модель, онтологическая метафора, ориентационная метафора.

Poklad T.S.

Borys Grinchenko Kyiv University

ENGLISH FRAGRANCE DESCRIPTIONS: METAPHORICAL MODELS**Summary**

The article focuses on the research of the metaphorical models of the conceptual sphere FRAGRANCE in the English fragrance descriptions. The main key terms used in the research are defined. The features of both orientational and ontological metaphors have been considered. The range of ontological metaphors to highlight the concept FRAGRANCE has been outlined as well as their functions in the perfumery discourse characterized.

Keywords: concept, FRAGRANCE conceptual sphere, metaphorical model, orientational metaphor, ontological metaphor.

УДК 82.09'06

**КЛАСИФІКАЦІЯ АЛЬТІСТОРИЧНИХ ТВОРІВ
У НОВІТНЬОМУ ЛІТЕРАТУРНОМУ ПРОЦЕСІ****Поліщук О.Л.**

Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

У статті класифіковано художні твори альтернативної історії в новітньому літературному процесі. З погляду на принцип сюжетотворення виділено два типи: справжня альтернатива (Sheer Alternative) та псевдоальтернатива (Pseudoalternative). У свою чергу, справжню альтернативу поділено на два види: реалістичну та довільну. Такий підхід зумовлений критерієм логічності альтернативного моделювання.

Ключові слова: альтернативна історія, справжня альтернатива, псевдоальтернатива, реалістична та довільна альтернатива.

Постановка проблеми. На початок ХХІ століття альтернативна історія зайняла одне з провідних місць в літературному процесі та заявила про себе на повний голос, про що свідчить велика кількість і різноманітність альтісторичних творів. Письменики різних країн експериментують з історією так званим методом контрафактичних виразів «що було б, якби...» (умовний спосіб при-

таманний майже всім мовам світу). Найпоширенишим варіантом моделювання альтернативної історії в постмодерністичному вимірі є зміна якоїсь історичної події в минулому з її відповідними наслідками для сучасного чи/та майбутнього. Рідше зустрічаються альтісторичні твори, розвилки яких пов'язані із теперішнім з подальшими наслідками для майбутнього. З погляду минулого теперішнє