

2. Janick Karol, Elements of British and American English. 3 Wzd. Karol Janick. Warszawa : Panswowe Wydawnisto Naukowe, 1977. 138 p.
3. Fénelon F. Lettre à l'académie. Genève : Droz, 1970. 144 p.
4. Webster's Seventh New Collegiate Dictionary. Toronto, Ontario : 1972. 930 p.
5. French Grammar and Cases. URL: <https://www.optilingo.com/blog/french/french-alphabet-2/>

ДО ПРОБЛЕМИ МОДЕЛЮВАННЯ КОНЦЕПТУ ПАРИЖ В УКРАЇНСЬКІЙ НАЦІОНАЛЬНО-МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ

Плавуцька І. Р.

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри української та іноземних мов
Тернопільський національний технічний університет
імені Івана Пулюя,
м. Тернопіль, Україна*

Помежів'я XX і XXI століть означене появою в мовознавстві цілої низки наук, що мають міждисциплінарний характер і сфокусовані на виявленні співвідношенні мови і мислення. Таке характерне зміщення дослідницьких акцентів спричинило формування, зокрема, лінгвоконцептології, проблемне поле якої визначається вивченням концептів як «згустків смислу» [2, с. 13], що «становлять культурну цінність» [6, с. 3], їх типології, засобів їх вербалізації, визначенням місця цих ментально-мовних утворень в концептосфері та національно-мовній картині світу.

У межах даної розвідки нас цікавить концепт *ПАРИЖ*, який не отримав свого належного вивчення у вітчизняній філологічній науці, – попри багатовікову історію взаємин Франції й України і активну присутність цього «кванту знання» [6, с. 90] в свідомості українців.

Концепт *ПАРИЖ* ідентифікуємо як іншокультурний національно-географічний концепт, який об'єктивується на усіх рівнях культурної свідомості (буденній, громадській, науковій) за допомогою різноманітних мовних засобів.

Складність вивчення цієї лінгво-ментальної сутності визначається двома факторами. Передусім, це пов'язано з проблемами ієрархічної організації будь-якої національної концептосфери. Послугуючись класифікацією ментальних одиниць Н. Кагановської (докладніше див.: [5]) ідентифікуємо концепт *ПАРИЖ* як мезоконцепт, що входить до ментального простору *ФРАНЦІЯ*, репрезентованого в мовній картині світу українців одноіменним топонімом (рівень гіперконцепту), який, своєю чергою, є складовою концепту *ЄВРОПА*

(рівень макроконцепту), а той – ментальної сутності найвищого рівня абстракції – мегаконцепту *ЗАХІД* в його географічному, геополітичному, геокультурному розумінні. З іншого боку в якості мезоконцепту це концептуальне утворення підпорядковує собі низку катаконцептів, які є «атомарними одиницями концептосистеми» [5] і вербалізують когнітивно-семантичний простір «ПАРИЖ».

Інша проблема, пов'язана з моделюванням концепту *ПАРИЖ*, полягає у тому, що ця одиниця когніції реалізується у різних сферах функціонування національної мови – у політичному, публіцистичному, науковому, рекламному тощо дискурсах, в художній літературі та т. ін. З огляду на специфіку цих дискурсивних практик в межах кожної з них актуалізуються і домінують різні семантико-змістові складові цього багатокомпонентного мовно-мисленнєвого утворення. Так, наприклад, в політико-публіцистичному дискурсі домінують такі понятійні аспекти як «столиця Франції», «французький уряд» – на кшталт *Париж справді має власну гру на газовій шахівниці* [7]. У рекламному дискурсі актуалізуються головно аспекти значення, що окреслюють ментально-семантичний простір «СТИЛЬ ЖИТТЯ», який включає такі концептуально-тематичні області як «МОДА», «КРАСА / МИСТЕЦТВО», «ВИШУКАНІСТЬ / ЕЛЕГАНТНІСТЬ», «ШОПІНГ», «ПОДОРОЖІ / ТУРИЗМ» тощо, пор.:

Це одне з найромантичніших і модних міст світу, який приваблює мільйони туристів знаменитими пам'ятками, прекрасною архітектурою, модними бутиками й особливою атмосферою любові та свободи [10] і т. п.

Відзначені концептуальні ознаки об'єктивуються за допомогою не лише лексеми-імені концепта, але й лексем-гіпонімів – назв визначних пам'яток історії і архітектури, знакових міських локацій на кшталт, гідрооб'єктів, назв відомих торгових марок, різноманітних артефактів тощо, пор.: *Париж цілком справедливо славиться прекрасним смаком і витонченістю. Для тих, хто стежить за модою, тут відкриваються необмежені можливості. Від butikів Louis Vuitton, Cartier, Gucci, Fendi та інших люксових брендів на Єлисейських полях <...> до виробів ручної роботи у маленьких сімейних магазинах на Монмартрі* [1]), а також спільнокореневих слів *парижани* (*парижанин / парижанка*), *паризький*, пор.: *Цей аромат – як молоденька чарівна парижанка, безтурботна і елегантна* [13]; *Паризька зачіска – це квінтесенція життєвого стилю і характеру жінки* [3] тощо.

Найбільше різноманіття семантико-змістових компонентів концепту *ПАРИЖ*, що об'єктивуються в процесі його вербалізації, питома для художньої літератури. Це різноманіття зумовлене специфічним змістом індивідуального досвіду і знань конкретного митця, його творчим задумом. Так, наприклад, у вірші А. Дмитрук: *Ти – мій закоханий Париж, // моя гірка ранкова кава* [4] актуалізовано поширене у масовій свідомості стереотипне уявлення про Париж як місто закоханих і романтиків.

Деякі смислові компоненти концепту *ПАРИЖ* можуть бути об'єктивовані за рахунок семантичної опозиції «свій – чужий». Приміром, в індивідуально авторській картині світу, відображеній в романі Ю. Яновського «Чотири шаблі», лексема-репрезентант концепта «Париж» та її смисловий еквівалент «місто» у протиставленні з елементами смислу українського етноспецифічного концепту *СТЕП*, вербалізованого спільнокореневою з іменем цього концепта – лексемою *степовий*, маркують французьку столицю як духовно й культурно «чужий» героєві простір, пор.: *Місто затискало в лапах Остюкову степову душу <...>. Вітри над Парижем дмухали чужі й нерівні* [12].

У повісті І. Нечуя-Левицького «Без пуття», що, за словами самого письменника, була пародією «на декадентство та символізм в письменстві» і водночас сатирою на деяких сучасних митцю киян [9, с. 367], опозиція «свій – чужий» вибудовується за рахунок іронічного протиставлення «ідеального» життя у французькій столиці і «грубих» реалій життя на батьківщині, пор.: *в нас у Києві не Париж і не Рим: фіякрів нема, а єсть тільки небезпечні мурла звощики* [8] тощо). Актуалізація ядерних ознак асоціативного поля концепта *ПАРИЖ* використовується письменником для висміювання морального звиродніння героїв повісті Павлуся Малини та Настусі Самусівни.

Таким чином, концепт Париж становить складну, багат шарову смислову структуру, яка виформовується цілою низкою структур нижчого рівня. Інтерпретаційне поле даного концептуального утворення формується з урахуванням стереотипів, пов'язаних з «чужою» культурою, а також на основі індивідуального досвіду і знань, що об'єктивуються в українській лінгвокультурі за допомогою специфічного комплексу мовних засобів.

Література

1. Вдалий шопінг в Парижі: кращі локації і практичні поради. URL: <https://travelroom.lviv.ua/stories113/>
2. Воркачев С. Г. Лингвокультурная концептология. Становление и перспективы. *Изв. РАН. Сер. литературы и языка*. 2007. Т. 66. № 2. С. 13–22.
3. 10 деталей, з-за яких французьки виглядають так стильно. URL: bt-women.com.ua.
4. Дмитрук А. Закоханий Париж. URL: <https://dmytruk.com.ua/zakohanyu-paris/>
5. Кагановская Е. М. Текстовые концепты художественной прозы: когнитивная и коммуникативная динамика (на материале французской романистики середины XX века) : автореф. дис. на соискание уч. степ. канд. филол. наук: 10.02.05 / Е.М. Кагановская. Київ, 2003. 34 с.
6. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Гнозис, 2004. 389 с.
7. Лазарева А. Про що мовчить Париж. *Тиждень*. 2019. № 50 (630) від 12 грудня. URL: <https://tyzhden.ua/Politics/238590>
8. Нечуй-Левицький І. Без пуття. URL: <https://www.ukrlib.com.ua/books/>

9. Нечуй-Левицький І. С. До Наталії Кобринської. Зібрання творів: у 10 т. Київ : Наук. думка, 1966. Т. 10. С. 366–369.
10. Париж. URL: <https://mandry.club/mista/parizh/>
11. Степанов Ю. С. «Интертекст», «Интернет», «Интерсубъект» (к основаниям сравнительной концептологии). *Изв. РАН. Сер. литературы и языка*. 001. 60. № 1. С. 3–11.
12. Яновський Ю. Чотири шаблі. URL: <https://litgazeta.com.ua/chytaty-onlayn/anovskij-urij-chotiri-shabli/>
13. Christian Dior Miss Dior Cherie L'Eau Тестер. URL: fresh-lime.com.ua

LES NÉOLOGISMES FRANÇAIS ET LEUR ORIGINE

Рибка Ю. Р.

*студентка факультету іноземних мов
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
м. Тернопіль, Україна*

On sait que la langue n'est pas figée, elle évolue en fonction des changements culturels, des progrès et découvertes scientifiques mais également des tendances observées chez les générations les plus jeunes. Donc, les néologismes nous entourent partout. Dans le travail, à l'école, dans la rue, à la télévision, etc. En lisant les quotidiens français nous nous sommes rendus compte à quel point la presse écrite influence la langue française. Elle crée un grand nombre des néologismes. Mais, qu'est-ce que *le néologisme*?

Ce terme a été emprunté de la langue française au XIXe siècle. En grec, *néo logos* – un nouveau mot. **Un néologisme** est un mot (nom commun, adjectif, expression) nouveau ou apparu récemment dans une langue, le phénomène de création de nouveaux mots communs étant appelé, de manière générale, «néologie». En lien avec le développement social, ce terme a élargi son sens. Donc, les différentes nouvelles unités linguistiques on appelle *les neologisms* [1]. En 2019, près de 150 nouveaux mots français sont ajoutés au dictionnaire: liker, brexit, replay, véloroute, etc [4]. Mais d'où viennent exactement ces nouveaux mots de la langue française enrichissant les dictionnaires? Découvrons l'origine de ces nouveaux termes.

Le web surfe sur les nouveaux mots français ajoutés au dictionnaire

Il faut dire que depuis l'avènement d'Internet comme premier espace d'échange, le web devient un nouvel espace de menace. Depuis quelques années, beaucoup de nouveaux mots pullulent à côté multimédia. Par exemple, vlog – un blog qui diffuse essentiellement des vidéos, googliser – c'est-à-dire rechercher des informations sur