

2. Косенко О. П. Лінгвістичні засоби маніпулятивного впливу в масмедійних текстах. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2012. № 14 (249). С. 246–251.

3. Моль А. Социодинамика культуры. М.: Прогресс, 1973. 401 с.

*Головенько Віта
Вінниця*

ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ПОЛІМОДАЛЬНОСТІ ПЕРЦЕПТИВНОГО ПРОЦЕСУ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ YOUTUBE-ДИСКУРСІ

1. *Вступні зауваження.* Пізнання людиною навколишнього світу передусім пов'язане з перцептивним процесом (ПП), який реалізується завдяки дії органів чуття та відповідних сенсорних відчуттів: зору, слуху, смаку, дотику та запаху [2: 6]. Як відомо, навколишня дійсність, її сприйняття та подальший процес вербалізації сформованих когнітивних образів перебувають у сталій взаємодії, тому задля розуміння механізмів функціонування мовних утворень осіб чоловічої та жіночої статі необхідно звернути увагу на особливості процесу сприйняття, основою якого є поліmodalність у межах перцептивних модусів та психофізіологічне явище синестезії, а результатом – використання синестетичної метафори (СМ). Таким чином, на сучасному етапі розвитку лінгвістичної думки особливе місце займають лінгвокогнітивні дослідження мовної свідомості в гендерній парадигмі, що й формує актуальність даного дослідження, зокрема в межах розмовного YouTube-дискурсу.

Об'єктом дослідження є моделі СМ, вжиті відеоблогерами та відеоблогерками в процесі вербалізації перцептивних вражень від дегустованих страв та продуктів харчування української кухні в межах англійськомовного розмовного YouTube-дискурсу.

Предметом дослідження виступають гендерно зумовлені особливості мовної репрезентації поліmodalності ПП засобами СМ в англійськомовному Інтернет-дискурсі.

Мета роботи полягає у визначенні особливостей мовного вираження поліmodalності ПП у межах жіночого та чоловічого мовлення задля виявлення типових рис комунікативної поведінки жінок та чоловіків на матеріалі розмовного дискурсу англійськомовного відеоблогу.

Матеріалом дослідження слугують 47 од./99 слововж. СМ, дібраних методом суцільної вибірки з відеооглядів українських страв та продуктів харчування англійськомовними блогерами США, Великобританії та Канади (загальна тривалість відео 11 год. 31 хв. 01 с.), розміщених на відповідних YouTube каналах.

2. *Теоретичні засади дослідження.* Чуттєву «тканину свідомості», сформовану перцептивними образами утворюють модуси перцепції, які І. Рузін

розглядає як перцептивні класи (візуальний, аудіальний кінестетичний, одоративний, густативний), що сприймаються людиною як результат дії органів чуття й виокремлюється на основі ознак екстралінгвальної дійсності [3].

Завдяки дії модусів перцепції відбувається обробка перцептивних даних засобами мови після процесу їхньої категоризації у свідомості людини у формі сенсорної лексики, якою називають номінативні одиниці на позначення сенсорних відчуттів [4: 76].

Цілісність перцептивного образу забезпечується полімодальним характером сприйняття, суть якого полягає у взаємодії декількох модусів під час реалізації ПП, а його актуалізація в мовленні стає можливою завдяки СМ. Так, сприйняття окремих перцептивних ознак викликає у свідомості певні асоціативні зв'язки, у результаті чого стає можливим існування СМ, яка ґрунтується на явищі синестезії [1: 65; 2: 8].

У суспільстві наразі панує думка про існування певних відмінностей між сприйняттям навколишньої дійсності представниками різних статей, що, імовірно, впливає на вибір їхніх комунікативних стратегій у процесі вербалізації результатів ПП. Проте питання спростування чи підтвердження даного твердження досі залишається відкритим і зумовлює існування потреби в проведенні відповідних досліджень у межах гендерної лінгвістики.

3. *Вплив гендерної приналежності мовців на вибір моделей СМ.* Для повноцінного розуміння особливостей творення та функціонування метафоричних перенесень варто звернути увагу на специфіку ПП в рамках відеоблогу, зокрема використання мовцями великої кількості одиниць сенсорної лексики для номінації відповідних сенсорних відчуттів чи більш виразної передачі перцептивних вражень із інших сенсорних зон, що безпосередньо і є випадком формування СМ.

За результатами аналізу сенсорної лексики, що застосовується відеоблогерами в оглядах страв та продуктів української кухні, було виокремлено 99 випадків вживання зразків СМ, зокрема 48 слововж. у жіночому та 52 слововж. в чоловічому мовленні.

Шляхом застосування кількісного методу дослідження було виявлено, що найпродуктивнішим зразком вживання синестетичної метафори є модель вигляд --> дотик (13 слововж. у жіночому та 17 слововж. в чоловічому мовленні), напр., *hard (look)* 'твердий (на вигляд)', *slimy (look)* 'липкий (на вигляд)' та ін., що цілком закономірно з психологічної точки зору, оскільки дистантний зоровий рецептор потребує уточнення за допомогою ознак, що сприймаються контактним рецептором (тактильним).

Наступними за частотністю вживання є синестетичні пари смак --> дотик (13 слововж./14 слововж), напр.: *dry (taste)* 'сухий (на смак)', та смак --> вигляд (11 слововж./12 слововж), напр.: *pretty (taste)* 'милий (на смак)', де у першому випадку взаємодіють два контактних рецептори (тактильний та смаковий), а в другому – дистатний (зоровий) рецептор використовується для уточнення контактного (смакового), що не є типовим для психології сприйняття, але,

імовірно, слугує для різносторонньої передачі смаку страви чи продукту харчування.

Натомість метафоричні перенесення за моделлю звук --> дотик (3 слововж./1 слововж), напр.: *crispy (sound)* ‘хрумкий (на звук)’ повністю відповідають психофізіологічним нормам ПП, оскільки контактний рецептор (тактильний) конкретизує дистантний (аудіальний). Хоча даний випадок застосування СМ є найменш продуктивним у межах даного джерела емпіричного матеріалу, він є досить цікавим з точки зору специфіки відеоблогу, оскільки відеоблогери намагаються апелювати до сенсорних рецепторів глядача, які задіяні під час перегляду відео, зокрема до слухового.

Усі інші випадки утворення синестетичної метафори кількісно не відрізняються один від одного й характеризуються порівняно низькою частотністю. Зокрема, модель смак --> запах (4 слововж./1 слововж) (*perfumy (taste)* ‘парфумований (на смак)’; запах --> смак (1 слововж./5 слововж) (*savoury (smell)* ‘гострий/пікантний (на запах)’); запах --> дотик (2 слововж./1 слововж) (*greasy (smell)* ‘жирний (на запах)’; дотик --> вигляд (2 слововж. в жіночому мовленні) (*lovely (touch)* ‘гарний (на дотик)’ та модель вигляд --> смак (3 слововж. в жіночому мовленні) (*tasty (look)* ‘смачний (на вигляд)’).

4. Висновки.

4.1. У результаті аналізу мовної репрезентації полімодальності ПП засобами СМ встановлено, що гендерний аспект не є визначальним у специфіці вибору комунікативних стратегій носіями англійської мови в межах розмовного YouTube-дискурсу, яка зумовлена впливом цілої низки екстралінгвальних чинників, насамперед – особливостями медійного середовища.

4.2. Для жіночого мовлення найпродуктивнішими випадками функціонування СМ в досліджуваних оглядах українських страв та продуктів харчування є модель вигляд --> дотик (13 слововж.), найменшою продуктивністю характеризується модель запах --> смак (1 слововж.). Найпоширенішим джерелом перенесень перцептивних ознак є зона дотику, а найчастотнішими реципієнтною зоною – зона смакової перцепції.

4.2. У чоловічому мовленні найпродуктивнішою моделлю СМ також є сенсорна пара вигляд --> дотик (17 слововж.), найменшою продуктивністю характеризується моделі запах --> дотик (1 слововж.) та звук --> дотик (1 слововж.). Специфіка апелювання до перцептивних зон у якості джерела та реципієнта сенсорних ознак є ідентичною жіночій.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Залужна О. О., Головенько В. В. Особливості генези та функціонування синестетичної метафори в оглядах українських страв та продуктів харчування (на матеріалі YouTube відео англійськомовних блогерів). *Типологія мовних значень у діахронічному та зіставному аспектах*. 2019. Вип. 38. С. 62–73.

2. Лаенко Л. В. Восприятие – сознание – язык: проблема взаимосвязи. *Вестник Воронежского государственного университета*. Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация». 2006. № 1. С. 5–15.

3. Рузин И. Г. Модусы перцепции (зрение, слух, осязание, обоняние, вкус) и их выражение в языке : дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Москва, 1995. 199 с.

4. Семашко Т. Ф. Перцептивний і неперцептивний зміст етнокультурних стереотипів смакового модусу сприйняття. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2015. № 6. С. 75–79.

*Дашкевич Діана
Вінниця*

ЛЕКСИЧНІ ТА ГРАМАТИЧНІ АСПЕКТИ КОКНІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ «ЛІЗА З ЛАМБЕТА»)

Дослідження соціологічного аспекту мови має пряму взаємодію між мовленням та соціумом. Дослідження впливу соціального чинника на мову та комунікацію дотепер проводилося здебільшого на фонетичному і лексичному рівнях, а отже, передача соціолінгвістичних та граматичних особливостей мовлення у перекладознавчому аспекті досліджена на сьогодні недостатньо повно і всебічно.

Так звані соціолекти, які використовуються письменниками при створенні своїх романів для відображення місцевого колориту, являють собою сформовану та автономну форму існування національної мови, тобто соціолекти мають специфічну лексико-фразеологічну систему, але з певними фонетичними, лексичними та граматичними відхиленнями [2].

Метою дослідження є встановлення ефективних перекладацьких прийомів передачі соціального діалекту кокні в романі «Ліза з Ламбета».

До лексичних порушень можна насамперед віднести римований сленг, що властивий для діалекту кокні:

And I 'ad it mide up by my Court Dressmiker, so you jolly well dry up, old jellybelly ‘а плаття мені шила моя кравчиня, а до неї знаєш яка черга? Так що помовчи, старий товстяк’. *Jellybelly* в даному випадку використовується для опису товстої людини.

Розглянемо такий приклад: *Swop me bob - why not?*

Даний вислів *Swop me bob*, що перекладається, як ‘Бачить Бог’, можна пояснити таким чином: ймовірно, фраза пішла з південно-східної Англії і звучала *swelp me Bob*. *Swelp* в діалекті кокні – *so help*, а *Bob* – колишній евфемізм «Бог» у пом'якшувальному або маскувальному значенні слова, як, наприклад, мовці кокні казали *Jeepers* на "Jesus".

Цікавими також є варіанти спілкування героїв один між одним: Наприклад, *ole gal* (= *old girl*), що перекладається як ‘подружка’, *old cock* та *old char* ‘приятель’, *Na then, Italiano, buck up* ‘Ей, чорнявий, прокидайся’, *my darlin' duck* ‘моя дороженька’, *my sweetest sweet* ‘моя чарівна, приваблива’.