

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Crespo C., Kielpikowski M., Pryor J. & Jose P. E. Family rituals in New Zealand families: Links to family cohesion and adolescents' well-being. *Journal of Family Psychology*. 2011. № 25(2). P. 184–193. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0023113>
2. Bierman A., Fazio E. M., Milkie M. A. A multifaceted approach to the mental health advantage of the married: assessing how explanations vary by outcome measure and unmarried group. *Journal of Family Issues*. 2006. № 27. P. 554–582. DOI: <https://doi.org/10.1177/0192513X05284111>
3. Shapiro A., Keyes C. L.M. Marital Status and Social Well-Being: Are the Married Always Better Off? *Soc Indic Re*. 2008. № 88. P. 329–346. URL: <https://doi.org/10.1007/s11205-007-9194-3>
4. Marks N. F., Lambert J. D. Marital status continuity and change among young and midlife adults – Longitudinal effects on psychological well-being. *Journal of family issues*. November 1998. Volume 19. Issue 6. P. 652–686. DOI: [10.1177/019251398019006001](https://doi.org/10.1177/019251398019006001)
5. Bevvino D. L., Sharkin B. S. Divorce adjustment as a function of finding meaning and gender differences. *Journal Divorce Remarriage*. 2003. № 39. P. 81–97. DOI: https://doi.org/10.1300/J087v39n03_04
6. Montpetit M. A., Bergeman C. S., Bisconti T. L., Rausch J. R.: Adaptive change in self-concept and well-being during conjugal loss in later life. *Int Journal Aging and Human Development*. 2006. № 63. P. 217–239. DOI: <https://doi.org/10.2190%2F86WW-652A-M314-4YLA>
7. Rook K. S. The health effects of negative social exchanges in later life. *Generations*. 2014. № 38. P. 15–23.
8. Liu H., & Waite L. Bad marriage, broken heart? Age and gender differences in the link between marital quality and cardiovascular risks among older adults. *Journal of Health and Social Behavior*. 2014. № 55. P. 403–423. DOI: [10.1177/0022146514556893](https://doi.org/10.1177/0022146514556893)
9. Ryff C. D. Psychological Well-Being Revisited: Advances in the Science and Practice of Eudaimonia. *Psychotherapy and Psychosomatics*. 2014. № 83. P. 10–28. DOI: <https://doi.org/10.1159/000353263>
10. DeMaris A., Oates G.: The Trajectory of Subjective Well-Being: A Partial Explanation of the Marriage Advantage. *Journal of Family Issues*. July 1, 2021. Volume 43, issue 6, P. 1650–1668. DOI: <https://doi.org/10.1177/0192513X211030033>
11. Christian Hoellger, Sabrina Sommer, and Heike M. Buhl Intergenerational Value Similarity and Subjective Well-Being. *Journal of Family Issues*. November 1, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1177/0192513X211054470>
12. Margarida Rodrigues, Rui Silva, and Mário Franco COVID-19: Financial Stress and Well-Being in Families. *Journal of Family Issues*. December 4, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1177/0192513X211057009>
13. Andreja Brajša-Žganec, Marija Džida, Tihana Brkljačić, Ljiljana Kaliterna Lipovčan, and Lana Lučić The Well-Being of Parents in the Year After Childbirth. *Journal of Family Issues*. May 2, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1177/0192513X221096799>
14. Kimiko Tanaka, Nan E. Johnson Childlessness and Mental Well-Being in a Global Context. *Journal of Family Issues*. June 2016. Volume 37, Issue 8. P. 1027–1045. DOI: <https://doi.org/10.1177/0192513X14526393>
15. Henry C. Y. Ho, Moses Mui, Alice Wan, Carol Yew, Tai Hing Lam, Sophia S. Chan, Sunita M. Stewart: Family Meal Practices and Well-Being in Hong Kong: The Mediating Effect of Family Communication. *Journal of Family Issues*. September 15, 2018. Volume 39, issue 16. P. 3835–3856. DOI: <https://doi.org/10.1177/0192513X18800787>

УДК 811.111'255.4'36'42:687.01

СТРУКТУРНО-ГРАМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НАПИСІВ НА ОДЯЗІ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ ДИСКУРСІ МОДИ

А. М. Мартинюк, Н. В. Стрюк

Анотація. У статті на матеріалі англійської мови проаналізовано структурно-граматичні особливості написів на одязі відомих брендів. Методологічною основою роботи є структурно-граматичний аналіз, що дає можливість систематизувати, класифікувати лінгвістичний матеріал, виявити частотність певних структурних типів та інтерпретувати їхні особливості. У результаті дослідження виділено основні підгрупи відповідно до ярусів мови, визначено продуктивні структурні моделі та граматичні особливості текстових принтів на вбранні в англійськомовному дискурсі моди.

Ключові слова: написи на одязі, граматичні особливості, структура, дискурс моди.

Вступ. Одяг захищає тіло людини від негативного впливу навколишнього середовища та виконує естетичну і комунікативну функції – створює образ людини, демонструючи її соціальний статус, рід занять, професію, належність до певної групи тощо. Великої популярності останнім часом набуває одяг із написами, який не лише формує загальне враження про людину, а й дозволяє зрозуміти її вподобання, цінності та переконання. Такі тексти на вбранні дотепер не ставали предметом комплексних мовознавчих розвідок. Відповідно, виникає по-

треба у ґрунтовному дослідженні цього лінгвістичного феномену. Оскільки текстові принти все більше використовуються для декору одягу відомих брендів, **актуальним** є вивчення мовних особливостей написів на одязі в англійськомовному дискурсі моди.

Проблема дослідження мовних особливостей написів на одязі ще не має широкого висвітлення ні в зарубіжній, ні у вітчизняній науковій літературі. У поодиноких розвідках, присвячених цьому своєрідному комунікативному явищу, І. Чілува та Е. Аджібоє аналізують прагматику повідомлень на вбранні студентів [1], М. Нвала робить спробу окреслити прагматичні особливості слоганів на футболках [2], Н. Мамонова, О. Мінгажева та О. Юхміна розглядають написи на одязі як новий різновид медіа [3], Н. Долусова пропонує типологізацію англійськомовних принтів на жіночих футболках [4], Н. Стрюк студіює особливості структури та семантики написів на одязі у зіставному аспекті [5; 6].

Мета роботи полягає у визначенні структурно-граматичних особливостей англійськомовних написів на одязі.

Об'єктом дослідження є написи на одязі в англійськомовному дискурсі моди. **Предметом** дослідження є структурно-граматичні особливості англійськомовних написів на одязі.

Мета та завдання, окреслені в роботі, а також специфіка об'єкта дослідження зумовили використання таких **методів** та **прийомів** лінгвістичного аналізу: метод суцільної вибірки; структурно-граматичний аналіз; описовий метод, метод кількісних підрахунків.

Матеріалом дослідження слугують 200 англійськомовних написів на одязі, які були отримані шляхом суцільної вибірки з інтернет-магазинів брендів одягу. У прикладах емпіричного матеріалу збережено оригінальну графіку текстових принтів: вживання малих та великих літер, символів; знак «|» використовується для позначення розміщення частини тексту з нового рядка.

Результати дослідження. Написи на одязі мають текстову природу та характеризуються структурною різноманітністю, тому вважаємо за доцільне розглядати структурно-граматичні особливості написів на одязі в англійськомовному дискурсі моди, базуючись на віднесеності досліджуваного матеріалу до відповідного ярусу мовної структури: словоформа, словосполучення та речення.

1. Написи-словоформи. Написи на одязі, які реалізуються словом, становлять 23,5 % і налічують 47 одиниць. За частиномовною приналежністю аналізовані тексти представлені: іменником, дієсловом, прикметником та прислівником.

Найчисленнішими є написи-іменники, які налічують 32 (68 %) одиниці, наприклад: *SINNER* 'Грішник'; *JOURNEY* 'Подорож'; *EARTH* 'Земля'; *SUNSET* 'Захід'.

Написи на одязі, представлені дієсловом, становлять 8 (17 %) мікротекстів, наприклад: *INSPIRE* 'Надихай'; *LIVE* 'Живи'; *IMPRESS* 'Вражай'; *EMPOWER* 'Розширяй можливості'.

Невисокою продуктивністю характеризуються написи-прикметники, які становлять 6 (12,76 %) одиниць, наприклад: *SINGLE* 'Одинокий'; *FREE* 'вільний'; *AUTHENTIC* 'Автентичний'.

В аналізованому емпіричному матеріалі було виділено лише один напис, який представлений прислівником, що становить 2,13 %, наприклад, *MORE* 'більше'.

2. Написи-словосполучення. У досліджуваному корпусі було виокремлено 65 (32,5%) одиниць написів представлених словосполученнями, в рамках яких виділяємо дві підгрупи: написи-підрядні та написи-сурядні словосполучення.

2.1. Написи-підрядні словосполучення. Підрядні словосполучення складаються щонайменше з двох елементів: синтаксично незалежного і синтаксично залежного. Обидві складові таких словосполучень поєднані семантично і граматично підрядним зв'язком – узгодженням, керуванням або приляганням [7, с. 49]. Текстові принти, представлені підрядними словосполученнями, характеризуються високою продуктивністю і становлять 50 (76,9 %) одиниць, які побудовані за моделями: Adj. + N (2.1.1), N + Prep. + N (2.1.2), N + N (2.1.3), Adv. + Adj. (2.1.4), Pron. + N. (2.1.5), Adj. + Conj. + N (2.1.6), Adv. + Pron. (2.1.7), N + Adj. (2.1.8).

2.1.1. Модель **Adj. + N** складає 24 (36,9 %) одиниці. Такі написи зазвичай несуть позитивний посил, наприклад: *GOOD* (Adj.) / *VIBES* (N) 'Хороші емоції'; *WINNING* (Adj.) / *WEDNESDAY* (N) 'Виграшна середа'; *LUXE* (Adj.) / *COUTURE* (N) 'Розкішний одяг'; *EUPHORIC* (Adj.) / *HORIZONS* (N) 'Ейфоричні горизонти'.

2.1.2. Модель **N + Prep. + N** присутня в англійськомовному дискурсі моди і вживається досить часто, було виокремлено 11 написів, що складають 16,9 %, наприклад: *THE / SOUND* (N / OF (Prep.) / *SILENCE* (N) ‘Звук тиші’; *GUILT* (N) / *WITHOUT* (Prep.) / *GUILT* (N) ‘Почуття провини без провини’; *QUEEN* (N) / *OF* (Prep.) / *THE / BOXES* (N) ‘Королева коробок’; *SUN* (N) / *OF* (Prep.) / *A / BEACH* (N) ‘Сонце пляжу’.

2.1.3. Модель **N + N** характеризуються невисокою продуктивністю, у цій вибірці було виділено лише 5 (7,7 %) написи, наприклад: *MONDAY* (N) | *BLUES* (N) ‘Блюз понеділка’; *SUNDAY* (N) | *VIBES* (N) ‘Недільна атмосфера’; *LOVE* (N) | *UNITS* (N) ‘Любовні підрозділи’.

2.1.4. Прикметникова модель **Adv. + Adj.** не є популярною і становить усього 4 (6,15 %) написи. Наприклад: *ALWAYS* (Adv.) | *ORIGINAL* (Adj.) ‘Завжди незвичайний’.

2.1.5. Модель **Pron. + N** є маловживаною, оскільки зустрічається лише два рази, що становить (3 %), наприклад: *MY* (Pron.) | *CROWN* (N) ‘Моя корона’; *YOUR* (Pron.) | *TURN* (N) ‘Твоя черга’.

2.1.6. Модель **Adj. + Conj. + N** налічує 2 написи (3 %). Наприклад: *COOL* (Adj.) | *AS* (Conj.) | *ICE* (N) ‘Холодний як лід’; *FREE* (Adj.) | *LIKE* (Prep.) | *A / BIRD* (N) ‘Вільний як птах’.

2.1.7. Лише один напис реалізований у моделі **Adv. + Pron.**, це становить 1,5 %, наприклад: *OVER* (Adv.) | *IT* (Pron.) ‘Досить’.

2.1.8. За моделлю **N + Adj.** побудований 1 напис, що становить 1,5 %, наприклад: *PARADISE* (N) | *LOST* (Adj.) ‘Втрачений рай’.

2.2. Написи-сурядні словосполучення. Сурядне словосполучення – це смислове і граматичне поєднання двох або більше повнозначних слів як граматично рівноправних [7, 49]. Такі словосполучення становлять 15 (23 %) одиниць і утворюються за допомогою п’яти основних моделей: **N + Conj. + N** (2.2.1), **N + N** (2.2.2), **Adv. + Conj. + Adv.** (2.2.3), **N + Num.** (2.2.4), **Det. + N** (2.2.5).

2.2.1. Написи побудовані за моделлю **N + Conj. + N** становлять 6 одиниць (9,2 %). У таких текстах використовуються сполучники *and* і *i* та *or* ‘або’. Наприклад: *LOVE* (N) / *AND* (Conj.) / *HAPPINESS* ‘Любов і щастя’; *HEALTH* (N) / *&* (Conj.) / *WELLBEING* (N) ‘Здоров’я і благополуччя’. У цьому випадку замість сполучника *and* в англійській мові використовується символ-амперсанд (&). Напис *TRICK* (N) / *OR* (Conj.) / *CHIC* (N) ‘Обман чи елегантність’ відображає одночасне поєднання позитивних і негативних понять.

2.2.2. Модель **N + N** була виділена у 4 написах (7,7 %), наприклад: *CHIN* (N) / *CHIN* (N) ‘Чинь-чинь’.

2.2.3. Модель **Adv. + Conj. + Adv.** налічує лише два написи, що становить (3 %), наприклад: *HERE* (Adv.) / *AND* / (Conj.) / *NOW* (Adv.) ‘Тут і зараз’, *NOW* (Adv.) / *OR* / *NEVER* ‘Зараз або ніколи’.

2.2.4. Модель **N + Num.** характеризується низькою продуктивністю і налічує лише 1 (1,5 %) напис, наприклад: *SPRING* (N) | *20* (Num.) ‘Весна 20’. Такий напис вважається поліковим, адже числівник виражений цифрою, а не словом.

2.2.5. Модель **Det. + N** виділена лише в одному написі, що становить (1,5 %), наприклад: *NO* (Det.) / *FEAR* (N) / *NO* (Det.) / *LIMITS* (N) / *NO* (Det.) / *EXCUSES* (N) ‘Без страху, без обмежень, без виправдань’.

2.3. Написи-речення. Речення – це інтонаційно і граматично організована за законами відповідної мови найменша комунікативна одиниця, яка складається з одного або кількох слів і виражає закінчену думку [7, 96]. Такі написи становлять 88 одиниць (44 %) і побудовані за моделями простого (2.3.1) і складного речення (2.3.2).

2.3.1. Написи-прості речення. Просте речення – це синтаксична одиниця, яка втілює в собі елементарну, проте відносно завершену інформацію комунікативної вартості. Прості речення мають один предикативний центр, навколо якого граматично і за змістом групуються другорядні члени [7, 108]. За моделлю простого речення побудовано 80 (90,9 %) написів, серед яких виділяємо односкладні (2.3.1.1) та двоскладні (2.3.1.2) прості речення.

2.3.1.1. Написи-односкладні прості речення. Написи на одязі представлені простим односкладним реченням налічують 43 (48,9 %) одиниць і виказують тенденцію до вживання дієслова наказового способу. Відповідно, такі тексти спонукають до дій та закликають до

чогось, наприклад: *DO / IT / FOR / YOURSELF* ‘Роби це для себе’; *KEEP / WEIRD* ‘Залишайся диваком’; *DON'T / PLAY / WITH / ME* ‘Не грай зі мною’; *SMILE / FOR / THE / CAMERA* ‘Посміхайся на камеру’.

2.3.1.2. Написи-двоскладні прості речення. У двоскладному реченні традиційно виділяють підмет і присудок, що пов'язані між собою предикативним синтаксичним зв'язком [7, 119]. Такі написи налічують 37 одиниць, що становить 42 %, наприклад: *MY / STORY / MATTERS* ‘Моя історія має значення’; *THE / FUTURE / IS / YOURS* ‘Майбутнє за вами’; *GIRLS / CAN / DO / ANYTHING* ‘Дівчата можуть усе’; *GOD / MADE / IT* ‘Це зробив Бог’.

У написах, побудованих за моделлю двоскладного простого речення, простежується тенденція використовувати особові займенники *I* ‘я’, *you* ‘ви’ та *we* ‘ми’ у ролі підмета, наприклад: *I / LOVE / CHRISTMAS* ‘Я люблю Різдво’, *YOU / ARE / ON / MUTE* ‘Ви вимкнули звук’; *WE / ARE / ANGELS / FOREVER* ‘Ми ангели назавжди’.

2.3.2. Написи-складні речення. Складним називається речення, яке має дві (чи більше) граматичні основи. Частини складного речення, поєднані за змістом, інтонаційно та граматично, будовою подібні до простих речень [7, 326]. Написи на одязі, побудовані за моделлю складного речення, не характеризуються високою продуктивністю і налічують 8 одиниць, що становить 9,09 %, наприклад: *I / DON'T / SPEAK / ITALIAN / BUT / I / DO / SPEAK / MOSCHINO* ‘Я не розмовляю італійською, але я говорю Moschino’. *LIFE / IS / WHAT / MAKES / ME / SMILE* ‘Життя – це те, що змушує мене посміхатися’.

Висновки. Оскільки написи на одязі мають текстову природу, а тест може реалізуватися як в реченні, так і в окремій словоформі, досліджуваний матеріал було проаналізовано відповідно до ярусів мовної структури: слово, словосполучення та речення. Майже половину написів на одязі в англійськомовному дискурсі складають речення. Найбільш продуктивними є прості речення. У межах простих речень було виділено практично однакову кількість односкладних та двоскладних простих речень. Для односкладних характерним є вживання дієслова наказового способу, а у двоскладних прослідковується тенденція до використання особових займенників у ролі підмета.

Написи, побудовані за моделлю словосполучення, складають третю частину аналізованих одиниць. Текстові принти, реалізовані підрядними словосполученнями, відзначаються вищою продуктивністю. Високою частотою характеризуються іменниково-прикметникові словосполучення, а прикметниково-дієслівні, прикметниково-числівникові є рідковживаними.

Серед аналізованих написів на одязі найменш чисельнішими є ті, що реалізуються у слові. Найвищою продуктивністю в рамках написів-слів відзначається іменник.

Перспектива подальшого дослідження полягає у розширенні корпусу аналізованих одиниць та подальшому ґрунтовному дослідженні мовних особливостей написів на одязі в англійськомовному дискурсі моди.

Abstract. The main concern of the paper is to analyse the structural and grammatical features of the English inscriptions on clothing of the well-known brands. The methodological basis of the work includes the structural-grammatical analyses to systematize and classify the linguistic material, identify the frequency of certain structural types and interpret their features. As a result of the study, the main subgroups according to the language levels were identified, the productive structural models and the grammatical features of textual prints on clothing in English fashion discourse were determined.

Keywords: inscriptions on clothing, grammatical features, structure, fashion discourse.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Chilwa I., Ajiboye E. Discursive pragmatics of T-shirt inscriptions: Constructing the self, context and social aspirations. *Pragmatics and Society*. 2016. P. 436–462.
2. Nwala M. A. A Pragma-syntactic Analysis of Slogans on T-shirts. *AFRREV LALIGENS: An International Journal of Language, Literature and Gender Studies*. 2020. № 9. P. 86–94.
3. Yukhmina E., Mamonova N., Mingazheva E. Linguo-structural Analysis of the English T-shirt Inscriptions as New Urban Media. *Journalistic Text in a New Technological Environment: Achievements and Problems. The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*. 2019. Vol. 66. P. 424–431.
4. Долусова Н. В. Структурно-семантичні характеристики англomовних написів на жіночих футболках. *І Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція з питань методики викладання іноземної мови: «Дослідження та впровадження в початковий процес сучасних моделей викладання іноземної мови за фахом»*, при-

святчена 150-річчю ОНУ імені І. І. Мечникова та 55-річчю факультету романо-германської філології: 17 квітня 2015 р.: зб. матеріалів конференції. Одеса, 2015. С. 32–35.

5. Стрюк Н. В. Структурні особливості написів на одязі: рівень словосполучення (на матеріалі англійської та української мов). *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*. 2021. Вип. 22. С. 132–137.

6. Striuk N. Semantic classification of metaphors in Ukrainian and English inscriptions on clothing. *Ezikov Svyat (Orbis Linguarum)*. 2021. Vol. 19(1). P. 23–33.

7. Загнітко А. П. Теоретична граматики української мови: Синтаксис: монографія. Донецьк: ДонНУ, 2001. 662 с.

УДК 81'373.2:821.161.2(038) Стус

ДОСВІД СТВОРЕННЯ «СЛОВНИКА ВЛАСНИХ ІМЕН ПОЕТИЧНИХ ТЕКСТІВ ВАСИЛЯ СТУСА»

Б. Л. Писаренко, Е. О. Кравченко

Анотація. Розглянуто деякі аспекти онімографії (опис власних імен поетичних текстів). Запропоновано структуру і зміст словникової статті, що передбачають відображення у словнику парадигми іменування художнього об'єкта, надання енциклопедичної інформації, поетонімологічного коментаря, включення необхідного і достатнього контексту поетоніма. У роботі застосовано загальнофілологічні прийоми і методи ономастичних досліджень: систематизація і класифікація контекстів з поетонімами; контекстний аналіз; метод конструювання, аналізу й синтезу поетонімосфери; метод реконструювання зв'язків у парадигмі поетоніма й поетонімосфері. Зазначено проблеми і перспективи розвитку поетонімографії.

Ключові слова: власне ім'я, словникова стаття, поетонім, контекст, функція.

Словник мови письменника належить до лексикографічних праць, зорієнтованих на пізнання творчої спадщини автора й адекватну інтерпретацію мовлення лінгвоперсони. Створення «Словника власних імен поетичних і публіцистичних текстів Василя Стуса» стане проміжною ланкою для студіювань, пов'язаних із потрактуванням мовної особистості шляхом встановлення особливостей самовияву поета через вибір імені в поетичному / епістолярному дискурсі, смислові наращения онімів, перетворення імен в індивідуально-авторський символ і т. ін. З'ясування власне текстового і позатекстового потенціалів імен спрацює на адекватне сприйняття лінгвоперсони через вияв авторських смислів і замислів.

Метою дослідження є студіювання лексичного потенціалу мовної особистості Василя Стуса з окресленням закономірностей вияву семантично / символічно навантажених онімів як маркерів лінгвоіндивідуалізації. **Об'єктом** дослідження є пропріальні одиниці оригінальних поетичних творів Василя Стуса і перекладів (збірки «Круговерть», «Зимові дерева», «Веселий цвинтар», «Час творчості» та ін.) як елементів тексту й компоненти поетонімосфери. **Предмет** дослідження – твірна база (протоімени й апелятиви), семантика, функції, системна організація номінативних одиниць як репрезентантів мовної особистості Василя Стуса.

Концепція «Словника власних імен поетичних текстів Василя Стуса» полягає у створенні праці інтегрального типу, що поєднує ознаки тлумачного, енциклопедичного, частотного словників і словника-конкордансу. Праця має на меті зареєструвати й подати трактування всіх власних імен і (частково) безонімних номінацій, ужитих у текстах Василя Стуса, як значущих складників поетичного мовлення «в їхніх формальних і змістових виявах з урахуванням необхідного і достатнього контексту» [1, с. 5].

Перший том Словника вміщує 668 номінативних одиниць, вилучених із рукописів, білових і чорнових автографів першого тому творів Василя Стуса (книга перша – вірші 1958–1970 рр., що увійшли до остаточного варіанту збірок «Круговерть», «Зимові дерева», «Веселий цвинтар»; книга друга – твори періоду 1956–1971 рр., що не увійшли до трьох перших збірок поета) [1]; другий том включає близько 500 онімних лексем, вилучених із чистових автографів другого тому – збірки «Час творчості» (поезії Василя Стуса і переклади поетичних творів Й. В. Гете) [2].

Суцільна вибірка пропріальних одиниць доводить безконфліктне співіснування власних імен, різних за походженням, змістовим і функційним навантаженням, участю у конструюванні індивідуально-авторської картини світу і т. ін. Протоіменами у поетичних текстах Васи-