

## СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОЦІННОЇ СЕНСОРНОЇ ЛЕКСИКИ В ОГЛЯДАХ УКРАЇНСЬКИХ СТРАВ ТА ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ (на матеріалі YouTube відео англомовних блогерів)

*В. В. Головенько, О. О. Залужна*

*Анотація.* Стаття присвячена аналізу семантичних особливостей сенсорної лексики англійської мови із семою оцінки. Дослідження здійснюється на матеріалі відео англомовних блогерів, розміщених на платформі YouTube, що дозволяє розглянути особливості вживання сенсорної лексики в розмовному дискурсі з урахуванням суб'єктивного оцінного ставлення до характеристики українських страв та продуктів харчування. Шляхом застосування методу суцільної вибірки, компонентного аналізу, описового та кількісного методів здійснюється виокремлення мовних одиниць із загально- та частковооцінним значенням та їхнє групування на лексеми із позитивним та негативним знаком оцінки, де значно переважає позитивна оцінка.

*Ключові слова:* сенсорна лексика, оцінка, суб'єкт оцінки, об'єкт оцінки, знак оцінки.

### 1. Вступні зауваження

У сучасній науці у цілому та лінгвістиці зокрема одне із центральних положень займає принцип антропоцентризму, згідно з яким людина перебуває в центрі Всесвіту й, відповідно, в центрі наукового інтересу [1].

Сучасна лінгвістика також активно займається дослідженням питання мовної особистості та осмислення нею екстралінгвальної дійсності. Зокрема, посиленою увагою характеризується процес сприйняття й категоризації навколишнього світу й проблема мовної репрезентації перцептивної інформації, адже саме відчуття та сприйняття вважаються базовими методами пізнання світу.

Результати перцептивного процесу, нерозривно пов'язаного з органами чуття людини та відповідних сенсорних відчуттів (зору, слуху, смаку, дотику, запаху), відображає сенсорна лексика (СЛ), наприклад *sour* 'кислий', *bright* 'яскравий'.

Дослідження СЛ в різних її аспектах привертає увагу таких вчених, як Ю. Апресян, Н. Арутюнова, А. Вежбицька, О. Вольф, В. Грідасов, В. Дятчук, О. Потебня, Л. Пустовіт, І. Рузін, А. Шрам та багатьох інших.

Аналіз СЛ може здійснюватися на основі чи не усіх можливих складових реальності, адже людина сприймає дійсність на перцептивному рівні. Проте, саме аналіз СЛ для характеристики страв та продуктів харчування, дозволяє розглянути одиниці СЛ у комплексі, що поєднує вербалізацію результатів роботи усіх сенсорних рецепторів.

За Ж. Бубирьовою, у свідомості людини в процесі пізнання світу відбувається формування картини світу, особливості якої коригуються у процесі пізнання дійсності згідно з системою сприйняття, мисленням та нормами поведінки відповідного етносу [2].

Вагоме місце у формуванні картини світу кожної окремої особистості чи нації взагалі займає концепт оцінки, адже майже всі явища навколишнього світу сприймаються нами як позитивні, нейтральні чи негативні відповідно до особистих чи загальноприйнятих переконань [3].

Цілком зрозуміло, що описуючи страви та продукти харчування людина дає оцінку тим чи іншим їхнім властивостям. Дана оцінка виражає сенсорні вподобання мовця, таким чином вказуючи на його чи її ставлення до густативних, одоративних, аудіальних, кінестетичних чи візуальних особливостей певної страви чи продукту харчування.

Варто зазначити, що задля досягнення продуктивних результатів дослідження СЛ доцільним є звернення до розмовного дискурсу як до джерела формування емпіричної бази дослідження..

Важливе місце в сучасному комунікативному просторі займає інтернет-комунікація, що являє собою перенесення розмовного дискурсу в простір віртуальної комунікації та відображення сучасної «живої» мови [4]. Саме тому дослідження блогу, зокрема відеоблогу –

однієї із найбільш функційних форм інтернет-комунікації – забезпечує можливість різностороннього дослідження СЛ, у тому числі в рамках дослідження категорії оцінки.

Незважаючи на те, що питання СЛ вже досить довго залишається в межах наукового інтересу лінгвістів й охоплює достатньо велику кількість наукових розвідок, спостерігається потреба у проведенні дослідження СЛ на матеріалі розмовного дискурсу, що й детермінує **актуальність** даної роботи.

**Об'єктом** дослідження є СЛ англійської мови із семою оцінки.

**Предметом** виступають семантичні особливості СЛ англійської мови із семою оцінки.

**Мета** роботи полягає у проведенні семантичного аналізу оцінної СЛ в англійській мові. Досягнення мети стає можливим за умови вирішення таких **завдань**:

- виокремити лексеми із семою оцінки із загального корпусу СЛ;
- проаналізувати семантичні особливості обраних лексем;
- класифікувати СЛ із семою оцінки за семантичними ознаками;
- провести аналіз кількісних результатів дослідження.

**Матеріалом** дослідження слугують 69 лексем (559 слововживань) на позначення сенсорних відчуттів, що містять у своєму складі сему оцінки, дібраних методом суцільної вибірки з відео англійськомовних блогерів США та Великобританії загальною тривалістю 7 год. 47 хв. 33 с., розміщених на відповідних YouTube каналах, найпродуктивнішими серед яких є: Samuel and Andrey – Travel and Food Videos [5], Jamesyboy Experiment [6], emmymedeinJapan [7] та Matty Ice Reviews [8].

Мета та завдання, окреслені в роботі, а також специфіка об'єкта дослідження зумовили використання таких **методів та прийомів** лінгвістичного аналізу, як: метод суцільної вибірки, компонентного аналізу, описовий та кількісний методи дослідження.

## 2. Теоретичні засади дослідження

В основі процесу отримання й опрацювання інформації про навколишній світ лежить сенсорно-перцептивний рівень, на базі якого відбувається категоризація дійсності та обробка перцептивних даних засобами мови, що належать до СЛ [9].

СЛ називають номінативні одиниці на позначення сенсорних відчуттів, що утворюються завдяки дії п'яти модусів перцепції (візуальний, аудіальний, кінестетичний, одоративний, густативний) [9].

Під модусом перцепції, за І. Рузіним, слід розуміти перцептивні класи, що виділяються на основі ознак навколишнього світу, які сприймаються людиною за допомогою дії п'яти зовнішніх органів чуття (зору, слуху, смаку, дотику, запаху) [10].

Особливе місце в процесі формування ставлення мовця до екстралігвальної дійсності та вербалізації перцептивних вражень займає категорія оцінки. Для сучасної лінгвістики характерним є ставлення до оцінки як до логіко-семантичної категорії, де характер оцінки та її природа зумовлюють специфіку оцінних номінацій, їх семантичну структуру та типи відношень між ними [11–12].

О. Островська розглядає оцінку як лігвостилістичне явище, й визначає її як «закріплене у семантичній структурі слова оцінне значення, яке передає ставлення ... до співвіднесеного зі словом поняття або предмета за схемою: добре/погане, схвалення/несхвалення» [13].

Як семантичне поняття оцінка, на думку О. Вольф, вказує на ціннісний аспект значення, що може трактуватися як «А (суб'єкт оцінки) вважає, що Б (об'єкт оцінки) хороший/поганий». Вона належить до універсальних категорій, адже, вірогідно, носії будь-якої мови світу мають своє уявлення про «хороше/погане», хоча й різняться в способах його вираження [12].

Необхідно додати, що існує декілька засобів реалізації категорії оцінки, які, за О. Островською, можуть бути проаналізовані на трьох мовних рівнях: лексико-семантичному, морфологічному та синтаксичному. Аналіз реалізації категорії оцінки на лексико-семантичному рівні дозволяє виявити оцінний компонент безпосередньо в значенні слова. На

морфологічному рівні оцінка може бути виражена наступними розрядами: прикметниками, прислівниками, іменниками, дієсловами. Синтаксичний рівень реалізації категорії оцінки охоплює слова, словосполучення, висловлювання, речення та абзаци [13].

За твердженням О. Вольф, оцінка характеризується певною структурою, ключовими складовими якої є суб'єкт та об'єкт оцінки, пов'язані оцінним предикатом, шкала оцінок, орієнтувальні стереотипи та аспект оцінки, додатковими – мотивування, класифікатори, засоби інтенсифікації та деінтенсифікації [12].

Варто також зазначити, що лінгвістична оцінка, на думку Г. Кузенко, поділяється на декілька видів, серед яких: 1) позитивна / негативна / нейтральна; 2) загальна / часткова; 3) об'єктивна / суб'єктивна; 4) емоційна / раціональна / емоційно-раціональна; 5) абсолютна / порівняльна оцінки [14].

У межах даної роботи особлива увага зосереджується на двох типах аксіологічного значення: загальнооцінному та приватнооцінному. За Н. Арутюновою, перше реалізується за допомогою прикметників *хороший* і *поганий* та їхніх експресивних синонімів. Оцінку певного аспекту об'єкта виражає частковооцінне значення, яке дослідниця поділяє на три групи: а) сенсорні оцінки (сенсорно-смакові, психологічні); б) сублімовані (естетичні та етичні); в) раціоналістичні (утилітарні, нормативні, теологічні) [11].

Окрім вищезазначеної класифікації, застосовується поділ оцінного значення на позитивне (мейоративне, меліоративне), негативне (пейоративне, інвективне) та нейтральне [15].

### **3. Семантичні особливості СЛ з семою оцінки в оглядах українських страв та продуктів харчування**

Аналіз СЛ в оглядах англійських відеоблогерів дає змогу виокремити лексичні одиниці з семою оцінки, що використовуються суб'єктами оцінки щодо її об'єктів.

Суб'єктами оцінки в даному випадку є носії англійської мови, які, перебуваючи на території України або в межах своєї країни, дають оцінку смаковим, одоративним, кінестетичним, візуальним чи, в окремих випадках, аудіальним властивостям українських страв чи продуктів харчування, що безпосередньо виступають об'єктами оцінки.

Варто зазначити, що страви, тобто «приготовлені для їди продукти харчування» [16], оцінюються суб'єктом оцінки лише під час їхнього подорожування територією України, тоді як оцінку продуктів харчування мовці дають як куштуючи їх на території України, так і під час огляду посилок, доставлених із України, переважна більшість яких забезпечується американською компанією Universal Yums, що займається розсилкою так званих *snack boxes* 'коробок снєків' із різних країн світу.

Проаналізувавши усі об'єкти оцінки, можна виокремити декілька основних традиційних українських страв та продуктів харчування, оцінку яким дають англійські блогери. Серед страв найчастіше оцінюються борщ, зрази, вареники та котлета по-київськи, що дає змогу виокремити їх як традиційні стереотипні страви української кухні. Серед продуктів харчування найпоширенішими стають картопляні чіпси, сухарики, шоколадні батончики, желейні й карамельні цукерки та грильж.

Описуючи сенсорні відчуття, отримані під час оцінювання тієї чи іншої страви або продукту харчування, мовці використовують велику кількість одиниць СЛ, акцентуючи увагу безпосередньо на об'єктивних густативних, одоративних, кінестетичних, візуальних чи аудіальних властивостях страв і продуктів харчування або ж на власних суб'єктивних враженнях від них, останні з яких перебувають у центрі уваги даного дослідження.

Серед мовних одиниць із семою оцінки, що застосовуються мовцями у відеороликах, можна виокремити лексеми із загальнооцінним та частковооцінним аксіологічним значенням.

Хоча загальнооцінна лексика не містить сенсорних сем, вона була включена в корпус дослідження за рахунок специфіки джерел емпіричного матеріалу, адже формат відеоблогу дозволяє зробити однозначні висновки щодо того, чи несуть такі одиниці оцінку сенсорного сприйняття об'єкта.

Шляхом аналізу частотності слововживань серед лексем із загальнооцінним значенням було виділено 31 мовну одиницю, що найчастіше використовуються для опису страв чи продуктів харчування, серед яких: *good* ‘хороший/добрий’ (153 слововживання), *nice* ‘хороший’ (87 слововживань), *not bad* ‘непоганий’ (37 слововживань), *amazing* ‘дивовижний’ (12 слововживань).

Розглядаючи структуру загальної оцінки, необхідно зауважити, що загальнооцінне значення містить у собі характеристику одразу декількох ознак об’єкта оцінки, співвідношення яких визначає її знак (позитивний/негативний/нейтральний). При цьому важливо розуміти, що дане співвідношення позитивних та негативних ознак базується не на кількісному рівні, а на ієрархії цінностей в картині світу людини [10].

Матеріал даної лінгвістичної розвідки дозволяє виокремити загальнооцінні лексеми з позитивним (27 одиниць) та негативним (4 одиниці) знаком.

Мовні одиниці зі знаком «+», як правило, містять у своєму семантичному складі сему *good* і відрізняються за позначкою на шкалі оцінки, точкою відліку якої є безпосередньо прикметник *good* ‘хороший/добрий’. Наприклад, *okay* «satisfactory but not extremely good» [17] ‘хороший/нормальний’, *excellent* «extremely good or of very high quality» [17] ‘відмінний’, *perfect* «as good as possible, or the best of its kind» [17] ‘ідеальний’.

Лексеми зі знаком «-» точкою відліку на шкалі оцінки мають прикметник *bad* ‘поганий’, а відповідна сема *bad* входить до семантичного значення одиниць даної групи. Наприклад, *terrible* «very bad» [17] ‘жахливий’, *horrible* «very bad – used, for example, about things you see, taste, or smell, or about the weather» [17] ‘жахливий’, *god-awful* «informal, very bad or unpleasant» [17] ‘огидний’.

Для опису певних аспектів у характеристиці об’єктів оцінки використовуються лексичні одиниці з частковооцінним значенням, які у свою чергу, як було зазначено раніше, поділяються на три групи, серед яких, у зв’язку зі специфікою даного дослідження, розглядається група сенсорних оцінок (сенсорно-смакових, психологічних).

Сенсорно-смакова оцінка пов’язана з фізичними чуттєвим досвідом мовця, тобто таким, що утворений завдяки дії смакових, нюхових, зорових, тактильних чи звукових рецепторів, і виражає переважно смакові переваги суб’єкта оцінки, а не властивості безпосередньо притаманні об’єктові [11].

У межах одиниць даної підгрупи також можуть бути виокремлені лексеми з позитивною (18 одиниць) та негативною (3 одиниці) оцінками. Серед лексем зі знаком «+» найуживанішими є такі, як: *delicious* ‘смачний’ (24 слововживання), *lovely* ‘гарний’ (19 слововживань), *tasty* ‘смачний’ (15 слововживань). Лексеми зі знаком «-» обмежені лише трьома одиницями: *disgusting* ‘огидний’ (3 слововживання), *horrid* ‘неприємний’ (3 слововживання) та *ucky* ‘відразливий’ (1 слововживання).

Психологічна оцінка пов’язана з психічним чуттєвим досвідом мовця і є також виявленням суб’єктивного ставлення, хоча і є більш наближеною до раціоналізації оцінного значення, ніж сенсорно-смакова [11].

Мовні одиниці з психологічною оцінкою, дібрані з відеороликів, можна класифікувати за знаком оцінки на позитивно (9 одиниць) та негативно (8 одиниць) забарвлені.

Класифікуючи лексеми з психологічною оцінкою за знаком, варто звернути увагу на декілька мовних одиниць, серед яких: *plain* ‘звичайний’, *simple* ‘простий’ та *regular* ‘звичайний’.

Дані лексеми, на перший погляд, можуть здаватися носіями нейтральної оцінки, адже вони співвідносяться з певною нормою. Проте, варто зауважити, що шкала оцінки не є симметричною і те, що вважається нормою, розташовується, зазвичай, в зоні позитивної оцінки [18]. Але, враховуючи специфіку матеріалу даного дослідження, доцільним буде розглядати зазначені мовні одиниці з точки зору негативного оцінювання, адже від страв чи продуктів харчування, які куштуються вперше, скоріш за все, очікуються незвичні смакові відчуття, натомість їхня простота може викликати розчарування.

Таким чином, найуживанішими лексемами зі знаком «+» є: *unique* ‘винятковий’ (5 слововживань), *comforting* ‘утішний’ (4 слововживання) та *interesting* ‘цікавий’ (2 слововживання); зі знаком «-»: *weird* ‘дивний’ (27 слововживань), *strange* ‘дивний’ (4 слововживання), *odd* ‘дивакуватий’ (2 слововживання).

Підрахунки абсолютної та відносної кількості лексем, виокремлених із відеоматеріалу та погрупованих за вищезазначеними критеріями, подано в Таблиці 1.

Таблиця 1 – СЛ англійської мови з семою оцінки в оглядах українських страв та продуктів харчування

Тип аксіологічного значення	Підгрупи сенсорних оцінок	Знак оцінки	Кількість	%	Приклади
Загальнооцінне	–	позитивна	27	39,1 %	<i>cool, incredible</i>
		негативна	4	5,8 %	<i>terrible, god-awful</i>
Частковооцінне	сенсорно-смакова	позитивна	18	26 %	<i>delicate, pleasant</i>
		негативна	3	4,3 %	<i>disgusting, horrid</i>
	психологічна	позитивна	9	13 %	<i>bizarre, special</i>
		негативна	8	11,6 %	<i>boring, anemic</i>
<b>Всього</b>			<b>69</b>	<b>100 %</b>	

#### 4. Висновки

4.1. Опис сенсорних вражень, отриманих людиною під час дегустації їжі, неодмінно пов'язаний із суб'єктивною оцінкою густативних, одоративних, аудіальних, кінестетичних або візуальних особливостей страв чи продуктів харчування.

4.2. Суб'єкт оцінки оцінює об'єкт застосовуючи мовні одиниці із загальнооцінним або частковооцінним значенням, яке на даному матеріалі реалізується у формі сенсорно-смакової чи психологічної оцінки. Відповідно до смакових вподобань суб'єкта оцінки варіюється її знак, що призводить до утворення мовних одиниць із позитивною чи негативною семою оцінки.

4.3. Аналіз даного емпіричного матеріалу демонструє значну перевагу позитивної оцінки (78,1 %) над негативною (21,7 %), що говорить про достатньо схвальне ставлення англомовних відеоблогерів до української кухні.

4.4. Перспектива подальшого дослідження полягає у розширенні емпіричної бази дослідження для визначення особливостей функціонування СЛ в англомовному розмовному онлайн дискурсі.

*Анотація.* Стаття посвячена аналізу семантичних особливостей сенсорної лексики англійського мови з семою оцінки. Исследование осуществляется на материале видео англоязычных блогеров, что позволяет рассмотреть особенности употребления сенсорной лексики в разговорном дискурсе с учетом субъективного оценочного отношения к характеристике украинских блюд и продуктов питания. Путем применения метода сплошной выборки, компонентного анализа, описательного и количественного методов осуществляется выделение языковых единиц с обще- и частнооценочным значением и их группировка на лексемы с положительным и отрицательным знаком оценки, где доминируют единицы с положительной оценкой

*Ключевые слова:* сенсорная лексика, оценка, субъект оценки, объект оценки, знак оценки.

*Abstract.* The article is devoted to the semantic features analysis of the sensory lexis in the English language with the evaluation seme. The study is carried out on the material of the English-speaking bloggers videos, which allows to consider the peculiarities of the sensory lexis use in the conversational discourse, taking into account the subjective evaluative attitude to Ukrainian dishes and food products. By applying the method of sampling, component analysis, descriptive and quantitative methods, the language units with general and private evaluative meaning are distinguished, and the groups with the positive and negative evaluation are singled out.

*Key words:* sensory lexis, evaluation, subject of evaluation, object of evaluation, mark of evaluation.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Яровая Е. Ю. Лингвокультурологические особенности прилагательных полимодальных ощущений во французском, английском и русском языках. *Научные ведомости. Серия Гуманитарные науки.* 2015. № 12 (209). Вып. 26. С. 74–83.

2. Бубырева Ж. А. Когнитивные основы номинаций осязательного восприятия (на материале русского, французского, английского языков) : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Белгород, 2011. 23 с.
3. Буяр І. Є. Лінгвістична категорія оцінки: оцінювання досягнутого у вітчизняній лінгвістиці *Наукові записки. Серія «Філологічна»*. 2009. Випуск 11. С. 145–149.
4. Матковська О. Перспективи лінгвістичних досліджень блогів. *Людина. Комп'ютер. Комунікація : збірник наукових праць*. Львів : Видавництво Львівської політехніки. 2015. С. 128–131.
5. Samuel and Andrey – Travel and Food Videos [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://youtu.be/R012xnuZ094>
6. Jamesyboy Experiment [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://youtu.be/zdH-TAU29xE>
7. emmymedeinJapan [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://youtu.be/GdIRXFZXXk8>
8. Matty Ice Reviews [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://youtu.be/DM6QGUnecIU>
9. Семашко Т. Ф. Перцептивний і неперцептивний зміст етнокультурних стереотипів смакового модусу сприйняття. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2015. № 6. С. 75–79.
10. Рузин И. Г. Модусы перцепции (зрение, слух, осязание, обоняние, вкус) и их выражение в языке : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Москва, 1995. 21 с.
11. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. М. : Наука, 1988. 341 с.
12. Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. М. : Комкнига, 2006. 280 с.
13. Островська О. М. Лінгвостилістичні засоби реалізації категорії оцінки (на матеріалі американської художньої прози) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Львів, 2001. 31 с.
14. Кузенко Г. М. Структурно-семантичні та комунікативно-прагматичні особливості емотивних висловлювань негативної оцінки: функціонування : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2006. 211 с.
15. Коротун О. О. Семантика оцінки в номінаціях особи. *Ономастика і апелятиви: збірник наукових праць*. 2001. Вип. 14. С. 86-92
16. Словник української мови. Академічний тлумачний словник (1970–1980). URL : <http://sum.in.ua/>
17. Longman Dictionary of Contemporary English / [S. Bullon, A. Gadsby, etc. (eds.)]. Edinburg : Pearson Education Limited, 2014. 2161 p.
18. Михальченко М. Нейтральне для оцінки в аксіологічному просторі української мови. *Лінгвістичні студії: Збірник наукових праць*. 2012. Вип. 25. С. 130–133.

УДК 811.112.2'347

## **ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НАЗВ ХУДОЖНІХ ФІЛЬМІВ З НІМЕЦЬКОЇ МОВИ УКРАЇНСЬКОЮ**

*Н. В. Журавель, О. В. Білецька*

*Анотація.* Дослідження присвячене вивченню особливостей перекладу назв німецькомовних фільмів українською мовою. Досліджено функції назв художніх фільмів як одного з найпоширеніших типів заголовків. Визначено та проаналізовано перекладацькі трансформації, що використовуються під час перекладу назв художніх фільмів, а також з'ясовано основні перекладацькі стратегії.

*Ключові слова:* заголовок, функція заголовка, перекладацька трансформація, перекладацька стратегія, спосіб перекладу.

Переклад назви фільму – це відповідальний і складний процес, головне завдання якого полягає в складанні короткого, привертаючого увагу заголовка, який відображає зміст усього фільму і є розумним для носія іншої мови і культури. Однією з головних складових успіху кінофільмів є якісний переклад назв фільмів. Однак перекладачі зтикаються з низкою проблем, зокрема їм зустрічаються слова, значення яких важко або неможливо в повній мірі передати мовою перекладу.

Насьогодні існує велика кількість наукових робіт, присвячених вивченню та дослідженню проблем перекладу назв фільмів, це зокрема, праці Л. Бархударова, М. Берді, Д. Бузаджи, В. Виноградова, В. Горшкової, Г. Денісової, М. Єфремова, В. Комісарова, В. Красних, В. Крупнова, Ю. Лотмана, Р. Матасова, Г. Слишкіна, М. Снеткова та ін. Однак, особливості перекладу назв німецькомовних фільмів українською мовою все ще залишається малодослідженим, що зумовлює актуальність обраної теми.