

ISSN 2218-2926

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

V. N. KARAZIN KHARKIV NATIONAL UNIVERSITY

COGNITION, COMMUNICATION, DISCOURSE

Series “Philology”

23

International on-line scholarly journal

<http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

Published since 2010

Included in the list of specialized scientific publications in Ukraine category “Б”
(The order of the Ministry of Education and Science of Ukraine
from 28.12.2019 No 1643).

Kharkiv
2021

This issue of the journal offers results of philologic and translation interdisciplinary studies of English, Ukrainian and other languages with a special focus on their cognitive, pragmatic, philosophic, functional, and sociocultural analysis. The researches are underpinned by the cognitive, pragmatic, cultural, and integrative cognitive-pragmatic approaches to modern and historical material. This issue brings together linguists from different regions of Ukraine and Lithuania who suggest innovative approaches to the analysis of cognitive-pragmatic, sociocultural, and related characteristics of discourses of fiction and politics in linguistic and translation perspectives.

For linguists, teachers, graduate students and undergraduates.

Editor-in-Chief:

Iryna Shevchenko, Doctor, Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine);
iryna.shevchenko@karazin.ua;

Vice Editor-in-Chief:

Y. V. Bondarenko, Doctor, Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine);
ievgeniia.bondarenko.2014@gmail.com;

Consultant Editors:

Ronald W. Langacker, Doctor, Professor (University of California, San Diego, United States)
Suzanne Kemmer, Doctor, Professor (Rice University, Houston, United States)

Technical editor:

V. O. Gutorov, Doctor, Associate Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine); gutorov@karazin.ua

Executive secretary

A. B. Kalyuzhna, Doctor, Associate Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine);
alevtyna.kalyuzhna@karazin.ua; alevtyna_16@ukr.net;

Editorial Board:

Donka Alexandrova, Doctor, Professor (University St. Kliment Ohridski, Sofia, Bulgaria);
A. D. Belova, Doctor, Professor (Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine);
L. R. Bezugla, Doctor, Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine);
Natalia Chaban, Doctor, Professor (University of Canterbury, Christchurch, New Zealand);
V. E. Chernyavskaya, Doctor, Professor (Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russia);
Elzbieta Chrzanoska-Kluczevska, Doctor, Professor (Jagiellonian University in Krakow, Poland);
Margaret H. Freeman, Doctor, Professor Emeritus, Co-director (Myrrifield Institute for Cognition and the Arts, Heath, United States);
Seda Q. Gasparyan, Doctor, Professor (Yerevan State University, Armenia);
Alina Israeli, Doctor, Associate Professor, Department of World Languages and Cultures (American University, Washington, D.C., United States);
V. I. Karasik, Doctor, Professor (Pushkin State Russian Language Institute, Moscow, Russia);
Y. A. Karpilovska, Doctor, Professor (Ukrainian Language Institute, National Academy of Sciences, Kyiv, Ukraine);
Ben O'Loughlin, Professor (Royal Holloway, University of London, United Kingdom);
G. N. Manaenko, Doctor, Professor (North Caucasus Federal University, Stavropol, Russia);
A. P. Martynyuk, Doctor, Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine);
Francisco D. Matito, Doctor, Professor Titular (University of La Rioja, Logroño, Spain);
O. I. Morozova, Doctor, Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine);
Nataliya Panasenko, DrSci, Professor (University of SS Cyril and Methodius in Trnava, Slovakia);
V. G. Pasynok, Doctor, Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine);
A. M. Prykhodko, Doctor, Professor (Zaporizhzhia National Technical University, Ukraine);
O. V. Rebrij, Doctor, Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine);
V. O. Samokhina, Doctor, Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine);
L.V. Soloschuk, Doctor, Professor (V. N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine);
Peeter Torop, Doctor, Professor (University of Tartu, Estonia);
O. P. Vorobyova, Doctor, Professor (Kyiv National Linguistic University, Ukraine);
S. A. Zhabotynska, Doctor, Professor (Bohdan Khmelnytsky Cherkassy National University, Ukraine).

Editorial Address:

4, Svobody square, Kharkiv, 61022, Ukraine
(V.N. Karazin Kharkiv National University, Ukraine)
Faculty of Foreign Languages
Tel.: (057) 707-51-44
cognition.discourse.journal@karazin.ua
<http://www.periodicals.karazin.ua>
Internet-page: <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>
All articles are double blind peer reviewed
Semiannual

Recommended by the Academic Council of V.N. Karazin Kharkiv National University
(Minutes # 15 of December 28, 2021)

Abstracting / Indexing:

Bielefeld Academic Search Engine (BASE),
Directory of Open Access Journals (DOAJ),
Index Copernicus,
ERIH PLUS,
Google Academy,
ResearchBib,
Scientific Indexing Services (SIS),
Vernadsky National Library of Ukraine,
Ulrichsweb.

ISSN 2218-2926

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В. Н. КАРАЗІНА

КОГНІЦІЯ, КОМУНІКАЦІЯ, ДИСКУРС**Напрямок “Філологія”****№ 23**

Міжнародний електронний збірник наукових праць

Започаткований у 2010 р.

Включено до Переліку
спеціалізованих наукових видань України категорії “Б”
(наказ МОН України від 28.12.2019 № 1643).

Харків
2021

Це видання пропонує до уваги результати досліджень з філологічних та перекладацьких міждисциплінарних дисциплін англійської, української та інших мов, які фокусуються на їх когнітивному, філософському, функціональному та соціокультурному аналізі. Дослідження ґрунтуються на когнітивному, прагматичному, культурному та інтегративному когнітивно-прагматичному підходах до сучасного та історичного матеріалу. Видання об'єднує лінгвістів різних регіонів України, Латвії, які пропонують інноваційні підходи до аналізу когнітивно-прагматичних, соціокультурних та відповідних характеристик художніх та політичних дискурсів в межах лінгвістичної та перекладацької перспектив.

Для лінгвістів, викладачів, аспірантів і магістрантів.

Затверджено рішенням Вченої ради
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
(протокол № 15 від 28 грудня 2021 р.)

Головний редактор

I. С. Шевченко, докт. філол. наук, професор (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна);
iryua.shevchenko@karazin.ua;

Заступник головного редактора

Є. В. Бондаренко, доктор філол. наук, професор (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна);
ievgeniia.bondarenko.2014@gmail.com;

Редактори-консультанти

Роналд Ленекер, доктор наук, професор (університет Каліфорнії, Сан-Дієго, США)
Сюзанна Кеммер, доктор наук, професор (університет Райс, Х'юстон, Техас, США)

Технічний редактор

В. О. Гуторов, канд. філол. наук, доцент (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна);
gutorov@karazin.ua

Відповідальний секретар

А. Б. Калюжна, канд. філол. наук, доцент (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна);
alevtyna.kalyuzhna@karazin.ua; alevtyna_16@ukr.net ;

Редакційна колегія

Донка Александрова, доктор філософії, професор (університет Св. Климента Охридського, Софія, Болгарія)
Л. Р. Безугла, докт. філол. наук, професор (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна)
А. Д. Белова, докт. філол. наук, професор (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна)
О. П. Воробйова, докт. філол. наук, професор (Київський національний лінгвістичний університет, Україна)
С. К. Гаспарян, докт. філол. наук, професор (Єреванський державний університет, Вірменія)
С. А. Жаботинська, докт. філол. наук, професор (Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, Україна)
Аліна Израелі, доктор, доцент, кафедра мов і культур світу (Американський університет, Вашингтон, США)
В. І. Карасик, докт. філол. наук, професор (Державний інститут російської мови імені О. С. Пушкіна, Москва, Росія)
Є. А. Карпіловська, докт. філол. наук, професор (Інститут української мови Національної академії наук України, Україна)
Ельжбета Кржановська-Ключевська, доктор наук, професор (Ягелонський університет, Краків, Польща)
Бен О'Лофлін, професор (університет Лондона, Ройал Холлоу, Велика Британія)
Г. М. Манаєнко, докт. філол. наук, професор (Північно-Кавказький федеральний університет, Ставрополь, Росія)
А. П. Мартинюк, докт. філол. наук, професор (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна)
О. І. Морозова, докт. філол. наук, професор (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна)
Наталія Панасенко, докт. філол. наук, професор (Трнавський університет св. Кирила і Мефодія, Словачія)
В. Г. Пасинок, докт. пед. наук, професор (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна)
А. М. Приходько, докт. філол. наук, професор (Запорізький національний технічний університет, Україна)
О. В. Ребрій, докт. філол. наук, професор (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна)

В. О. Самохіна, докт. філол. наук, професор (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна)

Л. В. Солощук, докт. філол. наук, професор (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна)

Пеетер Тороп, доктор філології, професор (Тартуський університет, Естонія)

Маргарет Фріман, доктор філософії, почесний професор (Веллі коледж, Лос-Анжелес, США); співдиректор (Меріфілд інститут когніції та гуманітарних наук, Хіт, США)

Наталія Чабан, доктор філософії, професор (університет Кентербері, Крайстчерч, Нова Зеландія)

В. С. Чернявська, докт. філол. наук, професор (Санкт-Петербурзький державний політехнічний університет Петра Великого, Росія)

Адреса редакційної колегії:

Україна, 61022, м. Харків, майдан Свободи, 4
(Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна)
Факультет іноземних мов. Тел.: (057) 707-51-44
cognition.discourse.journal@karazin.ua
<http://www.periodicals.karazin.ua>

Інтернет-сторінка: <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

Текст подано в авторській редакції. Статті пройшли внутрішнє та зовнішнє рецензування.

Періодичність – 2 випуски на рік

Журнал “Kognitsia, kommunikatsia, diskurs” індексовано в міжнародних базах даних:

Bielefeld Academic Search Engine (BASE),
Directory of Open Access Journals (DOAJ),
Index Copernicus,
ERIH PLUS,
Google Academy,
ResearchBib,
Scientific Indexing Services (SIS),
Vernadsky National Library of Ukraine,
Ulrichsweb.

ISSN 2218-2926

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УКРАИНЫ

**ХАРЬКОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени В. Н. КАРАЗИНА**

КОГНИЦИЯ, КОММУНИКАЦИЯ, ДИСКУРС

Направление “Филология”

№ 23

Международный электронный сборник научных трудов

Основан в 2010 г.

**Включен в Перечень
специализированных научных изданий Украины категории “Б”
(приказ МОН Украины от 28.12.2019 № 1643).**

**Харьков
2021**

В данном журнале представлены результаты исследований филологических и переводческих междисциплинарных дисциплин английского, украинского и других языков, которые фокусируются на их когнитивном, философском, функциональном и социокультурном анализе. Исследования опираются на когнитивные, прагматические, культурные и интегративные когнитивно-прагматические методы исследования современного и исторического материала. Журнал объединяет лингвистов из различных регионов Украины и Латвии, которые предлагают инновационные подходы к анализу когнитивно-прагматических, социокультурных и соответствующих характеристик художественных и политических дискурсов в рамках лингвистической и переводческой перспектив.

Для лингвистов, преподавателей, аспирантов и магистрантов.

Утверждено решением Ученого совета
Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина
(протокол № 15 от 28 декабря 2021 г.)

Главный редактор

И. С. Шевченко, докт. филол. наук, профессор (Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина);
iryna.shevchenko@karazin.ua;

Заместитель главного редактора

Е. В. Бондаренко, докт. филол. наук, профессор (Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина);
ievgeniia.bondarenko.2014@gmail.com;

Редакторы-консультанты

Рональд Ленекер, доктор наук, профессор (университет Калифорнии, Сан-Диего, США)
Сюзанна Кеммер, доктор наук, профессор (университет Райс, Хьюстон, Техас, США)

Технический редактор

В. А. Гуторов, канд. филол. наук, доцент (Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, Украина); gutorov@karazin.ua;

Ответственный секретарь

А. Б. Калюжная, канд. филол. наук, доцент (Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, Украина); alevtyna.kalyuzhna@karazin.ua; alevtyna_16@ukr.net;

Редакционная коллегия

Донка Александрова, доктор философии (университет Св. Климента Охридского, София, Болгария)
Л. Р. Безуглая, докт. филол. наук, профессор (Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, Украина)
А. Д. Белова, докт. филол. наук, профессор (Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Украина)
О. П. Воробьева, докт. филол. наук, профессор (Киевский национальный лингвистический университет, Украина)
С. К. Гаспарян, докт. филол. наук, профессор (Ереванский государственный университет, Армения)
С. А. Жаботинская, докт. филол. наук, профессор (Черкасский национальный университет имени Богдана Хмельницкого, Украина)
Алина Израели, доктор, доцент, кафедра языков и культур мира (Американский университет, Вашингтон, США)
В. И. Карасик, докт. филол. наук, профессор (Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина, Москва, Россия)
Е. А. Карпиловская, докт. филол. наук, профессор (Институт украинского языка Национальной академии наук Украины, Украина)
Эльжбета Кржановска-Ключевска, доктор наук, профессор (Ягеллонский университет, Краков, Польша)
Бен О'Лофлин, профессор (университет Лондона, Ройал Холлоу, Великобритания)
Г. Н. Манаенко, докт. филол. наук, профессор (Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия)
А. П. Мартынюк, докт. филол. наук, профессор (Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, Украина)
Е. И. Морозова, докт. филол. наук, профессор (Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, Украина)
Наталья Панасенко, докт. филол. наук, профессор (Трнавский университет св. Кирила и Мефодия, Словакия)
В. Г. Пасынок, докт. пед. наук, профессор (Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина,

Украина)

А. Н. Приходько, докт. филол. наук, профессор (Запорожский национальный технический университет, Украина)

А. В. Ребрий, докт. филол. наук, профессор (Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, Украина)

В. А. Самохина, докт. филол. наук, профессор (Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, Украина)

Л. В. Солощук, докт. филол. наук, профессор (Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, Украина)

Пеэтер Тороп, доктор философии, профессор (Тартуский университет, Эстония)

Маргарет Фриман, доктор философии, почетный профессор (Вэлли Колледж, Лос-Анжелес, США); со-директор (Мэрифилд институт когниции и гуманитарных наук, Хит, США)

Наталья Чабан, доктор философии, профессор (университет Кентерберри, Крайстчерч, Новая Зеландия)

В. Е. Чернявская, докт. филол. наук, профессор (Санкт-Петербургский государственный политехнический университет Петра Великого, Россия)

Адрес редакционной коллегии:

Украина, 61022, г. Харьков, пл. Свободы, 4

Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина

Факультет иностранных языков Тел.: (057) 707-51-44

cognition.discourse.journal@karazin.ua

<http://www.periodicals.karazin.ua>

Интернет-страница: <http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

Текст дается в авторской редакции. Статьи прошли внутреннее и внешнее рецензирование.

Периодичность – 2 выпуска в год.

Журнал “Kognitsia, kommunikatsia, diskurs” индексирован в международных базах данных:

Bielefeld Academic Search Engine (BASE),

Directory of Open Access Journals (DOAJ),

Index Copernicus,

ERIH PLUS,

Google Academy,

ResearchBib,

Scientific Indexing Services (SIS),

Vernadsky National Library of Ukraine,

Ulrichsweb.

CONTENTS

Belova Alla GOOGLE DOODLES as MULTIMODAL STORYTELLING.....	13
Davydenko Inna, Kalyuzhna Alevtyna, Shevchenko Iryna THE EVOLUTION OF THE CONCEPT OF <i>ART</i> IN THE ENGLISH LINGUISTIC CONSTRUAL OF THE WORLD: FROM <i>CRAFT</i> TO <i>CREATIVITY</i>	30
Kalyta Alla, Klymenyuk Oleksandr METHODOLOGY OF INTERPRETING THE RESULTS OF THE INTERDISCIPLINARY LINGUAL-AND-ENERGETIC RESEARCH.....	51
Kravchenko Natalya, Yudenko Oleksandr VISUAL METAPHOR IN COMMERCIAL AD: EFFECTIVENESS OR FAILURE?	62
Martynyuk Alla, Akhmedova Elvira COGNITIVE TANSLATION ANALYSIS OF FICTION SIMILE.....	72
Shevchenko Iryna, Matiukhina Yuliia, Drazdauskienė Maria Liudvika THE EVOLUTION OF THE ENGLISH SMALL TALK: A COGNITIVE-PRAGMATIC ANALYSIS.....	87
Vakhovska Olha SUBJECTIVITY IN METAPHOR TRANSLATION: A CASE FOR RUSSIAN TRANSLATION OF ENGLISH METAPHORS OF DEPRESSIVE EMOTIONS GUIDELINES FOR CONTRIBUTORS	99
Kuznyetsova Ganna POLITICAL DISCOURSE FROM THE STANDPOINT OF THE ADDRESSEE	118
GUIDELINES FOR CONTRIBUTORS	130

ЗМІСТ

Белова А. Д. GOOGLE DOODLES ЯК МУЛЬТИМОДАЛЬНИЙ СТОРІТЕЛІНГ	13
Давиденко І. В., Калюжна А. Б., Шевченко І. С. ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПТУ <i>МИСТЕЦТВО</i> В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ: ВІД <i>РЕМЕСЛА</i> ДО <i>ТВОРЧОСТІ</i>	30
Калита А. А., Клименюк О. В. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ МІЖДИСЦИПЛІНАРНИХ ЛІНГВО-ЕНЕРГЕТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ	51
Кравченко Н. К., Юденко О. І. ВІЗУАЛЬНА МЕТАФОРА В КОМЕРЦІЙНІЙ РЕКЛАМІ: ЕФЕКТИВНІСТЬ ЧИ НЕВДАЧА?	62
Мартинюк А. П., Ахмедова Е. Д. КОГНІТИВНИЙ ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АНАЛІЗ ХУДОЖНІХ ПОРІВНЯНЬ	72
Шевченко І. С., Матюхіна Ю. В., Драздаускенė Марія Людвіка ЕВОЛЮЦІЯ АНГЛІЙСЬКОЇ SMALL TALK: КОГНІТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ	87
Ваховська О. В. СУБ'ЄКТИВНІСТЬ У ПЕРЕКЛАДІ МЕТАФОР: РОСІЙСЬКОМОВНИЙ ПЕРЕКЛАД АНГЛІЙСЬКИХ МЕТАФОР ДЕПРЕСИВНИХ ЕМОЦІЙ	99
Кузнєцова Г. В. ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС В АСПЕКТІ АДРЕСАТА	118
РЕКОМЕНДАЦІЇ АВТОРАМ З ОФОРМЛЕННЯ СТАТЕЙ	130

СОДЕРЖАНИЕ

Белова А. Д. GOOGLE DOODLES КАК МУЛЬТИМОДАЛЬНЫЙ СТОРИТЕЛИНГ	13
Давиденко И. В., Калюжная А. Б., Шевченко И. С. ЭВОЛЮЦИЯ КОНЦЕПТА <i>ИСКУССТВО</i> В АНГЛИЙСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА: ОТ <i>РЕМЕСЛА</i> К <i>ТВОРЧЕСТВУ</i>	30
Калита А. А., Клименюк А. В. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРПРЕТАЦИИ РЕЗУЛЬТАТОВ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ ЛИНГВО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ	51
Кравченко Н. К., Юденко А. И. ВИЗУАЛЬНАЯ МЕТАФОРА В КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ: ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИЛИ НЕУДАЧА?.....	62
Мартынчук А. П., Ахмедова Э. Д. КОГНИТИВНЫЙ ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ СРАВНЕНИЙ	72
Шевченко И. С., Матюхина Ю. В., Драздаускенё М. Л. ЭВОЛЮЦИЯ АНГЛИЙСКОЙ SMALL TALK: КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ.....	87
Ваховская О. В. СУБЪЕКТИВНОСТЬ В ПЕРЕВОДЕ МЕТАФОР: РУССКОЯЗЫЧНЫЙ ПЕРЕВОД АНГЛИЙСКИХ МЕТАФОР ДЕПРЕССИВНЫХ ЭМОЦИЙ	99
Кузнецова Г. В. ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В АСПЕКТЕ АДРЕСАТА	118
РЕКОМЕНДАЦИИ АВТОРАМ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ.....	130

Cognition, communication, discourse. 2021, 23: 13-29.
<http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

<https://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-01>

Received 10.09.2021; revised and accepted 01.12.2021

UDC 81'2:811.111

GOOGLE DOODLES AS MULTIMODAL STORYTELLING

Alla D. Belova

Doctor of Sciences in Linguistics, Professor,
Taras Shevchenko National University of Kyiv (60 Volodymyrska, Kyiv, 01033, Ukraine)
e-mail: profbelova@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3014-326X>

Article citation: Belova, A. D. (2021). Google doodles as multimodal storytelling. *Cognition, communication, discourse*, 23, 13-29. <http://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-01>

Abstract

This article highlights increasing multimodality of online communication, in particular, multimodal alteration of Google logo known as Google Doodle. Doodles are interesting in terms of multimodal communication, semiotic landscape, encoding and decoding information, meaning-making, visual storytelling and visual communication in the globalized world, which remains multilingual, multicultural, multiracial, multiethnic and prone to conflicts. Despite the problems of aberrant decoding Umberto Eco described, visual communication proves to be the economical and effective means of informing the global audience. Google Doodles progressed from simple pictorial elements added to the Google verbal logo to intricate images with complicated multi-tier historical and cultural background, animated, interactive, hyper-linked, AI-based, video doodles, puzzles and even diverse games. Doodles followed and mirrored ICT and visual design evolution, developed in parallel with digital design and digital multimodality. Google used the chance to implement and demonstrate digital design potential in modern communication. Google Doodles became bright examples of infotainment, edutainment and gamification as every doodle was to inform, to educate, to astonish, to trigger WOW effect while celebrating some remarkable personality or event. Every Doodle is the result of thorough research into the issue, of sophisticated visual and digital design, of unique imaginativeness and high creativeness of the world best mind what makes it possible to squeeze an elaborate story into a picture or a short video. Google Doodles tend to become unique samples of multimodal storytelling, highly complicated semiotically and cognitively. Doodlers make great fun for many people, they send them googling to track down amazing stories, to discover intriguing details, to generate ergodic discourse and broaden knowledge horizon. Support of *Doodle 4 Google* competition among kids promotes multiliteracy and digital culture what is crucial to keep young generations future-proof.

Keywords: logo, Google Doodle, digital design, digital multimodality, edutainment, infotainment, multimodal communication, visual design, storytelling, semiotic landscape.

1. Introduction

Multimodality has become a noticeable trend in communication of the 21st century. Google Doodle, a temporary alteration of the logo on Google's homepage to commemorate events, academic achievements, technical innovations, prominent historical figures, celebrities, international and national holidays is a perfect example of increasing multimodality in modern communication. It is an argument in favour of visualized storytelling as communication type in the globalized world, of visual and graphic design as an aesthetics trend. Firstly created in 1998 by Larry Page and Sergey Brin, Google co-founders, to honor the annual Burning Man festival in Nevada (Google, 1998), Google Doodle made a long way from *a doodle* in its primary meaning ("an aimless or casual scribble, design, or sketch" (Dictionary by Merriam-Webster: America's most-trusted online dictionary, n.d.) to sophisticated pictures with intricate multi-tier historical and cultural background,

animated, interactive, hyper-linked, AI-based, video doodles, interactive puzzles and games. Initially, Google Doodles were designed by invited artists but in the early 2010s when they started gaining popularity, growing semiotically and cognitively complicated, Google set up a team of high-calibre professionals—creative designers, artists, engineers and programmers known nowadays as Doodlers (The Guardian, n.d.). The Doodlers have created nearly 5,000 doodles, global and local, for Google's homepages around the world. Google Doodles followed and mirrored ICT and visual design evolution, developed in parallel with digital design and digital multimodality. Changing its logo Google used the chance to implement and demonstrate digital design potential, infotainment and edutainment strategies, gamification as every doodle was to astonish, to trigger WOW effect, to inform, to educate while celebrating some remarkable personality or event. There might be debates about the most notable Google Doodles. ICT and digital multimodality breakthroughs make the first-ever doodle in its category becomes noticeable. Sometimes information about new technologies in Google Doodle falls into the category of TechNews surveys (Al-Heeti, 2020). Now any conspicuous Google Doodle tends to be multimodal. Every Doodle is the result of extensive investigation, of sophisticated visual and digital design, unique imaginativeness and high creativeness of the world best mind what makes it possible to squeeze the extraordinary story into a picture or a short video. Numerous semiotic modes (visual images, colors, symbols etc.) and media (animation, video, games, interactivity, AI, sharing via social media) make Google Doodles brilliant examples of digital multimodality. Since 2012, '*multimodalized*' Doodle narration might be extended and clarified by a hyperlinked story—brief information on the doodle, facts and details which inspired the Doodle team, emotional memories of the Doodlers' leader or the artist who designed the doodle, reminiscences of the people who had been close to the celebrity for years etc. For instance, Freddie Mercury doodle is hyperlinked to the memories of Dr. Brian May, CBE, Guitarist of his first meeting with then-beginning charismatic musician, his 'evolution into a world-class vocal talent', and personal impressions of Jennifer Hom who had been working on the doodle for four months (Google, 2011b). Multimodal Doodles convey concise stories and spur visitors to google for relevant facts, to plunge into history, narration, biographies with multiple implications, controversy and criticism, to generate ergodic discourse and broaden one's knowledge horizon.

2. Theoretical background

In the 2020s, the research of multimodality spans diverse sectors and fields, ranging from communication, advertising, multisensory marketing, packaging (Hultén, 2015) to transport, logistics, distribution, medicine.

In the 2010s, famous museums of modern art and academic laboratories united their efforts to organize exhibitions and demonstrate the role of taste, smell, touch, gestures in multisensory art and communication (Palmer, 2016; Verbeek, 2021; University College London, 2019; Museum of Arts and Design, 2013; Museum Villa Rot, 2015; Quenqua, 2015), thus promoting further interest to diverse modes in communication and cognition. The shift to online communication during the COVID-19 pandemic intensified digital multimodality growth. Major and minor museums had to shift to digital domain, to transform their activity and discourse, to experiment with modes and media, with multimodal storytelling, to extend multimodality to make visitors' impressions multisensory and interactive (Diamantopoulou, Paschou, & Papaioannou, 2020; Interreg Europe, 2020; Grant, 2020; Ings, 2021; King et al, 2021; Panetta, 2021). COVID-19 pandemic entailed multimodalization and semiotics diversification of online landscape.

Multimodality has become one of the most popular areas of research in linguistics and theory of communication during the last decade. Numerous conferences and mushrooming publications evidence increasing multimodality of communication. Routledge publishes Multimodality Studies Series to explore multimodal meaning-making in modern world.

The theoretical background of multimodality research are the fundamental works of Kress

and van Leeuwen (Kress & van Leeuwen, 2001; 2006; Kress, 2010). New generation of scholars extended the scope of multimodality studies (Blasch, 2021; Moschini & Sindoni, 2021a; Moschini & Sindoni, 2021b; Stöckl, Caple, & Pflaeging, 2019; Matwick, 2016; Popa, 2016; Zentz, 2016). Multimodal communication is becoming more popular as an object of research in linguistics and narratology (Cohn et al., 2017; Krysanova, 2019; Maargaard, 2018; Shevchenko, 2019; Torop, 2019; Yefimenko, 2018).

Multimodal evolution of Google Doodles can be described as the progress from pictorial images, images with colour and graphic symbols to animated, interactive doodles (Karataieva, 2014). Publications about notable Google Doodles highlight details and implications, attract attention to the event or personality Doodles celebrate (Wikipedia, n.d.). Multimodal and semiotic analysis of Google Doodles reveals the role of visual image and sign in modern communication, the importance of sign making and multimodal meaning-making.

3. Research findings

The decision on the theme of a Google Doodle is taken by the team and can be the result of brainstorming and hectic discussion of the ideas voiced by Doodlers and offered in abundance by Google users. Google Doodle creation might be a long-term process. After the first sketches were made, it might take several months to hatch the doodle. To tell an amazing story Doodlers have to conduct the in-depth research, to unwind the life tapestry of the famous person they decided to celebrate, to accumulate little-known facts interviewing relatives, personal assistants, friends. To provide more entertainment for the readers and bring a touch of pure magic to multimodal storytelling the Doodlers' jobs might be presented in a fantastic, light-hearted manner:

- (1) *Engineering Gurus - Rui Lopes, Corrie Scalisi, Mark Ivey*
All things D of 3 - Leon Hong
Deity of rain, lava & lightning - Kevin Laughlin
 (Google, 2013).
- (2) *Engineering wizardry: Mark Ivey, Kris Hom, Brian Murray*
Background wonderfulness: Kevin Laughlin
Game ideas: Everyone
 (Google, 2015a).

Global popularity of Google Doodles and their increasing complexity entailed collaboration of Doodle team with other institutions and agencies, for example, with the Tokyo-based animation house to design the logo for Tokyo Olympic Games (Google, 2021d), with STUDIO4°C for Earth Day Doodle (Google, 2021d), with New York-based *The Honeybee Conservancy* for Earth Day (Goole, 2020b).

Popularity of Google Doodles is proved by their increase in number, by the impressive list of publications about them, harsh criticism of particular doodles that signals there are true Google Doodle watchers who consider them from all angles and promote interest to the logo. For instance, sharing egalitarian beliefs newsmen and activists demand from the Google corporation equal presentation of races and genders in the doodles. The advocacy group reported that between 2010 and 2013, 62% of people celebrated in doodles were white men (SPARK Movement, n.d.; Shockman, 2016). Having been criticized for posting doodles related to religious holidays, Google abstains from referencing religious themes and iconography in doodles (Wikipedia, n.d.). The last time Google celebrated Easter was April 23, 2000 (Miles, 2018) what, in its turn, triggers criticism. Some US politicians and newsmen claim Google with its headquarters in the USA ignores milestones of American history while celebrating insignificant occasions and controversial personalities (Puzzanghera, 2007).



Figure 1. First Google Doodle created in 1998 by Larry and Sergey Brin to honor the Burning Man festival (Google, 1998).



Figure 2. Google doodle backs gay rights in Russia (Google, 2014)

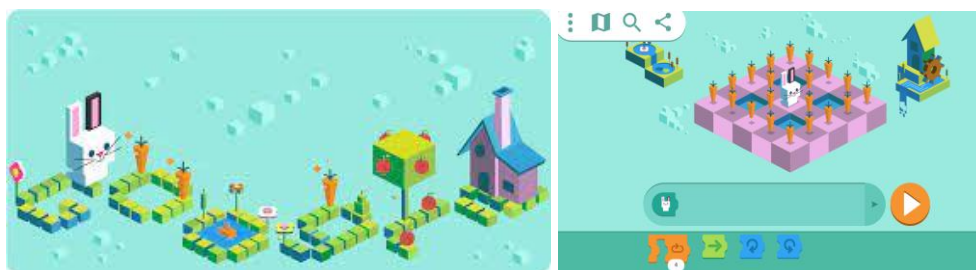
Simultaneously, Google Doodles visualize corporate vision and stance on disputable social issues. In February 2014 on the eve of the Olympic Games in Sochi, Google used color symbolism for the rainbow doodle to back gay rights in Russia (Google, 2014).

Competition among school kids for the best *Doodle for Google* (Google, n.d.) makes doodles more popular with young generations. The competition originated in Great Britain, then spread to the USA, was launched in India and Singapore. Involvement of current generations of school children into the *Doodle for Google* contest strongly encourages their creativity, design skills, and, more important, their loyalty to ICT, digital culture making kids future-proof. Champika Fernando, one of the project's most passionate collaborators at MIT, shared her thoughts:

...With Scratch, kids can create their own interactive stories, games, and animations, using coding blocks just like the ones in today's Doodle. They can also share their projects in an online community with millions of other kids around the world. We believe all kids should have the opportunity to develop their confidence with the technology that surrounds us (Google, 2017a).

Google's support of digital culture was evident in the interactive doodle celebrating 50 years of kids programming languages (see Figures 3 and 4).

Google Doodles designed by kids and teen-agers for the *Doodle for Google* competition might be interesting in terms of *openness of the text*, of readers modelling, namely, "how texts produce their model readers" (Genosko, n.d.). Doodles designed by kids, finalists of *Doodle for Google* competition in 2021, look much more semiotically charged in comparison with first-ever Doodles (Google n.d.).



Figures 3 and 4. Celebrating 50 years of kids coding (Google, 2017a)

First Doodles (1999) included pictorial element which symbolized the event (Halloween, Father's Day) (see Figures 5 and 6) (Google, 1999; 2000). Their symbolic meaning was transparent.



Figure 5. Halloween Google Doodle (Google, 1999)

Figure 6. Father's Day (Google, 2000)

Pictorial components in modern Google Doodles are much more semiotically complicated. For example, 1 November 2020 Google used color symbolism (USA flag colors) and the slogan in two languages to remind US voters about the presidential election (see Figure 7).



Figure 7. United States Elections 2020 Reminder (Day 1) (Google, 2020d)

Numerous Google Doodles celebrating outstanding people reveal evolution of multimodality in online communication. In the first Doodles of this category picture/ portrait of the person Google celebrated substituted one of the letters. In the ascetic doodle of 2009 (see Figure 8), Mahatma Gandhi's image replaced initial "G" in the logo. In the doodle of 2012 (Figure 9) a pince-nez, an indispensable and easily recognizable component of his image, replaces "OO" (Cutting the Chai, 2012). This Google Doodle creolization can be qualified as visual synecdoche. Thus, comparison of the doodles devoted to Mahatma Gandhi's shows increasing symbolic intricacy.



Figure 8. Birthday of Mohandas Karamchand Gandhi, 2009



Figure 9. Mahatma Gandhi's 143rd birthday unofficial Google doodle, 2012

One of the latest and the most beautiful-ever Google Doodle is devoted to Cristine de Pizan (see Figure 10), an Italian poet, first professional female writer at the court of King Charles VI of France

(Google, 2021c). Image of Christine sitting in a medieval chair substitutes “G” and her ornate texts curl as “-oogle” against the background of medieval castles, charming ladies dressed in then-aristocratic fashion, involved in leisure-time activities, going on a pilgrimage. The doodle and hyper-linked story might become an impetus to learn why “Cristine de Pizan is among the 1,038 influential women represented in Judy Chicago’s iconic 1970s art installation “The Dinner Party” on display at the Brooklyn Museum ” (Google, 2021c).



Figure 10. Celebrating Cristine de Pizan, 11 September 2021

The 2021 Google Doodles celebrating prominent people reveal augmenting creolization, multimodality and cognitive complexity. The doodle devoted to Laura Bassi, the first female university professor with the degree (see Figure 11), includes the imitation of one of her portraits which replaces one letter “O” and pictures pertinent to her academic research (Google, 2021b). Obviously, the pictures at the background are not so easy to decipher for an average Google visitor as Laura Bassi conducted in-depth academic research in many fields and became a key figure in popularizing Newtonian mechanics. But all the images spur people to google information about the outstanding scholar who broke many gender stereotypes. The doodle celebrating Johannes Gutenberg (Figure 12) is much more creolized and semiotically diverse: the doodle includes pictorial image of the inventor instead of the first letter “O”, the word *Google* in type pieces below to show the approach and function of the press, the picture of the mechanical movable type printing press instead of the second “O”. Finally, *Google* is spelt in Gothic script, then-standard typographical style in Western Europe (Google, 2021a).



Figure 11. Celebrating Laura Bassi, 17 April 2021



Figure 12. Celebrating Johannes Gutenberg, 14 April 2021

The doodle is accompanied by a hyper-linked story about Gutenberg’s contribution to book-printing and spreading literacy: “... By the 16th century, an estimated 200 million books were in print thanks to his invention, which gave birth to a new era of mass communication and a new branch of media:

the press. Today, Gutenberg’s legacy lives on with Project Gutenberg, an online library with over 60,000 free books” (Google, 2021a) The last sentence of the Doodlers’ story emphasizes continuity of innovations, technologies and civilization progress.

Digital multimodality opened new opportunities for visual storytelling. The doodle celebrating Alexandre Dumas offered new artwork—slideshow of *The Count of Monte Cristo* (see Figures 13 and 14) (Google, 2020a). Surrounded by symbols of his most popular novels Alexandre Dumas is incorporated into the Google logo. Matt Cruickshank, the designer of this animated sketch, explained: “The slideshow format allows for a graphic novel of sequential images. This seemed like an interesting visual approach—a modern-day take on the old printed newspaper comics. ...The rich and beautifully told tale of Edmund in *The Count of Monte Cristo*—the settings and characters are so wonderfully thought out. It’s a treasure trove of visual ideas” (Somerville, 2020). The doodle with the abridged visual story of the *Count of Monte Cristo* excited passionate interest to Alexandre Dumas’ life and origin and his adventure novels (Ad-Heeti, 2020; Child, 2020; Morris, 2020; Somerville, 2020; The Sun, 2020, Google, 2020a). Slideshow has become a popular mediation to produce many other informative doodles (Google, 2018; 2019b et al).



Figures 13 and 14. Celebrating Alexandre Dumas, 28 August 2020

Understandably, any doodle is the attempt to pay tribute to the remarkable person. Sometimes Doodlers express gratitude of modern generations to great writers, scholars, inventors, musicians explicitly:

- (3) *Merci, Alexandre Dumas, for all the excitement you’ve given to so many readers!* (Google, 2020a).
- (4) *Thank you, Johannes Gutenberg!* (Google, 2021a).
- (5) *And, like a great comet, he left a luminous trail which will sparkle for many a generation to come. Happy birthday, Freddie!* (Google, 2011b).
- (6) *Starting today and all day tomorrow, which would have been John’s 70th birthday, we’re celebrating him with our first-ever animated video doodle. The old saying, “A picture is worth a thousand words” still rings true, so I hope a moving picture will help me adequately—and simply—thank John for the memories.* (Google, 2010a).

To celebrate John Lennon Google designed the first-ever animated doodle for his 70th birthday of (see Figures 15 and 16). Music, John Lennon’s voice, black and white animation, apparent simplicity are accompanied by the hyper-linked childhood memories of Mike Dutton who designed the doodle.



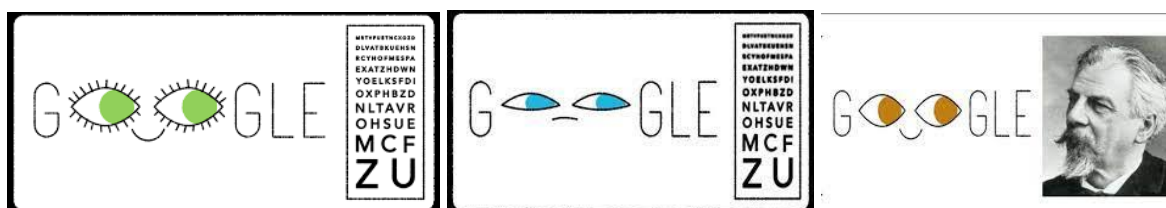
Figures 15 and 16. John Lennon's 70th birthday, 8 October 2010 (Google, 2010a)

In 2011, Doodlers devoted the doodle to Freddie Mercury, another prominent musician (see Figures 17 and 18) (Google, 2011b). The doodle is also based on his song but is obviously more multimodal, visually saturated in comparison with the doodle celebrating John Lennon. It is a dynamic kaleidoscope of bright images Freddie Mercury created.



Figures 17 and 18. Freddie Mercury's 65th Birthday (Google, 2011b)

Many Google Doodles celebrating famous people are not only informative but also educational and reveal clandestine information about well-known objects, for example, the doodle celebrating Ferdinand Monoyer, French ophthalmologist (see Figures 19, 20, and 21) (Google, 2017b). Millions of people speaking languages based on Latin alphabet saw his name at least several times in their life as the ophthalmologist integrated it into his chart to test subjects' clarity of vision. The animated doodle conveys a visual story with captions about the famous chart and the dioptre Ferdinand Monoyer introduced in 1872. Naturally, the double O in the logo was used to picture pairs of eyes of the most common colors, which mirror different emotions. Many Google users admitted in their comments the doodle triggered WOW effect.



Figures 19, 20, and 21. Google Doodle celebrating Ferdinand Monoyer (Google, 2017b)

Nowadays, a doodle, accessible globally, might be used to deliver some social message. When handwashing and a mask became major WHO recommendations during COVID-19 pandemic, Google celebrated two other doctors, Dr. Ignaz Semmelweis, the first person to discover the medical benefits of handwashing (see Figure 22), and Dr. Wu Lien-teh, surgical mask pioneer (Figure 34) (Google, 2021f). Therefore, during COVID-19 pandemic these Doodles functioned like PSA reminding Google users about sanitation requirements.



Figure 22. Recognizing Dr. Ignaz Semmelweis and Handwashing (Google, 2020c)



Figure 23. Dr. Wu Lien-Teh's 142nd Birthday (Google, 2021f)

In 2010, the team offered the first interactive Doodle to commemorate the 367th anniversary of Isaac Newton (Google, 2010b). Isaac Newton's academic achievements and heritage are unique in Mathematics, Mechanics, Optics, Astronomy but for the doodle (see Figure 24) the team selected the law of universal gravitation he is associated with for millions of people. The doodle signaled a breakthrough in multimodal logo design and since 2010 interactive doodles have been growing in number.



Figure 24. First interactive Google Doodle to commemorate the 367th anniversary of Isaac Newton (Google, 2010b)



Figure 25. Jules Verne's 183rd Birthday (Google, 2011c)

The doodle celebrating Jules Verne's 183rd birthday (see Figure 25) was an adventure story—interactive animated underwater voyage inspired by his Nautilus (Google, 2011c). It was another striking example of new technologies and multimodality implementation in visual storytelling:

- (7) *“Using CSS3 (and with help from our resident tech wizards Marcin Wichary and Kris Hom), the doodle enables anyone to navigate the Nautilus (nearly) 20,000 leagues with the simple*

*pull of a lever. And for those using devices with built-in accelerometers and the latest versions of Google Chrome or Firefox, it's even simpler—just tilt your device in the direction you want to explore and the Nautilus will follow. So voyage below (and above) the waves to see what you can discover... just make sure to keep an eye out for the giant squid. **Update Feb 9, 8:44 AM: You can now explore the ocean from our Jules Verne doodle in full view and HD***” (Google, 2011c).

23 July 2021 Google offered the biggest interactive doodle—Doodle Champion Island Games (Figure 26 and 27) to mark the start of the Olympic Games in Tokyo (Shah, 2021; Google, 2021e). Google users were told the Japanese story and invited to play mini-games (table tennis, skateboarding et al. depending in the Olympics schedule). Noteworthy, Google did its best to tell about all summer Olympics via interactive doodles (Google, 2012a; 2012b; 2012c; 2016) but the doodle designed for Tokyo Olympics might trigger a new doodle type—Google Doodle games.



Figures 26 and 27. Doodle Champion Island Games (July 24) (Google, 2021e)

In 2011, Google decided to celebrate Charlie Chaplin, silent film star, with the first-ever video doodle, namely, live action movie (see Figures 28 and 29) (Google, 2011a). Members of the Doodle team had starring roles in that first-ever movie Google released. Charlie Chaplin appears in the black and white silent movie against the Google logo incorporated into the scene set in the 1910s. As any silent movie the video is accompanied by the tune—piece of music *Funny Folks* from 1904.



Figures 28 and 29. 122nd Birthday of Charlie Chaplin (Google, 2011a)

Music as one of the modes is included into doodles more and more often. 17 December 2015 Google played ode to Ludwig van Beethoven and his masterpieces (Figures 30, 31, and 32) (Google, 2015b). It is multimodalized abridged musical biography of the genius. Users can play the game and solve the musical puzzles sorting pieces of his famed works. The curtain with the writing *Google* falls in the digital theatre in the end of the digital concert Google organized.



Figures 30, 31, and 32. Celebrating Ludwig van Beethoven's 245th Year (Google, 2015b)

21 March 2019, Google celebrated Johann Sebastian Bach with the first ever AI-powered Doodle (see Figures 33 and 34) (Google, 2019a). Animated composer communicates with visitors via textual captions, teaches them fundamentals of music and encourages to compose some tune. AI with its analysis of 306 Bach's works helps Google users compose something comparable to the genius's masterpieces. The visitors are encouraged to share their composition experience in social media and to give feedback with 3 emojis (*like*, *indifferent*, *disappointed*). Exceptional multimodality mingles with gamification making the doodle captivating.



Figures 33 and 34. Google Doodle celebrating Johann Sebastian Bach (Google, 2019a)

It looks more than a challenge for Doodlers to squeeze the lifestory of the celebrity into a doodle. Decoding of the message might be effortful for Google visitors. It was a challenge for the team to tell about Martha Graham, world-famous choreographer who lived long 96 years and revolutionized the dance in the 20th century, just in a 15-second-animated-doodle (Google, 2011d). In the video the dancer moves from right to left, the dancing figures, costumes, movements, positions, rhythm are completely different and imitate her iconic solo dances (Figure 35). Professional dancers and dance historians might be aware of the meanings packaged into the doodle but for an average person the doodle might be an aberrant decoding case. Therefore, the doodle is hyperlinked to a story with the enlarged pictures of every letter of the Google logo, corresponding dancing figures and rendition of Martha Graham's solo dances. Every picture is accompanied by a brief story to help Google visitors decipher the doodle.



Figure 35. Martha Graham's 117th Birthday (Google, 2011d)

4. Conclusion

Google Doodles have become noticeable constituents of online semiotic landscape and make a significant contribution to current semiotic fashion. Google, unique as a business and a brand, is paving the way and setting standards of communication with global audience. Google Doodles exemplify visualization of information and multimodal communication in virtual world. Visual images make it possible to convey information to millions of people regardless languages they speak. ICT and digital design provided the basis for multimodal communication making it available, attractive and luring for the audience. Shift from static to dynamic images, easy access to different modes and their synthesis will augment multimodality in the nearest future. In the 21st century, a *logo* has become a must-have component for any business. Shift to online communication required a *favicon* as a guarantee of the company's online recognizability. Gradually, multimodality rise might require large-scale "multimodalization" of logos as a part of online semiotic landscape overhaul and new semiotic order.

References

- Al-Heeti, A. (2020, August 27). Google Doodle celebrates French writer Alexandre Dumas. I. Retrieved from <https://www.cnet.com/news/google-doodle-celebrates-french-writer-alexandre-dumas>.
- Blasch, L. (2021). Indexing authenticity in visual political (social media) communication: a metapragmatics-based analysis of two visual registers of the authentic. *Multimodal Communication*, 10(1), 37–53. <https://doi.org/10.1515/mc-2020-0019>
- Cohn, N., Taylor, R., & Pederson, K. (2017). A picture is worth more words over time: Multimodality and narrative structure across eight decades of American superhero Comics. *Multimodal Communication*, 6 (1) 19–37. <https://doi.org/10.1515/mc-2017-0003>
- Diamantopoulou, S., Paschou, S., & Papaioannou, G. (2020, August 17). Experiencing the digital museum at the time of the pandemic: The ethics of multimodal communication with the visitors. PanMeMic. Retrieved from <https://panmemic.hypotheses.org/778>.
- Dictionary by Merriam-Webster: America's most-trusted online dictionary. (n.d.). Retrieved September 9, 2021, from <https://www.merriam-webster.com>.
- Genosko, G. (n.d.). Communication and cultural studies. Lecture 5. Umberto Eco's model of communication. *Cyber Semiotic Institute*. Retrieved September 9, 2021, from <http://projects.chass.utoronto.ca/semiotics/cyber/geo5.html>.
- Google. (n.d.). *Doodle for Google*. Retrieved September 9, 2021, from <https://doodles.google.com/d4g>.
- Grant, D. (2020, July 31). Pandemic pushes museums deeper into digital age. *The Wall Street Journal*. Retrieved from <https://www.wsj.com/articles/pandemic-pushes-museums-further-into-digital-age-11596196801>.
- Hultén, B. (2015). *Sensory marketing. Theoretical and empirical grounds*. Routledge: New York, NY.
- Ings, S. (2021, February, 3). *How the pandemic is revolutionising art galleries and museums*. NewScientist. Retrieved from <https://www.newscientist.com/article/mg24933202-100-how-the-pandemic-is-revolutionising-art-galleries-and-museums/>.
- Interreg Europe. (2020, June 6). Digital technologies and museums: post-pandemic experiences. Retrieved from <https://www.interregeurope.eu/policylearning/news/9060/digital-technologies-and-museums-post-pandemic-experiences>.
- Karataieva, M. V. (2014). *Semiotyka virtualnoi komunikatsii [Semiotics of virtual communication]*. Unpublished Ph.D. dissertation, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine (in Ukrainian).
- King, E., Smith, P.M., Wilson, P.F., & Williams, M.A. (2021). Digital Responses of UK Museum Exhibitions to the COVID-19 Crisis, March–June 2020. *Curator: The Museum Journal*, 64(3), 487–504. <https://doi.org/10.1111/cura.12413>.

- Kress, G. (2010). *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London: Routledge.
- Kress, G. & Leeuwen, Th. van. (2001). *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Kress, G. & Leeuwen, Th. van. (2006). *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- Krysanova, T. (2019). Constructing negative emotions in cinematic discourse: a cognitivepragmatic perspective. *Cognition, Communication, Discourse*, 19, 55–77. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2019-19-04>
- Maagaard, C. (2018). Picturing Scripts: A Combined Narrative, Social Semiotic and Cognitive Approach to Visual Narrativity. *Multimodal Communication*, 7(2). <https://doi.org/10.1515/mc-2017-0019>
- Matwick, K. Multimodal legitimation strategies on tv cooking shows. *Multimodal Communication*, 5(2). <https://doi.org/10.1515/mc-2016-0020>.
- Miles, Frank (2018, April 2). Google snubbed Easter with no doodle for 18th year in a row. *Fox News*. Retrieved from <https://www.foxnews.com/tech/google-snubbed-easter-with-no-doodle-for-18th-year-in-a-row-christians-say>
- Morris, S. (2020, August 28). *Was Alexandre Dumas black? Google Doodle celebrates author who was grandson of slave*. Newsweek. Retrieved from <https://www.newsweek.com/was-alexandre-dumas-black-google-doodle-celebrates-author-grandson-slave-1528243>
- Moschini, I., & Sindoni, M.G. (Eds.). (2021a). *Mediation and multimodal meaning making in digital environments*. London: Routledge.
- Moschini, I., & Sindoni, M.G. (Eds.). (2021b). *Multimodal Literacies Across Digital Learning Contexts*. London: Routledge.
- Museum of Arts and Design. (2013). *The Art of Scent*. Retrieved September 9, 2021, from <http://madmuseum.org/exhibition/art-scent>.
- Museum Villa Rot. (2015, May 10). *There's Something in the Air!—Scent is Art*. Retrieved from <https://www.villa-rot.de/en/archive-tour/scent-in-art-2>.
- Palmer, A. (2016, February 23). Can Smell be a Work of Art? *Smithsonian Magazine*. Retrieved from <http://www.smithsonianmag.com/smithsonian-institution/can-you-smell-work-art-180958189>.
- Panetta A. (2021, May 8). *A world of art at our fingertips: How COVID-19 accelerated the digitization of culture*. CBC News. Retrieved from <https://www.cbc.ca/news/entertainment/digitization-culture-pandemic-1.6015861>
- Popa, E.O. (2016, October 18). We have yet to see the “visual argument”. *Multimodal Communication*, 5(2). <https://doi.org/10.1515/mc-2016-0016>
- Puzzanghera, J. (2007, October 9). Tweaks send Google critics into orbit. *Los Angeles Times*. Retrieved from <https://www.latimes.com/entertainment/la-fi-google9oct09-story.html>
- Quenqua, D. (2015, April 7). Art for the Knowing Nose. *The New York Times*. Retrieved from: <https://www.nytimes.com/2015/04/07/science/art-for-the-knowing-nose.html>
- Shah S. (2021, July 23). Today's Google doodle is an anime-infused sports game. The biggest interactive doodle ever celebrates the start of the Olympics. *Engadget*. Retrieved from <https://www.engadget.com/google-doodle-olympics-sports-game-115650463.html>
- Shevchenko, I. (2019). Enactive meaning-making in the discourse of theatre and film. *Cognition, communication, discourse*, 19, 15–19. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2019-19-01>
- Shockman, E. (Writer) & Minoff, A. (Producer). (2016, June 26). Here are the people who make Google Doodles. *The World*. Retrieved from <https://theworld.org/stories/2016-06-26/here-are-people-who-make-google-doodles>
- Sommerville, E. (2020, August 28). Alexandre Dumas: How a Google Doodle is commemorating the Count of Monte Cristo author today. *i*. Retrieved from

- SPARK Movement. (n.d.). *Doodle Us!* Retrieved September 9, 2021, from <http://www.sparkmovement.org/doodleus>.
- Stöckl, H., Caple, H., & Pflaeging, J. (Eds.). (2020). *Shifts towards image-centricity in contemporary multimodal practices*. London: Routledge.
- The Guardian. (n.d.). Meet the people behind the Google Doodles. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.theguardian.com/technology/2014/apr/12/meet-people-behind-google-doodles-logo>.
- The Sun. (2020, August 28). *'Tongue like a windmill' Who was Alexandre Dumas? Google Doodle celebrates the French author*. Retrieved from <https://www.thesun.co.uk/news/12519409/who-alexandre-dumas-google-doodle>.
- Torop, P. (2019) The textual issues of meaning-making in theatre and film: A semiotic introduction. *Cognition, communication, discourse*, 19, 20–28. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2019-19-02>
- University College London. (2019). *'Gestures—in the past, present, and future': A museum exhibition based on multimodal research*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.ucl.ac.uk/ioe/events/2019/jun/gestures-past-present-and-future-museum-exhibition-based-multimodal-research>.
- Verbeek, C. (2021, January 15). What Can The Scents Of The Past Tell Us About Our History? *National Public Radio*. Retrieved from <https://www.npr.org/2021/01/15/956933669/caroverbeek-what-can-the-scents-of-the-past-tell-us-about-our-history>.
- Wikipedia. (n.d.). *Google Doodle*. Retrieved September 9, 2021, from https://en.wikipedia.org/wiki/Google_Doodle.
- Yefimenko, V.A. (2018). Zhanrovi transformatsii ta multymodalnist suchasnykh kazkovykh naratyviv (na materialii anhliiskoi movy [Genre transformations and multimodality of modern fairy tale narratives (on English examples). Unpublished Ph.D. dissertation, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine (in Ukrainian).
- Zentz, L. (2016). Koike, D.A. and Blyth, C.S.: Dialogue in multilingual and multimodal communities. *Multimodal Communication*, 5(1), 75–77. <https://doi.org/10.1515/mc-2016-0014>

Abbreviations and sources for illustrations

AI—artificial intelligence.

CBE—Commander of the Order of the British Empire.

ICT—information and computer technology.

PSA—public service announcement.

- Cutting the Chai. (2012). *Mahatma Gandhi's 143rd birthday unofficial Google Doodle*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.cuttingthechai.com/2012/10/6061/mahatma-gandhis-143rd-birthday-unofficial-google-doodle>.
- Google. (1998). *Google doodle Burning Man Festival*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/burning-man-festival>.
- Google. (1999). *Halloween 1999*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/halloween-1999>.
- Google. (2000). *Google Doodle Father's Day 2000*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/fathers-day-2000>.
- Google. (2009). *Google Doodle Birthday of Mohandas Karamchand Gandhi*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/birthday-of-mohandas-karamchand-gandhi>.
- Google. (2010a). *Google Doodle John Lennons 70th birthday*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/john-lennons-70th-birthday>.

- Google. (2010b). *Google Doodle Sir Isaac Newtons 367th birthday*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/sir-isaac-newtons-367th-birthday>.
- Google. (2011a). *Google Doodle 122nd birthday of Charlie Chaplin*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/122nd-birthday-of-charlie-chaplin>.
- Google. (2011b). *Google Doodle Freddie Mercury 65th birthday*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/freddie-mercurys-65th-birthday>.
- Google. (2011c). *Google Doodle Jules Vernes 183rd birthday*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/jules-vernes-183rd-birthday>.
- Google. (2011d). *Google Doodle Martha Graham's 117th birthday*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/martha-grahams-117th-birthday>.
- Google. (2012a). *Google Doodle Basketball 2012*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/basketball-2012>.
- Google. (2012b). *Google Doodle Hurdles 2012*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/hurdles-2012>.
- Google. (2012c). *Google Doodle Opening ceremony 2012*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/opening-ceremony-2012>.
- Google. (2013). *Google Doodle Doctor Who's 50th anniversary*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/doctor-whos-50th-anniversary>.
- Google. (2014). *Google Doodle 2014 Winter Olympics*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/2014-winter-olympics>.
- Google. (2015a). *Google Doodle 155th Anniversary of the Pony Express*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/155th-anniversary-of-the-pony-express>.
- Google. (2015b). *Google Doodle Celebrating Ludwig van Beethoven's 245th Year*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/celebrating-ludwig-van-beethovens-245th-year>.
- Google. (2016). *Google Doodle Doodle Fruit Games—Day 1*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/2016-doodle-fruit-games-day-1>.
- Google. (2017a). *Google Doodle Celebrating 50 years of kids coding*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/celebrating-50-years-of-kids-coding>.
- Google. (2017b). *Google Doodle Ferdinand Monoyer's 181st Birthday*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/ferdinand-monoyers-181st-birthday>.
- Google. (2018). *Google Doodle International Woman's Day 2018*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/international-womens-day-2018>.
- Google. (2019a). *Google Doodle Celebrating Johann Sebastian Bach*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/celebrating-johann-sebastian-bach>.
- Google. (2019b). *Google Doodle International Woman's Day 2019*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/international-womens-day-2019>.
- Google. (2020a). *Google Doodle Celebrating Alexandre Dumas*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/celebrating-alexandre-dumas>.
- Google. (2020b). *Google Doodle Earth Day 2020*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/earth-day-2020>.
- Google. (2020c). *Google Doodle Recognizing Ignaz Semmelweis and Handwashing*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/recognizing-ignaz-semmelweis-and-handwashing>.
- Google. (2020d). *Google Doodle United States elections 2020 reminder (day 1)*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/united-states-elections-2020-reminder-day-1>.
- Google. (2021a). *Google Doodle Celebrating Johannes Gutenberg*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/celebrating-johannes-gutenberg>.
- Google. (2021b). *Google Doodle Celebrating Laura Bassi*. Retrieved September 9, 2021, from

<https://www.google.com/doodles/celebrating-laura-bassi>.

Google. (2021c). *Google Doodle Christine de Pizan's 657th birthday*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/christine-de-pizans-657th-birthday>.

Google. (2021d). *Google Doodle Earth Day 2021*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/earth-day-2021>.

Google. (2021e). *Google Doodle Doodle Champion Island Games (July 24)*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/doodle-champion-island-games-july-24>.

Google. (2021f). *Google Doodle Dr. Wu Lien Teh's 142nd birthday*. Retrieved September 9, 2021, from <https://www.google.com/doodles/dr-wu-lien-tehs-142nd-birthday>.

Google. (n.d.). *Doodle for Google*. Retrieved September 9, 2021, from <https://doodles.google.com/d4g>.

GOOGLE DOODLES ЯК МУЛЬТИМОДАЛЬНИЙ СТОРІТЕЛІНГ

Алла Бєлова

доктор філологічних наук, професор,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

(вул. Володимирська, 60, Київ, 01033, Україна);

e-mail: profbelova@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3014-326X>

Анотація

Стаття присвячена вивченню зростаючої мультимодальності онлайн комунікації на прикладі тематичних малюнків для логотипу Google, відомих як Google Doodle. Google Doodles цікаві з точки зору мультимодальної комунікації, семіотичного ландшафту, кодування та декодування інформації, смислотворення, візуального сторітелінгу та візуальної комунікації в глобалізованому світі, який залишається багатомовним, полікультурним, багаторасовим, поліетнічним і схильним до конфліктів. Незважаючи на проблеми аберантного декодування, описані Умберто Еко, візуальна комунікація виявляється економічним та ефективним засобом інформування глобальної аудиторії. Google Doodles еволюціонували від простих графічних елементів, доданих до словесного логотипу Google, до складних образів з багатшаровим історичним та культурним тлом, анімаційних, інтерактивних, з гіперпосиланнями, зі штучним інтелектом, до відео, пазлів та різноманітних ігор. Doodles удосконалювалися паралельно з технологіями візуального дизайну та цифрової мультимодальності. Корпорація Google повністю використовувала шанс реалізувати та продемонструвати потенціал цифрового дизайну в сучасній комунікації. Інформуючи користувачів про історичні події та відомих особистостей, Google Doodles синтезували яскраві інформаційно-розважальні стратегії навчання, розваги, гейміфікації. Кожен Google Doodle мав інформувати, навчати, дивувати, викликати WOW-ефект, відзначаючи якусь видатну особистість чи подію. Кожен Doodle є результатом ретельного дослідження проблеми, витонченого візуального та цифрового дизайну, неповторної уяви та творчого підходу команди дизайнерів, художників та інженерів, що дає змогу втиснути складну історію у картинку чи коротке відео. У статті зроблено висновок, що сучасні Google Doodles стають унікальними зразками мультимодального сторітелінгу, демонструють тенденцію до мультимодального, семіотичного, когнітивного ускладнення. Вони пропонують величезну розвагу аудиторії, відсилаючи користувачів до подальших пошуків, до пошуку дивовижних історій, до виявлення інтригуючих деталей та розширення горизонтів знань. Підтримуючи змагання серед школярів Doodle 4 Google, корпорація Google стимулює розвиток навичок мультимодальних форм створення та вираження смислів, що є ключовим видом письменності і відкриває нові перспективи для молоді в епоху цифрової культури.

Ключові слова: логотип, тематичний малюнок Google, цифрова мультимодальність, мультимодальна комунікація, візуальний дизайн, семіотичний ландшафт, сторітелінг.

GOOGLE DOODLES КАК МУЛЬТИМОДАЛЬНЫЙ СТОРИТЕЛИНГ

Алла Дмитриевна Белова

доктор филологических наук, профессор,

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко

(ул. Владимирская, 60, Киев, 01033, Украина);

e-mail: profbelova@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3014-326X>

Аннотация

Статья посвящена изучению растущей мультимодальности онлайн коммуникации на примере тематических рисунков для логотипа Google, известных как Google Doodle. Google Doodles интересны с точки зрения мультимодальной коммуникации, семиотического ландшафта, кодирования и декодирования информации, смыслообразования, визуального сторителлинга и визуальной коммуникации в глобализирующемся мире, который остается многоязычным, поликультурным, многорасовым, полиэтничным и склонным к конфликтам. Несмотря на проблемы аберантного декодирования, описанные Умберто Эко, визуальная коммуникация оказывается экономичным и эффективным средством информирования глобальной аудитории. Google Doodles эволюционировали от простых графических элементов, добавленных к словесному логотипу Google, до сложных образов с многослойным историческим и культурным фоном, анимационных, интерактивных, с гиперссылками, с искусственным интеллектом, к видео, пазлам и разнообразным играм. Doodles усовершенствовались параллельно с технологиями визуального дизайна и цифровой мультимодальности. Google полностью использовала шанс реализовать и продемонстрировать потенциал цифрового дизайна в современной коммуникации. Информировав пользователей об исторических событиях и известных личностях, Google Doodles синтезировал яркие информационно-развлекательные стратегии обучения, развлечения, геймификации. Каждый Google Doodle должен информировать, обучать, удивлять, вызывать WOW-эффект, отмечая какую-нибудь выдающуюся личность или событие. Каждый Doodle является результатом тщательного исследования проблемы, тонкого визуального и цифрового дизайна, неповторимого воображения и творческого подхода команды дизайнеров, художников и инженеров, что позволяет втиснуть сложную историю в картинку или короткое видео. В статье сделан вывод, что современные Google Doodles становятся уникальными образцами мультимодального сторителлинга, демонстрируют тенденцию к мультимодальному, семиотическому, когнитивному усложнению. Они предлагают огромное развлечение аудитории, отсылая пользователей к дальнейшим поискам, поиску удивительных историй, к обнаружению интригующих деталей и расширению горизонтов знаний. Поддерживая соревнования среди школьников Doodle 4 Google, корпорация Google стимулирует развитие навыков мультимодальных форм создания и выражения смыслов, являющихся ключевым видом грамотности и открывает новые перспективы для молодежи в эпоху цифровой культуры.

Ключевые слова: логотип, тематический рисунок Google, цифровая мультимодальность, мультимодальная коммуникация, визуальный дизайн, семиотический ландшафт, сторителлинг.

Cognition, communication, discourse. 2021, 23: 30-50.
<http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

<https://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-02>
Received 15.09.2021; revised and accepted 06.12.2021

УДК 811.111'371

ЕВОЛЮЦІЯ КОНЦЕПТУ МИСТЕЦТВО В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВНІЙ КАРТИНІ СВІТУ: ВІД РЕМЕСЛА ДО ТВОРЧОСТІ

Інна Давиденко

кандидат філологічних наук, доцент, Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна);
e-mail: i.v.davydenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6379-343X>

Алевтина Калюжна

кандидат філологічних наук, доцент, Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна);
e-mail: alevtyna.kalyuzhna@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4305-5311>

Ірина Шевченко

доктор філологічних наук, професор, Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна);
e-mail: iryna.shevchenko@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2552-5623>

Як цитувати: Давиденко, І. В., Калюжна, А. Б., & Шевченко, І. С. (2021). Еволюція концепту МИСТЕЦТВО в англійській мовній картині світу: від РЕМЕСЛА до ТВОРЧОСТІ. *Cognition, communication, discourse*, 23, 30-50. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-02>

Анотація

Існують чисельні дослідження концепту МИСТЕЦТВО (ART) в плані синхронії, однак становлення новітнього напрямку лінгвістичної науки – історичної когнітивістики – дає можливість переосмислення структури цього концепту і його місця в англійській мовній картині світу. Гіпотезою роботи є теза про те, що МИСТЕЦТВО – гештальтний поліапелюваний концепт, який еволюціонував за типом кладогенезу від поняття РЕМЕСЛО; відповідно його місце в англійській картині світу змінювалось від УТИЛІТАРНЕ до ЕСТЕТИЧНЕ. Маючи на меті встановлення еволюції і місця цього концепту в англійській мовній картині світу, у статті визначаються засоби номінації концепту в плані діахронії; проводиться семантичний аналіз лексем-репрезентантів концепту; визначається його структура і вектори його профілювання в різні історичні періоди. На основі комплексної методики виявлення імені концепту, яка включає в себе семний компонентний та частотний аналізи базових лексем-репрезентантів поняття МИСТЕЦТВО в англійській мові, автори встановлюють етимологічний шар концепту, його етимон і внутрішню форму імені. Описано засоби лексичної репрезентації концепту МИСТЕЦТВО, які включають базові лексеми *art*, *arts*, *skill* і *craft*, і встановлено, що змістовий обсяг *art* є найширшим і включає в себе змістові обсяги інших лексем-синонімів. На базі їх порівняльного вивчення зроблено висновок, що іменник *art*, як домінуючий за частотністю і найбільш ємний в семантичному плані, є іменем концепту МИСТЕЦТВО. Етимологічно лексема *art* сходить до протоіндоєвропейського іменника **ar(ə)-ti-* зі значенням «спосіб, метод», що зумовлює її внутрішню форму. Емпіричний матеріал дослідження було отримано з тлумачних та етимологічних словників англійської мови та з бази даних ВНС. Побудовано концептуальну модель МИСТЕЦТВА, яка зазнає історичних змін у рамках сегменту картині світу ДІЯЛЬНІСТЬ ЛЮДИНИ на підґрунті ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ: у період середньовіччя домінує концепт РЕМЕСЛО/ART, профілюваний у межах домену УТИЛІТАРНЕ; з початком епохи Відродження в картині світу поряд з РЕМЕСЛОМ (уявлення про дрібне виробництво) у межах УТИЛІТАРНЕ формується концепт ПРАЦЯ (промислове виробництво) і виокремлюється концепт МИСТЕЦТВО, профілюваний у межах

домену ЕСТЕТИЧНЕ. На сьогодні концепт МИСТЕЦТВО є доменом для таких субдоменів, як ЖИВОПИС, СКУЛЬПТУРА, ЛІТЕРАТУРА, ТЕАТР, ТАНОК, КІНО тощо.

Ключові слова: етимологія, еволюція, картина світу, поліапелюваний концепт, кладогенез, лексема, мистецтво, ремесло.

1. Вступ

Багатоаспектність теми поєднання етики та естетики в житті людини, виділення окремих аспектів світовідчуття та цінностей залишаються актуальними для науковців. Наше дослідження виконане в рамках проекту вивчення концептів етики та естетики в роботах Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, а саме, дослідження концептів БОГ / GOD (Polina, 2004), ДОБРО / GOOD (Zmiyova, 2006), ГРІХ / SIN (Vakhovs`ka & Shevchenko, 2013), КРАСА / BEAUTY (Dovganyuk, 2017), ВИБАЧЕННЯ / APOLOGY (Shevchenko & Gutorov, 2019), СКРОМНІСТЬ / MODESTY (Shevchenko & Shastalo, 2021) та ін.

МИСТЕЦТВО – це особливий різновид формотворчої діяльності людини, що створює образні та символічні структури, які мають естетичні, пізнавальні та комунікаційні функції. У цьому сенсі МИСТЕЦТВО сприймається як творча діяльність, спрямована на створення художніх творів, ширше – естетично-виразних форм. МИСТЕЦТВО – універсальна ознака людської культури; якщо окремі тварини і виробляють декоративні предмети та візерунки, для них це побічні продукти або наслідки інших функціональних процесів (Otty & Roberts, 2013, p. 38). Терміном «мистецтво» також прийнято означати не лише художні твори, продукти художньої діяльності, а й такі ознаки діяльності як «майстерність», «артистизм» тощо, виявлені в будь-якій іншій сфері діяльності (у ремеслі, науці, техніці та інших), які часто не мають прямого відношення до мистецтва, але безумовно вказують на те, що творчий початок явно чи неявно у них присутній

У процесі розвитку людства концепт МИСТЕЦТВО змінюється разом з історичними трансформаціями форм і типів культури, а відповідно – характером філософських, мистецтвознавчих, художніх рефлексій. Наразі МИСТЕЦТВО є багатовимірним смисловим утворенням, відкритим для включення нових смислових елементів, які породжуються художньо-естетичним досвідом людства, що невинно триває і трансформується, в тому числі – розвитком міжкультурних зв'язків, комунікацій, обмінів, технологій, які забезпечують і підтримують творчість в суспільстві (Bakhtin, 1975). Зазначені зміни відбиваються і у мові, оскільки саме мова у «потєбнянському» сенсі є засобом передачі перцептивного досвіду світопізнання не лише окремої індивідуальності, але і цілої нації (Bondarenko, 2018).

Об'єктом даного дослідження обрано концепт МИСТЕЦТВО як один з базових концептів культури. МИСТЕЦТВО – це спосіб розуміння і відображення дійсності шляхом створення особливого продукту – творів, що мають естетичну цінність, здатні викликати емоційний відгук у людей і характеризуються неоднозначністю (*ambiguity* від лат. *ambo* – *два одночасно*), яка є джерелом багатства сенсів, тонкості розуміння (Gamboni, 2002, p. 13). Поряд з наукою, мистецтво використовується людством для сприйняття і осмислення навколишнього світу. Найважливіша функція мистецтва полягає в задоволенні двох духовних потреб людини: любові до прекрасного і бажанні отримувати естетичне задоволення. МИСТЕЦТВО як засіб самовираження людини стало «першою силою, яка, сприяючи надбанню людиною свого власного образу, в певному сенсі відкрила і специфічну ідею людини як таку» (Kassirer, 2002).

МИСТЕЦТВО належить класу соціальних і духовних понять, які формують фундамент всієї мовної картини світу. Під мовною картиною світу розуміємо «вербалізований продукт людської когніції» (Bondarenko, 2014, p. 18) та таку форму реалізації різних типів засвоєння дійсності свідомістю, яка враховує і різні типи мислення, як от міфопоетичне, наукове, професійне, релігійне та ін. (Bondarenko, 2017, p. 67). Цей концепт включений до контексту

світової культури і, в той самий час, відбиває своєрідність культури, історії і психології певного народу.

Разом із тим відмічено, що в різних культурах розвиток змісту поняття відбувався схожим чином, а саме, від широкого тлумачення МИСТЕЦТВА як досвіду, вміння, майстерності до фокусування на певному виді творчості (Sidneva, 2013, p. 143). Це дозволяє у нашій роботі поставити питання про гештальтну природу цього концепту.

МИСТЕЦТВО і ЕСТЕТИКА широко досліджуються з різних методологічних позицій. Зокрема, дослідники конвенціональної естетики розглядають МИСТЕЦТВО з позицій філософії сприйняття (Nanay, 2014). З іншого боку, утілеснена, активована та ситуаційна (*embodied, enactive, and situated*) перспективи розкривають утілеснені та перформативні якості динамічних, породжуючих, інтерактивних естетичних практик сьогодення (Penny, 2017).

Не зважаючи на тривале вивчення даного концепту з різних методологічних позицій, наразі відсутнє деталізоване розуміння поняття мистецтва. Залучення до аналізу новітнього доробку історичної когнітивістики (Barcelona, 2006; González, 2006) дає можливість наблизити таке розуміння, що стало безпосереднім стимулом нашого аналізу еволюції концепту МИСТЕЦТВО в англійській мовній картині світу.

Дослідження мови є невід'ємним від дослідження культури і пізнання на всіх рівнях є «культурно зафіксованим» (Langacker, 2014, p. 33). Наші уявлення в термінах концептів, схем та моделей є культурно обумовленими (Palmer, 2015), а мова є сховищем та засобом культурного пізнання, культурної концептуалізації (Sharifian, 2017, p. 38). Дослідження «еволюційних» концептів, які відбивають вплив кожної культурної епохи, але ядерна частина яких залишається незмінною та детермінована соціально-історичною спадкоємністю, дозволяють простежити розвиток семіотичного процесу (Tokarev, 2010, p. 53-54). Наразі у фокусі уваги лінгвістів залишаються проблеми множинності значень лексичних концептів (Aajami, 2020), концептуалізації світу в різних мовних спільнотах (Wnuk & Ito, 2021; Davydenko & Kalyuzhna, 2019), еволюційних трансформацій лексично презентованих концептів (Shevchenko, 2016). Сказане свідчить про **актуальність** вивчення історичного розвитку концепту МИСТЕЦТВО в англійській мовній картині світу.

Гіпотеза дослідження полягає в тому, що МИСТЕЦТВО – гештальтний поліапелюваний концепт, який еволюціонував від поняття РЕМЕСЛО до поняття ТВОРЧИСТЬ і, відповідно, його промінантні значення було профільовано у межах різних доменів протягом історії. З розвитком суспільства і культури місце доменів (баз) профільовання концепту МИСТЕЦТВО в англійській мовній картині світу змінилось, база змістилася з сегменту ПРОФЕСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ до сегменту ЕСТЕТИКА.

Об'єктом нашого дослідження є концепт МИСТЕЦТВО і способи його мовної репрезентації в англійській мові, **мета** дослідження полягає у визначенні імені концепту МИСТЕЦТВО серед його базових номінацій – лексем *art, arts, skill, craft*, а також у виявленні етимологічного шару концепту МИСТЕЦТВО та особливостей концептуалізації в різні історичні періоди. **Матеріалом** аналізу слугували 14988 слововживань лексеми *art*, 5253 слововживань лексеми *arts*, 3422 слововживань лексеми *skill* та 2028 слововживань лексеми *craft* – лексем-номінатів концепту МИСТЕЦТВО, одержаних з текстових баз даних BNC, секцій Fiction, Magazine, Newspaper.

2. Методологія дослідження

Зміст та структура концепту як основної одиниці структурованого знання в свідомості людини встановлюється шляхом аналізу значень лексичних одиниць, якими він є представлений (Marty`nyuk, 2012, p. 40). Під лексичним значенням розуміють концепт, схоплений знаком, або квант інформації, підведений під тіло знака (Nikitin, 1974). Лексичний концепт сприймається як інформаційна цілісність, присутня в мовній свідомості,

сприймається мовною особистістю як інваріантне значення асоціативно-семантичного поля і має ім'я, представлене лексичною одиницею мови (Ророва, 2001). Втім, слово презентує концепт не в повному обсязі – воно передає кілька концептуальних ознак за допомогою певних релевантних значень. Кожне слово репрезентує лише частину концептуальних характеристик, які мають значення для комунікації, що підтверджується існуванням синонімів, різних дефініцій, визначень та текстових описів одного і того самого концепту (Boldyrev, 2001, p. 25-36).

Для семантико-етимологічного аналізу засобів номінації концепту МИСТЕЦТВО в нашій роботі обрано комплекс методів, що включає аналіз словникових дефініцій з метою виявлення ЛСВ досліджуваних лексичних одиниць, компонентний аналіз для з'ясування особливостей змісту різних ЛСВ, частотний аналіз вживання слів-репрезентантів та етимологічний аналіз імені концепту тощо. Зокрема,

- метод узагальнення словникових дефініцій ґрунтується на принципі додатковості словникових дефініцій різних словників, кожен з яких відображає деякі суттєві ознаки значення, але найповніший опис здійснюється лише сукупністю дефініцій різних словників, які доповнюють один одного;

- метод компонентного аналізу полягає у розкладанні значення на мінімальні семантичні складові – семи. Сема – мінімальна одиниця змісту, що виділяється як компонент значення (Nikitin, 1974). В нашому аналізі номінацій МИСТЕЦТВА виділяємо категоріальні (тобто загальні у кількох лексичних одиниць) та диференціальні семи. Диференціальні семи визначають індивідуальність слів. Крім категоріальних та диференціальних сем у значеннях окремих слів можуть входити ознаки, що мають характер «потенційних сем» (імплікаціонал, за Нікітінім), які виявляють свою природу за вторинної номінації цього слова, наприклад, у метафорах;

- метод частотного аналізу вживання слів-репрезентантів досліджуваного концепту в текстовому корпусі, зроблений на матеріалі BNC, дозволяє виявити домінуючу лексему, що уможливило визнати її в якості імені концепту;

- метод етимологічного аналізу з'ясовує морфологічну будову слова, що існувала раніше, визначає джерела і час появи лексеми, встановлює її утворення від відповідної основи;

- ідентифікація доменів, в яких профільовано значення полісемантичних лексем – номінацій концепту, є не менш важливим методом нашого аналізу. У когнітивній лінгвістиці під доменом розуміється будь-яка цілісна область концептуалізації, щодо якої визначається значення мовного знака (Langacker, 1987, p. 488). Домен включає в себе одиниці нижчого рівня схемності – концепти або фрейми (Kovecses, 2017; Sullivan, 2013);

- нарешті, опис когнітивних метафор залучає поняття блендингу або когнітивної інтеграції (Turner & Fauconnier, 2002, p. 408) у їх різних тлумаченнях (Steen, 2011). Інтеграція зумовлює сприйняття метафори як елементу культури, експлікує уявлення про очікування і поведінку носіїв мови (Freeman, 2006, p. 51).

3. Результати дослідження та дискусія

У цьому розділі послідовно розглянуто множинні засоби апелювання і структура концепту МИСТЕЦТВО, профільованого в різних доменах. З'ясовано етимологічний шар концепту МИСТЕЦТВО та простежені тенденції історичного розвитку уявлень про МИСТЕЦТВО в англійській мовній картині світу від домінування значень *РЕМЕСЛА* до *ТВОРЧОСТІ*.

3.1. Засоби апелювання і структура концепту МИСТЕЦТВО

Згідно словникових джерел, концепт МИСТЕЦТВО в англійській мовній картині світу вербалізується наступними базовими лексемами: *art, arts, skill, craft* (Crowther, 1998; Crystal, 1990; Hornby, 2005; *Longman Dictionary of Contemporary English*, n.d.; Marrow, 1972;

McMillan English Dictionary, n.d.; *Merriam-Webster Dictionary*, n.d.; Mish, 1993; *Oxford Wordpower Dictionary*, 1998; Rodale, 1978; Sinclair, 1990; Sinclair, 1993; Summers, 1993; *Synonyms Thesaurus with Antonyms & Definitions*, n.d.; *The Oxford Dictionary of English*, n.d.; *The Oxford Paperback Thesaurus*, n.d.). Для виявлення серед них імені (імен) концепту МИСТЕЦТВО автори використовують положення, про те, що ім'я концепту має збігатися з домінантою відповідного синонімічного ряду, відрізнятися високою частотністю вживання (враховуючи, що частотність лексем залежить від типу дискурсу, місця спілкування і учасників спілкування) і максимально покривати смисли (ЛСВ) інших лексем – номінацій концепту (Popova, 2001).

Проведений частотний аналіз вживання слів-репрезентантів досліджуваного концепту в текстовому корпусі BNC (*The British National Corpus*, n.d.) свідчить про абсолютне домінування лексеми *art* (50,8% – 14988 слововживань), в той час як частотність вживання наступних лексем значно нижча: *arts* (17,8% – 5253 слововживань), *skill* (11,6% – 3422 слововживань), *craft* (6,9% – 2028), що дає можливість визнати лексему *art* іменем концепту МИСТЕЦТВО.

Виходячи із значення базових лексем *art*, *arts*, *skill*, *craft* за даними словників (Crowther, 1998; Crystal, 1990; Hornby, 2005; *Longman Dictionary of Contemporary English*, n.d.; Marrow, 1972; *McMillan English Dictionary*, n.d.; *Merriam-Webster Dictionary*, n.d.; Mish, 1993; *Oxford Wordpower Dictionary*, 1998; Rodale, 1978; Sinclair, 1990; Sinclair, 1993; Summers, 1993; *Synonyms Thesaurus with Antonyms & Definitions*, n.d.; *The Oxford Dictionary of English*, n.d.; *The Oxford Paperback Thesaurus*, n.d.), їх можна згрупувати у кілька ЛСВ. Зокрема, полісемантична лексема *art* (n.) виявляє шість ЛСВ:

1. «використання уяви для вираження ідей, почуттів, особливо в живопису, малюванні або скульптурі»: *modern/contemporary art*; 2. «предмети мистецтва: картини, скульптури»: *an art gallery/exhibition; a collection of art and antiques*; 3. «вміння / навички створювати предмети мистецтва»: *she's good at art and design*; 4. «вид образотворчого або сценічного мистецтва»: *dance is a very theatrical art*; 5. «предмети, які вивчаються в школі чи університеті»: *an arts degree*; 6. «здатність або навички, які можна розвинути за допомогою навчання і практики»: *a therapist trained in the art of healing, I've never mastered the art of making bread*.

Лексема *arts* (n.) в англійській мові має наступний узагальнений список з 3 ЛСВ, які виявлені на основі аналізу словникових статей:

1. «створення і демонстрація живопису, акторської майстерності, танців, музики і т. д.»: *fine/decorative/performing arts*; 2. «живопис, музика, театр, кіно, література і т.д. як одне ціле»: *Government funding for the arts has been reduced*; 3. «предмети, які вивчаються в навчальних закладах, але не є точними науками, наприклад, історія, мови і т. д.». Усі ці значення тісно пов'язують МИСТЕЦТВО з культурою і суспільством (пор. титр із відео «Мистецтво – природний складник різних суспільств і культур по всьому світі» на рис. 1):



Рис. 1. Мистецтво/ART – складник суспільств і культур (La Volpe, 2017)

Лексема *skill* (n.) в англійській мові має узагальнений список з трьох ЛСВ, які виявлені на основі аналізу словникових статей тлумачних словників англійської мови:

1. «здатність / уміння / навик робити щось добре, особливо в результаті навчання і практики»: *reading and writing are two different skills*; 2. «спритність і координація при виконанні фізичних задач»: *I admired her skill at catching fish*; 3. «придбане вміння робити щось грамотно; досвід»: *being a good manager requires a number of highly specialized skills*.

Лексема *craft* (n.) в англійській мові включає дві ЛСВ, які виявлені на основі аналізу словникових статей тлумачних словників англійської мови:

1. «спритність, вправність, хороші здібності»: *We have not the strength with which to fight this man; we must ... win, if win we can, by craft*; 2. «навик і досвід створення предметів фізичного світу»: *the craft of furniture making/sewing/glassblowing*.

Отримані дані про лексико-семантичні варіанти лексем *art*, *arts*, *skill*, *craft* – номінації концепту МИСТЕЦТВО подано в таблиці 1.

Таблиця 1

Лексико-семантичні варіанти лексем *art*, *arts*, *skill*, *craft* – номінацій концепту МИСТЕЦТВО

№	ЛСВ лексем	Лексеми			
		<i>art</i>	<i>arts</i>	<i>skill</i>	<i>craft</i>
1	«використання уяви для вираження ідей, почуттів, особливо в живопису, малюванні або скульптурі»	+	–	–	–
2	«твори мистецтва: картини, скульптури»	+	+	–	–
3	«вміння/навички створювати (твори мистецтва)»	+	–	+	+
4	«вид образотворчого або сценічного мистецтва»	+	–	–	–
5	«предмети, які вивчаються в школі чи університеті»	–	+	–	–
6	«здатність або навик, котрі можна розвинути за допомогою навчання і практики»	+	–	+	–
7	«живопис, музика, театр, кіно, література і т.інш. як одне ціле»	–	+	–	–
8	«спритність і координація при виконанні фізичних задач»	+	–	+	+
	ВСЬОГО (із 8):	6	3	3	2

Як видно з таблиці 1, найбільшу кількість ЛСВ має лексема *art* – 6, в той час як лексеми *arts*, *skill*, *craft* мають 3, 3 і 2 ЛСВ відповідно. Отримані дані свідчать, що лексема *art* демонструє найбільшу кількість значень, в порівнянні з кількістю значень лексем *arts*, *skill*, *craft* – її синонімів, змістовий обсяг лексеми *art* покриває обсяг лексем-синонімів, причому значення «вміння/навички створювати (твори мистецтва)» і «спритність і координація при виконанні фізичних задач» притаманні найбільшій кількості номінацій концепту.

Таким чином, ім'ям концепту МИСТЕЦТВО справедливо вважати лексему *art* (n), домінантну з точки зору частотності і найбільш ємну в семантичному плані.

Сьогодні проблема співвідношення «знак – лексичне значення – концепт» залишається відкритою, оскільки вона ставить питання не/однозначності співвідношення «символ – концепт», тобто не/остаточного числа концептів, що співвідносяться з лексемами. Одне й те саме слово може в різних комунікативних умовах подавати в мові різні ознаки концепту та різні концепти – залежно від комунікативних потреб, від обсягу, кількості та якості тієї інформації, яку той, хто говорить, хоче передати в даному комунікативному акті і, природно, залежно від значеннєвої структури слова, його семантичних можливостей (Popova, 2001). Якщо лексико-семантичні варіанти належать до однієї концептуальної області (реалізуються в рамках одного домену), зв'язки між ними очевидні, і вони репрезентують один концепт. Саме концептуальна область показує, для категоризації якого класу явищ, предметів та ін. слугує той чи інший концепт, із якою сферою людського досвіду він співвідноситься. Концептуальна область ширша, ніж концепт і може включати групи концептів.

На думку провідних когнітивістів (Langacker, 2014; Zhabotinskaya, 2013), когнітивна лінгвістика нерозривно пов'язує поняття концепту з поняттям домену, де домен – це структура фонових знань, когнітивна сутність, ментальний досвід, репрезентаційний простор чи концептуальний комплекс, широке асоціативне поле (Clausner & Croft, 1999; Croft & Cruse, 2004). Мережа доменів – 'поняттєвих вузлів' – утворює концептосферу (весь структурований семантичний простір) (Zhabotinskaya, 2013, p. 61). Зокрема, концепт МИСТЕЦТВО в англійській мові репрезентують ЛСВ полісеманта *art* (n.), профільовані у межах домену ЛЮДИНА і – більш конкретно – концептуальної області ДІЯЛЬНІСТЬ ЛЮДИНИ.

За словами Лакоффа (Lakoff, 1987), людина організує свої знання за допомогою ІКМ – ідеалізованих когнітивних моделей. Кожна ІКМ є гештальтом, тобто комплексним структурованим цілим, в якому використовуються чотири типи структуруючих принципів: пропозиційна структура (як у Філлморових фреймах), образно-схематична структура (як у когнітивній граматиці Ленекера (Langacker, 1987)), метафоричне та метонімічне відображення (як вони описані Лакоффом та Джонсоном). Кожна ІКМ структурує ментальний простір. На думку Дж. Лакоффа (Lakoff & Johnson, 1987), сприйняття, емоції, думки, процеси пізнання, моторна діяльність і мова організовані за допомогою структур, які він називає гештальтами. Гешталти є одночасно цілісними та аналізованими, що складаються з частин, але не зводяться до сукупності цих частин; вони в цілому мають певні додаткові властивості, і їх частини також можуть мати додаткові властивості. Гешталти можуть бути розкладені більш ніж одним способом залежно від прийнятої точки зору. Частини гешталту пов'язані внутрішніми відношеннями; характеристики гешталту і типи відношень між його частинами можуть бути різними залежно від того, яку думку прийнято основою для поточного дослідження. Гештальт може бути пов'язаний зовнішніми відношеннями з іншими гештальтами. Він може становити частину іншого гешталту або проектуватися іншим способом. Під час проектування частини одного гешталта відображаються на частині іншого гешталту. Результатом проектування буде успадкування частинами другого гешталту властивостей та відношень першого. Проектування гешталту на інший гештальт може бути частковим. Гешталти можуть мати часткову подібність один з одним, ступінь подібності залежить від ступеня близькості зв'язку між ними. Лінгвістичні гешталти мають кілька типів властивостей – граматичні, семантичні, фонологічні, функціональні.

У цілому, виявлені значення полісемічної лексеми *art* – імені концепту **МИСТЕЦТВО** дозволяють дійти висновку, що **МИСТЕЦТВО** – це гештальтний поліапельований концепт у рамках домену **ЛЮДИНА / ДІЯЛЬНІСТЬ ЛЮДИНИ**. Концепт **МИСТЕЦТВО** є гештальтним концептом, бо він водночас є цілісним і складається з таких частин як **ЖИВОПИС**, **СКУЛЬПТУРА**, **ЛІТЕРАТУРА**, **ТЕАТР**, **ТАНОК**, **КІНО**, **ТВОРИ МИСТЕЦТВА**, а також **ПРОФЕСІОНАЛІЗМ** (у будь-якій професійній діяльності). Той факт, що **ПРОФЕСІОНАЛІЗМ** як частина гештальтного концепту **МИСТЕЦТВО** неразривно пов'язана з іншим концептом **РЕМЕСЛО**, який також профілюється в рамках домену **ЛЮДИНА/ДІЯЛЬНІСТЬ ЛЮДИНИ**, свідчить про те, що вони пов'язані внутрішніми відношеннями. Концепти **МИСТЕЦТВО** та **РЕМЕСЛО** також пов'язані відносинами, де гештальтний концепт **РЕМЕСЛО** частково проектується у гештальтний концепт **МИСТЕЦТВО**, і другий таким чином частково успадковує його властивості. Фактично, це свідчить про існування концептуальної матриці (Bondarenko, 2014), або, за Ленекером (Langacker, 1987, p. 152), domain matrix – комплексу доменів, у межах яких пояснюється той чи інший концепт. Матрицю концепту **МИСТЕЦТВО** обумовлює внутрішня форма лексеми *art* – «засіб, метод», що є основою будь-якої діяльності людини: професійної, творчої, наукової, тощо. Різноманітність лексем-реперзентантів концепту **МИСТЕЦТВО** – *art, skill; craft; workmanship; goldsmithery; handiness; subtility; artfulness; proficiency; artifice; arts, craftsmanship; fine arts; excellency; deftness; artistic endeavour, skillfulness, handiness, ability, mastery, arts, ingenuity, practice* (а також їх деривати) – підтверджує той факт, що даний концепт є поліапельованим.

Схематично це може бути представлено наступним чином (рис. 2):

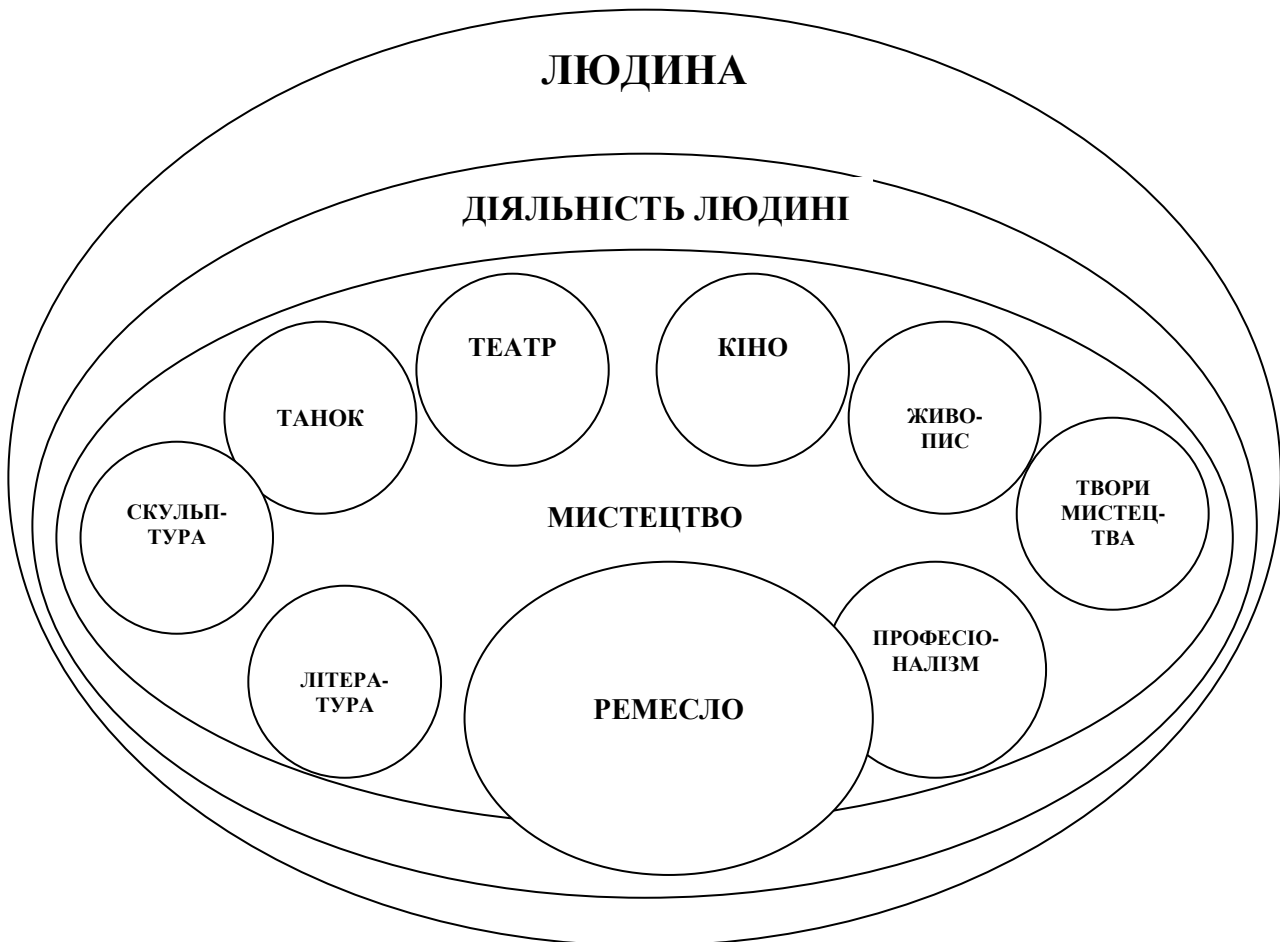


Рис. 2. Матриця доменів поліапельованого коцепту **МИСТЕЦТВО**

Сказане свідчить, що МИСТЕЦТВО – гештальтний поліапелюваний концепт, що в різні історичні періоди існує як єдність РЕМЕСЛА, ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ, ЖИВОПИСУ, СКУЛЬПТУРИ, ЛІТЕРАТУРИ, ТЕАТРА, КІНО та ін. і отримує конкретне значення лише залежно від контексту.

До концепту МИСТЕЦТВО апелюють численні концептуальні метафори. Концептуальна метафора є засобом номінування певної абстракції у термінах конкретної сутності (Lakoff, 1980). Найбільш частотними моделями концептуальних метафор МИСТЕЦТВА (як референта метафори) за даними ВНС виявились:

Модель персоніфікації:

- «*Art is coming face to face to yourself*». Jackson Pollock
- «*Art speaks where words are unable to explain*»
- «*Art is standing with one hand extended into the universe and one hand extended into the world, and letting ourselves be a conduit for passing energy*». Albert Einstein

Модель шляху:

- «*Art is a journey of a free Soul*». Aley Oguz
- «*Art is not a thing. It is a way*». Elbert Hubbard

Концепт МИСТЕЦТВО також здатен слугувати джерелом концептуальних метафор, зокрема, метфори LIFE IS ART (рис. 3). При залученні окремих значень *art* до створення блендінгу, промінантними у гештальтному концепті МИСТЕЦТВО є його складники ПРОФЕСІОНАЛІЗМ (вміння / навички створювати предмети мистецтва; вміння, які можна розвинути за допомогою навчання і практики).



Рис. 3. Концептуальна метафора LIFE IS ART (La Volpe, 2017)

3.2. Етимологічний шар концепту МИСТЕЦТВО

Історично МИСТЕЦТВО виникає тоді, коли людина виходить за межі задоволення своїх безпосередніх фізичних потреб, практично-утилітарних інтересів і цілей, та отримує можливість задовольняти свої естетичні потреби, творити. Тим самим МИСТЕЦТВО являє особливу форму освоєння світу людиною, у якій світ постає у мистецтві через форми діяльності, спілкування, самореалізації людей. Воно дає відображення та розгорнуті проєкції людського буття, його просторової та часової єдності зі світом. Мистецтво, що сприймається як певне умовне ціле, можна трактувати як своєрідну онтологію, що

сконцентрована на динаміці предметно-чуттєвого буття людей. Будучи особливою формою діяльності людей, мистецтво поєднує у своїх образах предметні, комунікаційні, індивідуальні аспекти діяльності, тому воно зберігає в собі колективні та особистісні уявлення, втілені в етимології лексеми *art* – імені концепту МИСТЕЦТВО та в її історичному розвитку.

Наступним етапом дослідження концепту МИСТЕЦТВО є виявлення його етимологічного шару. В структуру концепту, на думку Ю.С. Степанова, входить все те, що робить його фактом культури – первинна форма (етимологія); стисла до основних ознак змісту історія; сучасні асоціації; оцінки і т.д. (Stepanov, 1997). Етимологія розкриває внутрішню форму слова, «вона є передісторією, дописемною історією концепту» (Stepanov, 1997, р. 7). О.О. Потєбня розрізняв зовнішню форму, тобто звук, зміст, об'єктивований за допомогою звуку, і внутрішню форму, або найближче етимологічне значення слова, той спосіб, яким виражається зміст (Potebnya, 1993). Внутрішня форма слова вказує на причину, по якій дане значення виявилось вираженим саме даним поєднанням звуків (там само) і є ознакою, покладеною в основу номінації при утворенні нового лексичного значення слова. Таким чином, наявність внутрішньої форми слова означає наявність у слова певного типу дериваційних та асоціативних смислів.

Внутрішня або первинна форма слова сходиться до етимону. Етимон – це відновлювана первинна форма одиниці мови (кореня, слова, фразеологізму), зазвичай найранішня з відомих форм (“Етимон”, n.d.), на відміну від внутрішньої форми – фрагмента значення, явленого у зовнішній формі знака (Zhabotinskaya, 2010).

За етимологічними словниками англійської мови (Hoad, 1996; Onions, 1996; *Online Etymology Dictionary*, n.d), в лексемі *art* (n.) виявляються такі історичні зв'язки:

- PIE **ar(ə)-ti-* source also of Sanskrit *rtih* “manner, mode”;
- Latin *artem* (nominative *ars*) “work of art; practical skill; a business, craft”;
- Greek *artizein* “to prepare”, suffixed form of root **ar-* “to fit together”;
- О.Е. – *art*, early 13c., “skill as a result of learning or practice”;
- М.Е. – *art*, “skill in scholarship and learning” (c. 1300) (*Bachelor of Arts*);
- 14th century – *art*, “system of rules and traditions for performing certain actions”;
- late 16th century – *art*, sense of “skill in cunning and trickery”;
- 1610 – *art*, “skill in creative arts”, especially of painting, sculpture, etc.

Виходячи з цих даних, підсумованих в таблиці 2, внутрішня форма лексеми *art* сходиться до протоіндоевропейського іменника **ar(ə)-ti-* зі значенням «засіб, спосіб, метод», який є етимоном.

Таблиця 2

Етимологія лексеми *art*

Мова	Лексема	Значення
PIE	<i>*ar(ə)-ti-</i>	“manner, mode”
Latin	<i>artem</i>	“work of art; practical skill; a business, craft”
Greek	<i>artizein</i>	“to prepare”, “to fit together”
Old English	<i>art</i>	“skill as a result of learning or practice”
Middle English	<i>art</i>	“skill in scholarship and learning”, “system of rules and traditions for performing certain actions”, “skill in cunning and trickery”, “skill in creative arts”

Як видно з табл. 2, історичний розвиток лексеми *art* йшов шляхом придбання нових значень, які з'являлися в різні періоди. Етимологічно лексема *art* сходиться до протоіндоевропейського іменника **ar(ə)-ti-* зі значенням «спосіб, метод», що обумовлює її внутрішню форму. Сказане дозволяє зробити висновок про її часткову синонімію щодо

лексем *arts, skill* і *craft*. Значення «спосіб, метод» представлені у літературних джерелах XIV – XVI століть, наприклад:

- (1) *As techeth art of speche hem that it leere.* (Chaucer, n.d.)
- (2) *Sir Tristram was so noble a knight called, that by crafts of sorcery ladies would make such noble men to wed them.* (Malory, n.d.)
- (3) *A French musician! – Come, let's hear your skill.* (Marlowe, n.d.a)
- (4) *O, say not so, sir! the doctor has no skill.
No art, no cunning, to present these lords,
Or bring before this royal Emperor
The mighty monarch, warlike Alexander.* (Marlowe, n.d.b)

Пізніше, з 1610 року, лексема *art* набуває значення “skill in creative arts, especially of painting, sculpture, etc.” Це епоха Відродження, епоха творчості Шекспіра в Англії, розквіту театрального мистецтва, літератури, скульптури, тощо. Нове розуміння мистецтва, яке привносить Відродження, пов’язане з революційною ламкою старих, феодально-суспільних відносин, зі звільненням особистості виробника від станових та цехових обмежень, що сковують його творчість. Високо оцінюючи призначення та гідність людської особистості, стверджуючи ідею безмежного розвитку її можливостей, естетика Відродження конкретний образ такої особистості бачила у митці (*artist*).

Той факт, що пошуки універсальної людини приводили саме до художника, а не до філософа, вченого чи політичного діяча, був не випадковим. Це визначалося тим становищем, яке займав митець у культурному житті епохи. За М. М. Бахтіним (Bakhtin, 1975), художник виступав як опосередковуюча ланка між фізичною та розумовою працею. В його діяльності сучасники бачили реальний шлях до подолання того дуалізму теорії та практики, знання та вміння, на якому ґрунтувалася вся духовна культура Середньовіччя. Тому не випадково художник, його особистість, життя і діяльність опиняються в центрі суспільної думки того часу. Він вважається істотою божественного ладу, до його імені все частіше приписують епітет «divino» – божественний. Численні життєписи художників, які з’являються в цей час і поступово стають спеціальним літературним жанром, свідчать, що таке підвищення особистості художника не було так далеко від істини. Видатні художники епохи Відродження – це всебічно освічені люди, які мають різноманітні знання в галузі науки і мистецтва. Митець стає носієм естетичних та етичних цінностей (Bakhtin, 1975).

Все це чітко відображує історичний розвиток лексеми *art*, який йшов шляхом придбання нових значень, засвідчуючи і підтверджуючи перехід людської думки від «способу та методу діяльності» (PIE *ar(ə)-ti- source also of Sanskrit *rtih* “manner, mode”) до «творчого процесу діяльності» (ME 1610 – *art*, “skill in creative arts”, especially of painting, sculpture, etc.).

З метою більш детального і глибокого вивчення концепту МИСТЕЦТВО/ART і його схематичного подання, звертаємось до словників лексичних колокацій англійської мови, що містить найбільш уживані словосполучення, а також вивчимо сполучуваність лексеми *art* на прикладах BNC (*The British National Corpus*, n.d.). Результат дослідження словників лексичних колокацій і корпусу BNC наведено в таблиці 3:

Таблиця 3

Лексична сполучуваність *art* в англійській мові

Модель	Приклад
(1) adjective + art	<i>abstract art, ancient art, applied art, avant-garde art, ceramic art, commercial art, contemporary art, creative art, culinary art, decorative art, electronic art, great art, high art, language art, liberal art, medieval art, modernist art, national art, outsider art, primitive art, performing art, sacred art, traditional art, visual art, western art, etc.</i>
(2) verb + art	<i>create art, produce art, display art, master art, perfect art, etc.</i>
(3) art + noun	<i>art auction, art critic, art criticism, art dealer, art education, art educator, art fair, art historian, art lover, art theft, art treasures, etc.</i>
(4) art + of + noun/gerund	<i>art of persuasion, art of communication, art of war, art of love, art of jewelry, art of cuisine, art of renewal, art of living, art of argument, etc.</i>
(5) set expressions / idioms	<i>life imitates art, arts and crafts, funding for the arts, sponsorship of the arts, arts and sciences, have something down to a fine art, be quite an art, art for art's sake, art is long and life is short, be art and part of (something), down to a fine art, fine art, have (something) down to a fine art, state of the art, the noble art (of self-defense), etc.</i>

Наведені вище моделі впорядковані за показником частотності вживання в мові, де (за даними корпусу BNC) найбільш вживаною є модель (1) adjective + art, а найменш – (5) set expressions / idioms.

3.3. Історичний розвиток уявлень про МИСТЕЦТВО в картині світу

Історично уявлення про МИСТЕЦТВО в англійській мовній картині світу розвивається як система конкретних видів діяльності, від ремісництва, притаманного давнім суспільствам (OE, ME *craft*), до літератури, музики, архітектури, живопису, скульптури, тощо, які найбільш повно виокремлюються в англійській культурі з початком епохи Відродження, і нових видів мистецтва, таких як кіно та інші, які поширюються з початком ХХ ст.

У сучасній науці їх різноманіття та відмінності фіксуються та класифікуються за критеріями, виробленими естетичною теорією та мистецтвознавством: за способом відображення дійсності (гносеологічний критерій) – образотворчі, виразні; за способом буття художнього образу (онтологічний критерій) – просторові, часові, просторово-часові; за способом сприйняття (психологічний критерій) – слухові, зорові та зорово-слухові. У зв'язку з появою нових видів мистецтв з'являються інші принципи їх класифікації. Однак усі подібні розрізнення багато в чому відносні.

МИСТЕЦТВО відіграє велику роль, бо не тільки еволюціонує разом із суспільством, але й формує це суспільство, виконуючи низку важливих функцій: ідеологічну, соціальну, загальноосвітню, комунікативно-меморіальну, пізнавальну, магічно-релігійну, естетичну, художньо-концептуальну, виховну, гедоністичну (близьку до естетичної функції, але не формує поняття про естетику, а дає можливість естетичної насолоди), прогностичну (що полягає у спробі передбачити майбутнє), компенсаторську (слугує відновленню психологічного рівноваги), розважальну та інші (Campodonico, 2011).

Значущість МИСТЕЦТВА для носіїв мови зумовлює його високу номінативну щільність, до нього апелюють не тільки базові лексеми, але і їхні деривати. Їх історичне варіювання виявляється в існуванні історично сталих лексем – номінацій концепту МИСТЕЦТВО та історичних змінних – лексико-семантичних варіантів, присутніх в обмежених історичних періодах. До сталих належать базові лексеми номінації МИСТЕЦТВА, до змінних – їхні деривати. Наприклад, у середньовічний період, як видно

на кадрі нижче (рис.4), дериват *artist* виявляє множинні значення, що профілюються в різних субдоменах: скульптор (субдомен СКУЛЬПТУРА), портретист (субдомен ЖИВОПИС), анатом, прозектор (субдомен МЕДИЦИНА), картограф небосхилу (домен АСТРОЛОГІЯ). Останні значення (*anatomist, cartographer*) безпосередньо пов'язані із концетами РЕМЕСЛЮ, ПРОФЕСІОНАЛІЗМ і сьогодні вийшли з ужитку, залишаючись лише в якості історичних варіантів полісемантичної лексеми *artist*.



Рис. 4. Значення полісеманта *artist* (La Volpe, 2017)

У сучасному світі коцепт МИСТЕЦТВО відіграє суттєву роль у житті суспільства та посідає провідне місце в сегменті ЕСТЕТИКА загальної картини світу. Наведені домени і субдомени не вичерпують обсягу бази цього гештальтного концепту; її(базу) окремі субдомени є широко специфікованими і, відповідно, мають велику кількість лексем-номінацій, що відомо як номінативна щільність концепту. Наприклад, у межах субдомену ЖИВОПИС в різні історичні періоди домінували різні аспекти концепту МИСТЕЦТВО, що реалізувалося в номінаціях: *art nouveau, abstract art, pop-art, and others* (рис. 5):



Рис. 5. Номінації МИСТЕЦТВА – історичні варіанти (La Volpe, 2017)

Наразі немає простого, але вичерпного визначення МИСТЕЦТВА; насправді це слово має багато значень. Грецькі та латинські еквіваленти (τέχνη, ars) можуть у широкому сенсі включати все, що зазвичай згруповано під ярликом образотворчого мистецтва (“Art”, n.d.).

У західній традиції початкове значення мистецтва – це вміння щось робити; це слово вживали стародавні греки для позначення, насамперед, ремесел, які задовольняють основні потреби людини. У діалогах Платона та творах Аристотеля це значення мистецтва є основним, що використовується для пояснення всіх інших навичок, фізичних чи розумових. Мистецтво також рано було визнано ознакою певної досконалості, що свідчить про прогрес людини. Історичний розвиток семантики *art* – це історія прогресу людини від виготовлення продуктів, безпосередньо необхідних для життя (концепт РЕМЕСЛО), до виготовлення речей (іноді на замовлення) з метою отримання насолоди (концепт МИСТЕЦТВО). Ця грецька концепція мистецтва домінувала в Середньовіччі та зберігається в новітні часи (“Art”, n.d.).

Звуження значення *art* до образотворчого мистецтва і, відповідно, до естетики є відносно сучасним теоретизуванням. Розвиток мистецтва в епоху Відродження, безсумнівно, прискорив цю тенденцію. За умови такого тлумачення, існує особливий світ мистецтва та естетичного досвіду; отже, потрібна особлива творча уява та чутливість, щоб оцінити відмінні цінності, що містяться в окремих творах мистецтва (“Art”, n.d.).

Мистецтво традиційно поділяється на вільне та сервільне (*від англ. servile*). Цей поділ є основним, оскільки він стосується різниці в роботі, яку необхідно виконати. Найочевидніший тип артефакта, який можна створити, – це той, який існує у зовнішній фізичній матерії, оскільки така матерія сприйнятлива до отримання штучної форми; дерево, наприклад, легко піддається формуванню в стіл, стілець або ліжко. Таке виготовлення, принаймні спочатку, є результатом фізичних зусиль творця, і ця особливість характеризує таке мистецтво як сервільне (“Art”, n.d.), тобто таке, що має утилітарну мету та слугує людині як предмет домашнього побуту. Сервільні характеристики мистецтва підтверджують нашу гіпотезу, що поняття МИСТЕЦТВО сходить насамперед до поняття РЕМЕСЛО.

Отже, у поняттєвому просторі ДІЯЛЬНІСТЬ ЛЮДИНИ є сегменти УТИЛІТАРНІСТЬ (НЕ)ТВОРЧА ДІЯЛЬНІСТЬ і ТВОРЧІСТЬ (ТВОРЧА ДІЯЛЬНІСТЬ), поєднані концептом ПРОФЕСІОНАЛІЗМ. Історично першим на підґрунті ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ у картині світу формується концепт РЕМЕСЛО/АРТ – дрібне виробництво для задоволення широких побутових потреб (рис. 6), на тлі якого з плином часу з’являється концепт (НЕ)КВАЛІФІКОВАНА ПРАЦЯ (різноманітні виробництва, у т.ч. промислові, бізнес тощо), профільований в домені УТИЛІТАРНЕ. Пізніше, з досягненням достатнього ступеню матеріального, соціального і культурного розвитку цивілізації, на цьому ж підґрунті від РЕМЕСЛА відокремлюється новий концепт МИСТЕЦТВО/АРТ, що профільується у домені ЕСТЕТИКА, і в подальшому МИСТЕЦТВО залишається історичною константою ТВОРЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ людини (рис. 7).

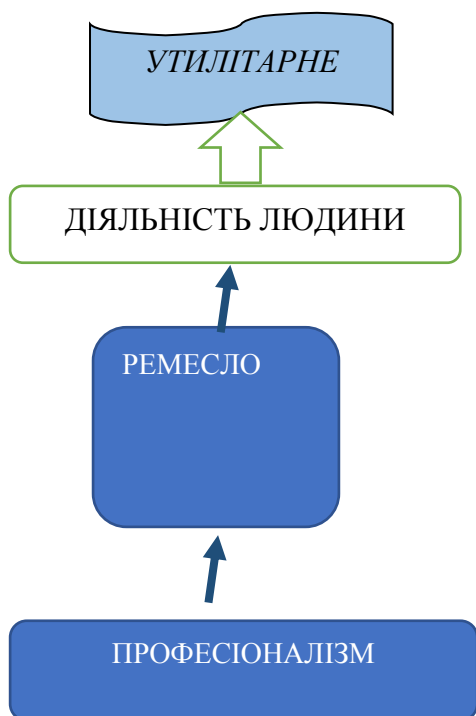


Рис. 6. Концепт МИСТЕЦТВО/АРТ періоду Середньовіччя

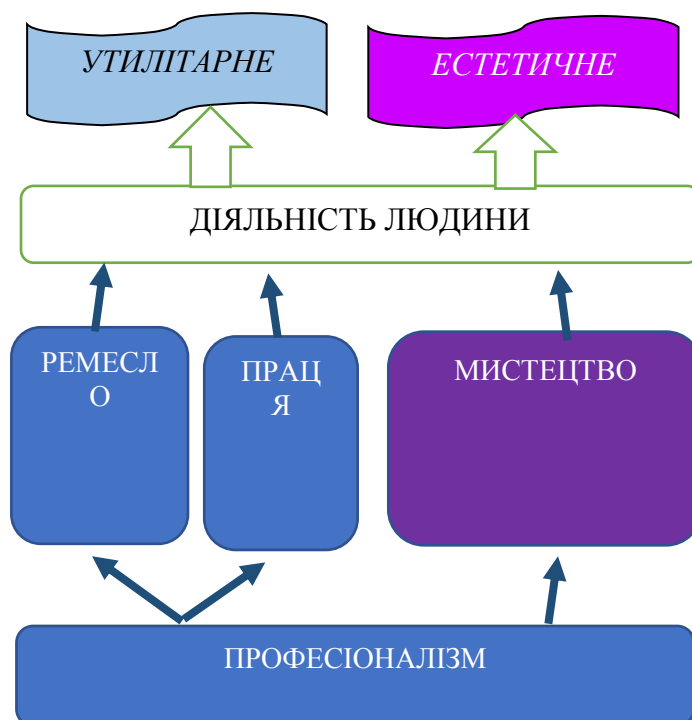


Рис. 7. Концепт МИСТЕЦТВО/АРТ XVII–XXI ст.

Як видно з рис. 6, 7 концепт МИСТЕЦТВО в англійській МКС розвивається поступово, тобто еволюціонує і набуває нових різновидів. Такий тип еволюції відповідає кладогенезу – розвитку за типом розгалуження, відомому у природничих науках за прикладами родовидового розмноження протягом історії природи.

4. Висновки та перспективи подальших досліджень

Засоби лексичної репрезентації концепту МИСТЕЦТВО в англійській МКС включають базові лексеми *art*, *arts*, *skill* і *craft*, словникові значення яких відрізняються. В результаті дослідження лексема *art* виявила найбільшу кількість значень (ЛСВ) в порівнянні з лексемами-синонімами *arts*, *skill* і *craft*. Змістові обсяги лексем-синонімів *arts*, *skill* і *craft* включені в змістовий обсяг іменника *art*, що дає всі підстави вважати лексему *art* іменем концепту МИСТЕЦТВО в англійській МКС: вона є домінантною з точки зору частотності і найбільш ємною з точки зору семантики.

Внутрішня форма лексеми *art* сходить до протоіндоєвропейського іменника **ar(ə)-ti-* зі значенням «спосіб, метод». Історичний розвиток лексеми *art*, який йшов шляхом придбання нових значень, засвідчує перехід людської думки від «способу та методу діяльності» до «творчого процесу діяльності». Відповідно, концептуальна модель МИСТЕЦТВА зазнає історичних змін у картині світу у рамках сегменту ДІЯЛЬНІСТЬ ЛЮДИНИ на підґрунті ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ: у період середньовіччя домінує концепт РЕМЕСЛО/АРТ, профільований у межах домену УТИЛІТАРНЕ. Пізніше, відповідно до матеріальних і соціокультурних змін епохи Відродження, в уявленні англійців поряд з РЕМЕСЛОМ (уявленням про дрібне виробництво) формується концепт ПРАЦЯ (промислове виробництво) і виокремлюється концепт МИСТЕЦТВО, профільований у межах домену ЕСТЕТИЧНЕ. У свою чергу концепт МИСТЕЦТВО є доменом для таких субдоменів, як РЕМЕСЛО, ЖИВОПИС, СКУЛЬПТУРА, ЛІТЕРАТУРА, ТЕАТР, ТАНОК, КІНО тощо. Сказане дозволяє зробити висновок, що однією з основних відмінних рис понять МИСТЕЦТВО та РЕМЕСЛО можна вважати їхню *мету*: естетичну ціль для

МИСТЕЦТВА і утилітарну для РЕМЕСЛА; а тип їхньої еволюції вважати кладогенезом – історичним розгалуженням.

В цілому, мистецтво залишається однією з найважливіших форм трансляції і, отже, збереження людського досвіду. Воно ж виступає і формою оновлення цього досвіду, тому що кожне покоління особливим чином висловлює процес освоєння буття. Акценти в цій ролі мистецтва змінюються історично, і, власне, збереження мистецтва, його специфіки, його соціальної функції досягається в образах, що фіксують рівновагу між відтворенням і оновленням людського досвіду, що постійно змінюється. Запропонована у цій роботі комплексна методика дослідження та отримані результати є перспективними для подальшого дослідження феноменів поліапельованості концепту на матеріалі різних лексичних концептів в англійській мовній картини світу.

References

- Aajami, R. F. (2020). A cognitive linguistics study of the conceptual derivation of word meaning. *Arab World English Journal*, 11(4). <https://dx.doi.org/10.24093/awej/vol11no4.15>
- Art. (n.d.). In *The World's #1 Online Encyclopedia* (n.d.). Retrieved from: <https://www.encyclopedia.com>
- Bakhtin, M.M. (1975). *Voprosy literatury i estetiki [Questions of literature and aesthetics]*. Moskva: Hudozhestvennaja literature (in Russian).
- Barcelona, A. (2006). Metonymy in meaning and form, with special attention to its role in lexical semantic change. In J. G. V. González, M. M. Vázquez, & P. R. Vaz (Eds.), *The historical linguistics-cognitive linguistics interface* (pp. 19–57). Universidad de Huelva.
- Boldyrev, N.N. (2001). Kontsept i znachenije slova. [Concept and meaning of the word]. In *Metodologicheskiye problemy kognitivnoy lingvistiki* (pp. 25–36). Voronezh: Voronezh Publishing House. State University. (in Russian).
- Bondarenko, E.V. (2014). *Matrichnoe modelirovanie. Dual'nost' vremeni v anglojazychnoj kartine Mira*. [Matrix modelling. The duality of time in the English language world constual]. Kharkov: Karazin University Press. (in Russian).
- Bondarenko, E.V. (2017). Kartina mira i matrichnoe modelirovanie kak bazovyj metod ee analiza [World construal and matrix modelling as a basic method of its analysis]. In I.S. Shevchenko (Ed.), *Kak narisovat' portret pticy: metodologija kognitivno-kommunikativnogo analiza jazyka: kol. monografija* (pp. 59–106). Kharkov: Karazin University Press (in Russian).
- Bondarenko, I. V. (2018). Kharkiv linguistic school. Heritage. Alexander Potebnja. *Cognition, communication, discourse*, 16, 13–24. <https://dx.doi.org/10.26565/2218-2926-2018-16-01>
- Campodonico, S. P. (2011). *Culturology: Using organizational culture for strategic growth*. Lulu.com.
- Clausner, T.C., & Croft, W. (1999). Domains and image schemas. *Cognitive Linguistics*, 10(1), 1–31.
- Croft, W., & Cruse, D. A. (2004). *Cognitive Linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Davydenko, I., & Kalyuzhna, A. (2019). Conceptualization across languages: A case for English and Ukrainian synonyms. *Proceedings of the conference «Culture and Cognition in Language 2» Rzeszow*, 25-26 April 2019. 20-21.
- Dovganyuk, E.V. (2017). *Evoluciya konceptu KRASA v angломovnomu dy`skursi XIV – XXI stolit` [The evolution of the concept BEAUTY in the English discourse of the 14 th – 21 st centuries]*. (Unpublished candidate dissertation). V.N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, Ukraine (in Ukrainian).
- Etymon. (n.d.). In *Merriam-Webster.com dictionary*. Retrieved from: <http://www.merriam-webster.com/>
- Freeman, M. (2006). 'Blending: A Response'. *Language and Literature*, 15(1), 107–117. <https://doi.org/10.1177/0963947006063528>

- Gamboni, D. (2002). *Potential Images: Ambiguity and Indeterminacy in Modern Art*. London: Reaktion Books.
- González, J. G. V. (2006). The "Emotion Is Heat (of Fire) Metaphor": an Old English Validation. In J. G. V. González, M. M. Vázquez, & P. R. Vaz (Eds.), *The Historical Linguistics-Cognitive Linguistics Interface* (pp.225–243). Huelva, Spain: Univesidad de Huelva.
- Kassirer, Je. (2002). *Filosofija simvolicheskikh form. Mifologicheskoe myshlenie*. [The Philosophy of Symbolic Forms, Mythical Thought]. Moscow; Sankt-Peterburg: Universitetskaja kniga, Vol.2 (in Russian).
- Kovecses, Z. (2017). Levels of Metaphor. *Cognitive Linguistics*, 28(2), 321–347. <https://doi.org/10.1515/cog-2016-0052>
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago: Chicago University Press.
- Lakoff, G. (1987). *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal About the Mind*. University of Chocago Press.
- Langacker, R. (1987). *Foundations of cognitive grammar. Volume I: Theoretical Prerequisites*. Stanford: Stanford University Press.
- Langacker, Ronald W. (2014). Culture and cognition, lexicon and grammar. In Masataka Yamaguchi, Dennis Tay and Benjamin Blount (Eds.), *Approaches to Language, Culture and Cognition: The Intersection of Cognitive Linguistics and Linguistic Anthropology* (pp. 27–49). Houndmills and New York: Palgrave Macmillan.
- Marty`nyuk, A.P. (2012). *Slovy`k osnovny`x terminiv kognity`vno-dy`skursy`vnoyi lingvisty`ky`* [The dictionary of basic terms of cognitive-discursive linguistics]. Kharkiv: Karazin University Press.
- Nanay, B. (2014). Philosophy of perception as a guide to aesthetics. In G. Currie, M. Kieran, A. Meskin, & J. Robson (Eds.), *Aesthetics and the sciences of mind* (pp. 101–120). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199669639.003.0006>
- Nikitin, M.V. (1974). *Leksicheskoe znachenie v slove i slovosochetanii* [Lexical meaning in the word and phrase]. Vladimir: VPI (in Russian).
- Otty, L., & Roberts, A.M. (2013). 'Dim-conceived glories of the brain': On Ambiguity in Literature and Science. *Culture, Theory and Critique*, 54(1), 37–55. <https://doi.org/10.1080/14735784.2012.752194>
- Palmer, G.B. (2015). Ethnography: A neglected method of inductive linguistics. *Ethnolinguistics*, 27, 21–45. <http://dx.doi.org/10.17951/et.2015.27.21>
- Penny, S. (2017). *Making Sense: Cognition, Computing, Art, and Embodiment*. Boston: MIT Press.
- Polina, A.V. (2004). *Jazykovaja obektivacija koncepta BOG v anglijskom diskurse XIV–XX vv. [Linguistic objectivization of the concept GOD in the English discourse of the 14th – 20th centuries]*. (Unpublished candidate dissertation). V.N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, Ukraine (in Russian).
- Popova, Z.D. (2001). *Oчерки по когнитивной лингвистике* [Essays on cognitive linguistics]. Voronezh: Istoki (in Russian).
- Potebnya, A.A. (1993). *Mysl' i yazyk* [Thought and language]. Kiev: Sento. (in Russian).
- Sharifian, F. (2017). Cultural Linguistics. *Ethnolinguistics*, 28, 33–61. <http://dx.doi.org/10.17951/et.2016.28.31>
- Shevchenko, I.S. (2016). Jevoljucionnye mehanizmy kognitivnoj semantiki [Evolutional mechanisms of cognitive semantics]. *Cognition, communication, discourse*, 13, 131–141. <http://dx.doi.org/10.26565/2218-2926-2016-13-07>
- Shevchenko, I., & Gutorov, V. (2019). A cognitive-pragmatic perspective on apologies in English and Ukrainian discourse. *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava. Trnava: University of SS Cyril and Methodius in Trnava, IV* (2), 301-342. Retrieved from: https://lartis.sk/wp-content/uploads/2019/11/ShevchenkoGutorov_Issue-2_2019.pdf

- Shevchenko, I., & Shastalo, V. (2021). The conceptual metaphor of modesty in English and Ukrainian. *Cognitive Studies / Études cognitives*, 21, Article 2462. <https://doi.org/10.11649/cs.2462>
- Sidneva, T.B. (2013). Koncept «iskusstvo» kak predmet sovremennykh kul'turologicheskikh refleksij. [The concept of “art” as a subject of culturological interpretation]. *Vestnik Vjatskogo gumanitarnogo universiteta*, 1(2), 142–145 (in Russian).
- Steen, G. J. (2011). The contemporary theory of metaphor – now new and improved! *Review of Cognitive Linguistics*, 9(1), 26–64. <https://doi.org/10.1075/rcl.9.1.03ste>
- Stepanov, Yu.S. (1997). *Konstanty: Slovar' russkoy kul'tury* [Constants: Dictionary of Russian Culture. Research experience]. Moscow: School «Languages of Russian culture». (in Russian).
- Sullivan, K. (2013). *Frames and constructions in metaphoric language*. Amsterdam: John Benjamins.
- Tokarev, G.V. (2010). Lingvokul'turologicheskaja interpretacija koncepta. [Linguocultural interpretation of the concept]. *Cognition, communication, discourse*, 2, 51-61. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2010-02-06>
- Turner, M., & Fauconnier, G. (2002). *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*. New York: Basic Books.
- Vakhov's'ka, O. V., & Shevchenko, I. S. (2013). *Kontsept GREH v angloyazyichnoy kartine mira: Evolyutsiya v diskurse 14-21 vekov* [The concept of SIN in the English-language construal of the world: The evolution in the 14th-21st centuries discourse]. LAP Lambert Academic Publishing.
- Wnuk, E., & Ito, Y. (2021) The heart's downward path to happiness: cross-cultural diversity in spatial metaphors of affect. *Cognitive Linguistics*, 32(2), 195–218. <https://doi.org/10.1515/cog-2020-0068>
- Zhabotyńska, S. A. (2013). Imja kak tekst: konceptual'naja set' leksicheskogo znachenija (analiz imeni jemocii) [The name as a text: conceptual network of lexical meaning (analysis of the name of emotion)]. *Cognition, communication, discourse*, 6, 47-76. <http://dx.doi.org/10.26565/2218-2926-2013-06-04>
- Zhabotinskaya, S.A. (2010). Lingvokognitivnyy podkhod k analizu nominativnykh protsessov [Lingvo-cognitive approach to the analysis of nominative processes]. *Vestnik Khar'kov. nats. un-ta imeni V.N. Karazina*, 928, 6–20 (in Russian).
- Zmiyova, I.V. (2006). *Lingvokognitivnye kharakteristiki sredstv verbalizatsii kontcepta DOBRO v angliiskom iazyke* [Linguocognitive characteristics of the means verbalizing the concept GOOD in English]. (Unpublished candidate dissertation). V.N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, Ukraine (in Russian).

Sources for illustrations

- Chaucer, G. (n.d.). *The Canterbury Tales*. Retrieved from: [URL:https://www.gutenberg.org/files/22120/22120-h/22120-h.htm/](https://www.gutenberg.org/files/22120/22120-h/22120-h.htm/)
- Crowther, J. (Ed.) (1998). *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. Oxford: Oxford University Press, 1998.
- Crystal, D. (Ed.). (1990). *The Cambridge Encyclopedia*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hoad, T. F. (Ed.). (1996). *The Concise Oxford Dictionary of English Etymology*. Oxford: OUP.
- Hornby, A. S. (Ed.). (2005). *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. 7th Ed. London, N.Y. : Oxford University Press.
- La Volpe. (2017, July 14). *The Evolution of Art (and how it Shaped the Modern World)*. [Video]. YouTube. <https://www.y2mate.com/ru/youtube/bkWHrWw5yTg>
- Longman Dictionary of Contemporary English*. (n.d.). Retrieved from: <http://www.ldoceonline.com/search/>

- Malory, T. (n.d.). *Le Mort D'Arthur*. Retrieved from: URL: <https://www.gutenberg.org/files/1251/1251-h/1251-h.htm/>
- Marlowe, Ch. (n.d.a). *The Jew of Malta*. Retrieved from: URL: <https://www.gutenberg.org/files/901/901-h/901-h.htm/>
- Marlowe, Ch. (n.d.b). *The Tragical History of Doctor Faustus*. Retrieved from: URL: <http://www.lem.seed.pr.gov.br/arquivos/File/livrosliteraturaingles/faustus.pdf/>
- Marrow, S. (Ed.). (1972). *The New Roget's Thesaurus in Dictionary Form*. New-York: G.P. Putnam's Sons, Inc.
- McMillan English Dictionary*. (n.d.). Retrieved from: <https://www.macmillandictionary.com/>
- Merriam-Webster Dictionary*. (n.d.). Retrieved from: <http://www.merriam-webster.com/>
- Mish, F.C. (Ed.). (1993). *MERRIAM-WEBSTER Collegiate Dictionary*. 10th ed. Massachusetts: Merriam-Webster Inc.
- Onions, C. T. (Ed.). (1996). *The Oxford Dictionary of English Etymology*. Oxford : OUP.
- Online Etymology Dictionary*. (n.d.). Retrieved from: <http://www.etymonline.com/>
- Oxford Wordpower Dictionary*. (1998). Oxford : OUP.
- Rodale, J. I. (Ed.). (1978). *The Synonym Finder*. Essex: Rodale Press.
- Sinclair, J. (Ed.). (1990). *Collins Cobuild English Language Dictionary*. London: Collins Sons & Co Ltd.
- Sinclair, J. (Ed.). (1993). *BBC English Dictionary*. London: HarperCollins Publishers.
- Summers, D. (Ed.). (1993). *Longman Language Activator*. Essex, England: Longman Group UK Ltd.
- Synonyms Thesaurus with Antonyms & Definitions*. (n.d.). Retrieved from: <http://www.synonym.com/>
- The British National Corpus*. (n.d.). Retrieved from: <https://www.english-corpora.org/bnc/>
- The Oxford Dictionary of English* (2nd edition revised). (n.d.). Retrieved from: www.oxfordreference.com
- The Oxford Paperback Thesaurus*. (n.d.). Retrieved from: www.oxfordreference.com

**THE EVOLUTION OF THE CONCEPT OF ART
IN THE ENGLISH LINGUISTIC CONSTRUAL OF THE WORLD:
FROM CRAFT TO CREATIVITY**

Inna Davydenko

PhD in Linguistics, Associate Professor, V.N. Karazin Kharkiv National University
(4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine);
e-mail: i.v.davydenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6379-343X>

Aletvyna Kalyuzhna

PhD in Linguistics, Associate Professor, V.N. Karazin Kharkiv National University
(4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine); e-mail: aletvyna.kalyuzhna@karazin.ua;
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4305-5311>

Iryna Shevchenko

Doctor of Sciences in Linguistics, Professor,
V. N. Karazin Kharkiv National University (4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine);
e-mail: iryna.shevchenko@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2552-5623>

Abstract

There are many accounts of the concept of ART that generally focus on its synchronous analysis. To date the emergence of a new research approach of historical cognitive linguistics opens up an opportunity of rethinking the structure of this concept and its place in the English linguistic construal of the world. In this paper, we hypothesize that ART is a gestalt polyapeal concept that evolved by the type of cladogenesis from the concept of CRAFT; accordingly, its place in the English constual of the world changed from UTILITARY to AESTHETIC. With the aim to establish the evolution and place of this concept in the English linguistic construal of the world, the article identifies the means of nominating the concept in terms of diachrony; analyses the semantics of lexical means of concept representation, its structure, and determines

vectors of its profiling in different historical periods. The comprehensive method of our research includes identifying the name of the concept, that includes semantic componential and frequency analysis of basic lexemes representing the concept of ART in English. As a result the authors find out the etymological layer of the concept, its etymon and internal form of the name. In this paper, we describe lexical means of representation of the concept of ART, that include such basic lexemes as *art*, *arts*, *skill*, and *craft*, and claim that the semantic volume of *art* predominates and includes the semantic volumes of other synonyms. Based on their comparative study, we also claim that the noun *art*, that dominates both in frequency and in semantic capacity, is the name of the concept of ART. Etymologically, *art* (n) dates back to the Proto-Indo-European noun **ar* (ə) *-ti-* that meant ‘method of doing smth’, which determines its internal form. The empirical material of this research was obtained from thesauri and etymological dictionaries of English, and from the database BNC. We claim that the conceptual model of ART has undergone historical changes. Being based on PROFESSIONALISM within the segment HUMAN ACTIVITIES in the construal of the world, in the Middle Ages, the concept CRAFTS/ART dominated and was profiled within the domain of UTILITARY. At the beginning of the Renaissance, in the construal of the world, along with CRAFTS (the idea of small-scale production) profiled against the UTILITARY, the concept of WORK (industrial production) was formed; and the concept of ART profiled within the AESTHETIC domain appeared. Today, the concept of ART is the domain for such subdomains as PAINTING, SCULPTURE, LITERATURE, THEATER, DANCE, CINEMA, and others.

Key words: etymology, evolution, construal of the world, polyappealed concept, cladogenesis, lexeme, art, craft.

**ЭВОЛЮЦИЯ КОНЦЕПТА ИСКУССТВО
В АНГЛИЙСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА:
ОТ РЕМЕСЛА К ТВОРЧЕСТВУ**

Инна Владимировна Давиденко

кандидат филологических наук, доцент, Харьковский национальный университет
имени В. Н. Каразина (площадь Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина);
e-mail: i.v.davydenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6379-343X>

Алевтина Борисовна Калюжная

кандидат филологических наук, доцент, Харьковский национальный университет
имени В. Н. Каразина (майdan Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина);
e-mail: alevtyna.kalyuzhna@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4305-5311>

Ирина Семеновна Шевченко

доктор филологических наук, профессор, Харьковский национальный университет
имени В. Н. Каразина (4, пл. Свободы, Харьков, 61022, Украина);
e-mail: iryna.shevchenko@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2552-5623>

Аннотация

Существуют многочисленные исследования концепта ИСКУССТВО (ART) в плане синхронии, однако становление новейшего направления лингвистической науки – исторической когнитивистики дает возможность переосмысления структуры этого концепта и его места в английской картине мира. Гипотезой работы служит тезис о том, что ИСКУССТВО – гештальтный полиапеллированный концепт, эволюционировавший по типу кладогенеза от понятия РЕМЕСЛО; соответственно его место в английской картине мира менялось от УТИЛИТАРНОГО к ЭСТЕТИЧЕСКОМУ. С целью определить эволюцию и место этого концепта в английской языковой картине мира в статье устанавливаются средства номинации концепта в плане диахронии; проводится семантический анализ лексем-репрезентантов концепта; определяется его структура и векторы его профилирования в разные исторические периоды. На основе комплексной методики обнаружения имени концепта, которая включает в себя семный компонентный и частотный анализы базовых лексем-репрезентантов концепта ИСКУССТВО в английском языке, авторы устанавливают этимологический слой концепта, его этимон и внутреннюю форму имени. Описаны средства лексической репрезентации концепта ИСКУССТВО, которые включают в себя базовые лексемы *art*, *arts*, *skill* и *craft*, и установлено, что содержательный объем *art* является самым широким и включает в себя содержательные объемы

других лексем-синонимов. На базе их сравнительного изучения сделан вывод, что существительное *art*, как доминантное по частотности и наиболее емкое в семантическом плане, является именем концепта ИСКУССТВО. Этимологически лексема *art* восходит к протоиндоевропейскому существительному *ar(ə)-ti- со значением «способ, метод», что обуславливает ее внутреннюю форму. Эмпирический материал исследования был получен из толковых и этимологических словарей английского языка, и базы данных ВНС. Построена концептуальная модель ИСКУССТВА, которая претерпевает исторические изменения в рамках сегмента картины мира ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА на основе ПРОФЕССИОНАЛИЗМА: в период средневековья доминирует концепт РЕМЕСЛО/ART, профилированный в пределах домена УТИЛИТАРНОЕ; с началом эпохи Возрождения в картине мира наряду с РЕМЕСЛОМ (представление о мелком производстве) в пределах УТИЛИТАРНОГО формируется концепт ТРУД (промышленное производство) и выделяется концепт ИСКУССТВО, профилированный в пределах домена ЭСТЕТИЧЕСКОЕ. Сегодня концепт ИСКУССТВО служит доменом для таких субдоменов, как ЖИВОПИСЬ, СКУЛЬПТУРА, ЛИТЕРАТУРА, ТЕАТР, ТАНЕЦ, КИНО и другие.

Ключевые слова: этимология, эволюция, картина мира, полиапеллированный концепт, кладогенез, лексема, искусство, ремесло.

Cognition, communication, discourse, 2021, 23: 51-61.
<http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

<https://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-03>

Received 15.09.2021; revised and accepted 01.12.2021

UDK 165.194

METHODOLOGY OF INTERPRETING THE RESULTS OF THE INTERDISCIPLINARY LINGUAL-AND-ENERGETIC RESEARCH

Alla Kalyta

Doctor of Sciences in Linguistics, Professor,
National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”
(37, Peremohy Ave., Kyiv, 03056, Ukraine);
e-mail: kalitanewadd@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7912-912X>

Oleksandr Klymenyuk

PhD in Technical Sciences, Professor,
International University of Finance, Kyiv, Ukraine (Peremohy Ave., 37, Kyiv, 03056, Ukraine);
e-mail: san-aleksandr@ukr.net; ORCID <http://orcid.org/0000-0002-5957-5488>

Article citation: Kalyta, A. A., & Klymenyuk, O. V. (2021). Methodology of interpreting the results of the interdisciplinary lingual-and-energetic research. *Cognition, communication, discourse*, 23, 51-61. <http://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-03>

Abstract

In this paper, the authors substantiate the specificity of a new method and methodological and technological procedures for a complex qualitative-and-quantitative description of the results of non-traditional interdisciplinary lingual-and-energetic studies of stochastic self-developing cognitive processes of human speaking-and-thinking activities. Methodological possibilities and rules of a comprehensive assessment of qualitative and quantitative aspects of these processes' self-development are described in the paper. Using a theoretical principle of preserving the utterance's emotional-and-pragmatic potential as well as the dimensionless *K*-criterion for defining the level of the utterance emotional-and-pragmatic potential, the authors work out the analysis method based on a psycho-energygram that presents the self-development of cognitive processes of speaking-and-thinking activities in the individual's spiritual sphere. The trajectories of the analyzed processes' self-development are considered from the standpoint of synergetic knowledge and thus are interpreted in the form of corresponding attractor structures with bifurcation points that acquire the cognitive status of concepts. The methodology described in the paper opens up new possibilities for a scientific quantitative description of the dynamics of self-developing processes of the individual's speaking-and-thinking activities. These activities are viewed by the authors in their direct correlation with the reasons that actualize qualitative and meaningful acts generated by psychic and physiological bases of a person's communicative behavior.

Keywords: cognition, speaking, thinking, synergetics, psycho-energygram.

1. Introduction

This article considers the issues that are undoubtedly new ones, since the necessity to solve them is directly related to the cognitive conceptual foundations of speech energetics theory, whose results have been widely published in our works within a recent decade (Kalyta, 2007; Kalyta, 2016; Klymenyuk, 2010). Theoretically, this present research is underpinned by the ideas of cognitivism (Rogers & McClelland, 2014; Botvinick & Cohen, 2014; Bullmore & Sporns, 2009; McClelland, 2010) and cognitive linguistics (Evans & Green, 2006), behavioural and psychological theories

(Clark, 2013; French et al., 2011; Graves et al., 2010), emotional meaning-making (Foolen, 2017; Harkins & Wierzbicka, 2001; Krysanova & Shevchenko, 2019; Shevchenko, 2019).

In search of unconventional means of interpreting the results of the interdisciplinary lingual-and-energetic research, we built on synergetic theories (Hotton & Yoshimi, 2010; Tabor et al., 1997) and substantiated a universal synergetic model in the form of the pyramid that represents self-developing processes of speaking-and-thinking and thinking-and-acting generation that take place in the individual's spiritual sphere (Klymenyuk, 2010, p. 208–234). This pyramid enabled us to perform a comprehensive description of the qualitative aspect of these processes' self-development.

In its turn, using a new theoretical principle of preserving the utterance's emotional-and-pragmatic potential (Kalyta, 2007) and the methods of similarity theory we validated the dimensionless criterion known as Kalyta-Taranenko *K*-criterion (Kalyta & Taranenko, 2012a) for the quantitative evaluation of the level of this potential realization being the result of a stochastic self-development of cognitive speaking-and-thinking processes (Kalyta & Taranenko, 2012a). It was found out (Kalyta, 2016; Kalyta & Taranenko, 2012b) that on a three-level scale, marked in units of the *K*-criterion, a low level of actualization of the emotional-and-pragmatic utterance potential is realized within the range of values $K < 30$, its mid level fluctuates within $K = 30–105$, and the high level is marked by the indicators of $K > 105$.

We shall add here that the numerical values of the *K*-criterion, with sufficient accuracy for an experimental study, have to be calculated using the corresponding formula (Kalyta & Taranenko, 2012a, p. 479; Kalyta, 2016, p. 97) based on the data obtained with the help of the computer program *Praat*. Thus, we acquired a real possibility to perform a comprehensive qualitative description of the energetic features of speaking-and-thinking generation processes.

In this regard, there appeared quite obvious and natural necessity to substantiate a number of methodological and technological procedures related to a comprehensive qualitative and quantitative description and interpretation of the results of non-traditional lingual-and-energetic interdisciplinary studies.

Therefore, the aim of our theoretical search, whose logic is outlined below, is to justify methodological features of interpreting the results of interdisciplinary lingual-and-energetic studies of speaking-and-thinking stochastic self-developing cognitive processes.

2. Theoretical search results

2.1. Methodological potential of the individual's spiritual being pyramid

In this section, we will consider the general stipulations regarding the synergistic description of the interdisciplinary lingual-and-energetic research results, referring to the aforementioned model of the pyramid (see details in: Klymenyuk, 2010, pp. 208–234; Kalyta, 2016, pp. 42–50) shown in Fig. 1.

The high interpretative potential of this model is grounded on the synthesis of present-day ideas of systemic and synergetic approaches (Bak, 1996; Haken, 2006; Haken 2012; Lukanin, 2008; Martínáková-Rendeková, 2012; Penrose, 2016; Shiffrin et al., 2020; and others), whose main assumptions are put forward in our papers (Klymenyuk, 2010, pp. 75-97, 97–126; Klymenyuk, 2005, pp. 105-132, 132–163). The model presents the frontal section of the pyramid of the individual's spiritual being. The plane of the model includes three conditionally autonomous spheres of a person's spiritual being, namely: existential, mental and transcendental. The highest point (C) of the model imitates the consciousness of the individual.

The existential sphere (Klymenyuk, 2010, p. 208) indicates the realm of the unconscious in the human psyche. All cognitive processes occurring in this sphere are based on the individual's emotional type of thinking.

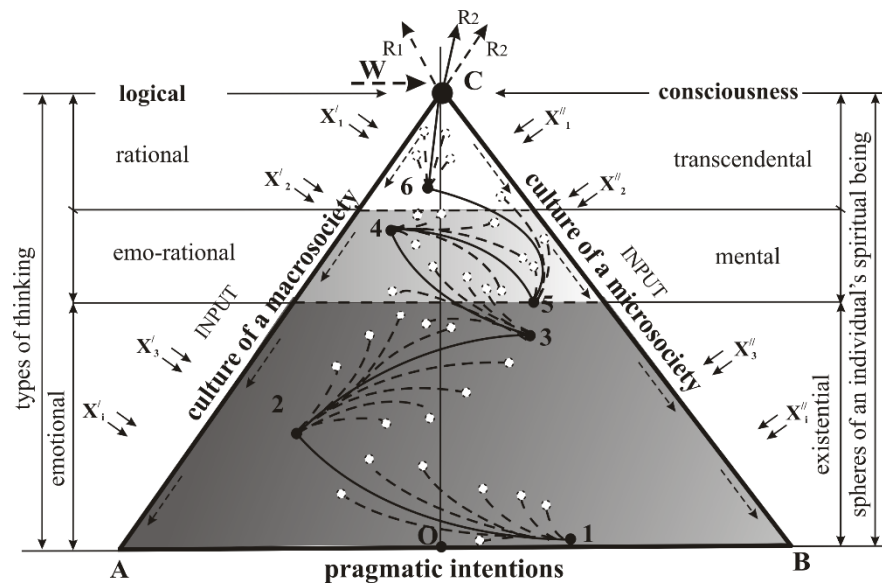


Figure 1. A universal synergetic model of self-developing processes of speaking-and-thinking and thinking-and-acting generation in the individual's spiritual sphere (first published in Kalyta & Klymenyuk, 2019, p. 15)

The subconscious sphere of the human psyche is divided into two spheres: mental and transcendental. Cognitive phenomena and processes whose self-development takes place in the mental sphere (Klymenyuk, 2010, p. 209) are related to the emo-rational thinking of the individual. The mental sphere of the person's spiritual life is characterized by a high turbulence in the flow of human thinking, since it's just here that the energy of the individual's genetically determined communicative and behavioral principles and skills are encountered with those which have been socially acquired as a result of his/her preliminary acquisition of the culture within the micro-society.

In the transcendental sphere (Klymenyuk, 2010, p. 211), cognitive processes are grounded on a rational type of thinking, which is not linked with ethical standards or a number of social taboos acquired by a person. As a rule, in this very sphere there occur creative cognitive acts of the individual's thinking processes.

Unlike the spheres considered above, the conscious type of thinking (point C), based on logic, is of a strictly dialectical nature and performs the function of tabooing. Taboos can be represented by logical contradictions, the individual's emotional state, various mental attitudes (ideological, ethical, aesthetic, etc.). It is necessary to point here that taboo factors can be excited and thus can emerge from the person's memory to the level of his/her conscious thinking from any spheres of spiritual life (existential, mental, transcendental). To initiate this process, it is quite enough for an emotional, mental or transcendental taboo concept with the energetic potential that ensures its transition to the level of consciousness, to pass from the individual's memory into the flow of his/her thinking.

Hence, it is quite obvious that the role of consciousness is to taboo the results of those self-developing acts that contradict the logic inherent in a definite person, as well as to materialize the results of his/her thinking that do not contradict this logic. As is seen from the model, the numbers 1, 2, 3, etc. mark the so-called bifurcation points, where the trajectory of speaking-and-thinking self-development usually changes its direction since the thinking process enters the chaos resulting in the emergence of a new order. The broken curve (1-C) depicts the general trajectory (its path and direction) of cognitive processes' self-development. This trajectory is traditionally termed as the

attractor structure. The very structure of an attractor consists of a sequence of partial attractors' generation and development (e.g. 1–2, 2–3, 3–4, etc.).

The white points in the model of Fig. 1 show the possible ways of a partial attractor's alternative development (see, for instance, the 1–2 attractor), which, entering the so-called cones of its attraction, increase the 1–2 attractor's energetic potential. We shall emphasize here that in the process of the model practical application, the images of alternative partial attractors and the trajectories curvature of partial attractors' development are most often avoided by cognitive scientists.

From the synergetic standpoint, the behaviour of any open self-developing non-equilibrium system, similar to the system modelled in this paper, can be characterized by the parameters of its state at bifurcation points at each specific moment of its development. At the same time, it is important to realize that it is the parameters of order that have a crucial influence on the strategy of speaking-and-thinking processes' self-development, depicted on the model by the 1–C attractor structure, as well as they determine the development of each of its partial attractor. Their number is usually limited by three complex factors being of a higher level of abstraction as compared to the parameters of state. In our case (see Fig. 1), the role of the parameters of order is performed by the individual's pragmatic intentions, and the cultures of his/her micro- and macro-societies.

Within the framework of a systemic approach, the complexes of factors that form the parameters of order can always be differentiated into disturbing and controlling influences. Thus, controlling input related to the culture of the person's macro-society can be qualified as: X'_1 – interlocutor's speech behaviour, X'_2 – his/her social status, etc., while disturbance input may come from: X'_3 – the interlocutor's rudeness; X'_4 – presence or absence of the third parties, etc. Similarly, the culture of micro-society as a parameter of order can comprise such controlling input as: X''_1 – the individual's self-identification in the course of communication, X''_2 – his/her readiness to understand vis-à-vis, etc., while disturbance input may include: X''_3 – the acquired taboos of the ethnic norms of conduct, X''_4 – spiritual values, exacerbation of the painful state of the individual's particular organ, etc.

We shall emphasize here the fact that regardless the nature of its origin (verbal, visual, tactile, etc.), any information (see vector W on the model) perceived by an individual from the external environment, enters simultaneously all the spheres of his/her spiritual being (see the dashed arrows). The materialization of the self-development of the person's speaking-and-thinking processes is indicated on the model by the vector R.

We also have to remark that on the model any bifurcation point is inherently a concept point that reflects the verbally expressed results of his/her cognition of a certain aspect or phenomenon of the outer reality, which are stored in the individual's memory. Therefore, in the process of modeling the representatives of a cognitive science as an interdisciplinary study get the opportunity to denominate these universal concept points with the necessary conventional notions of any level of abstraction.

Due to this, such notions may be designated, for instance, by the individual's conceptual sphere, the general picture of the world, the scientific picture of the world, the physical (chemical, technical, biological, social, demographic, cultural, pedagogical, linguistic, aesthetic, etc.) picture of the world, image-concept, gestalt-concept, frame, pattern, concept-scheme of actions, picture-concept, scheme, domain, as well as verbal, emotional, tactile, auditory, visual, olfactory concepts and the concepts of taste, smell, colour-and-sound, sound-and-emotional, smell-and-emotional, emotional-and-taste, emotional-and-taste-and-smell, colour-and-verbal, sound-and-colour, colour-and-music, phyto-and-visual, tactile-and-visual, taste-and-visual and a countless number of other concepts (Klymenyuk, 2017).

Finally, the development of 5–C partial attractor leads to the complete formation of the full 1–C attractor structure, whose self-development, being under the control of consciousness, materializes in the direction of the vector R. The vector’s inclination to the left of the OC axis shows that in the analysed example the culture of the individual’s micro-society determined the result of his/her speaking-and-thinking activities.

In the given example, we demonstrated the fluctuations in the general EPP of the individual’s speaking-and-thinking processes viewed only as one of the forms of lingual-and-energetic analysis of these phenomena. However, as shown above, the coordinate grid of the pyramid model (Fig. 2) also enables a quantitative description of the dynamic features of emotional and pragmatic potentials’ fluctuations in the course of the individual’s speaking-and-thinking activities.

To increase the clarity of such a description, we transformed the image of the pyramid model into a corresponding psycho-energygram (see Fig. 3).

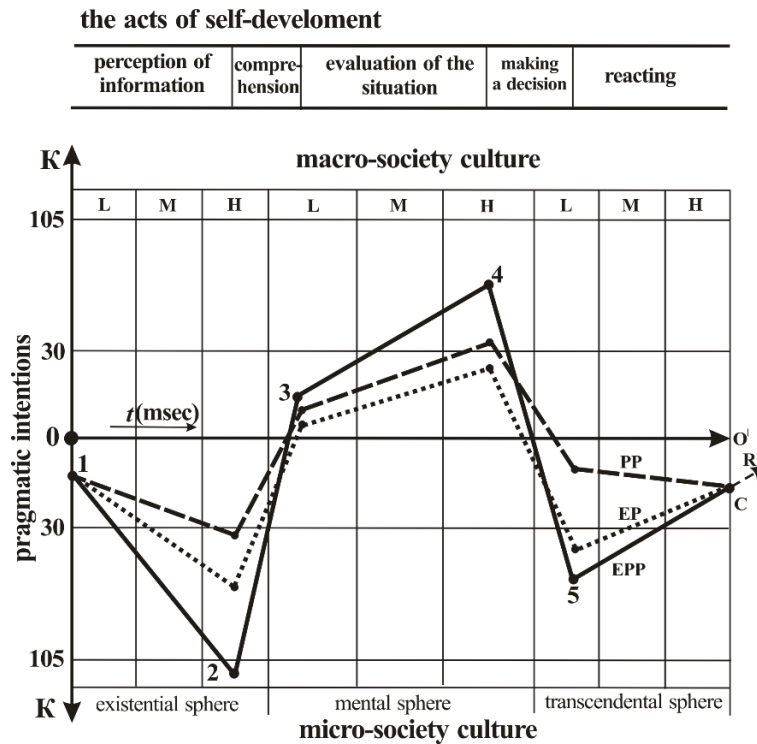


Figure 3. The example of a psycho-energygram of the individual’s self-development of speaking-and-thinking and thinking-and-acting cognitive processes

Here on the OO' axis we marked the time scale. Up and down from the point O, we respectively formed the K -criterion scale. On these scales, we additionally indicated the levels of EPP actualization (L, M, H).

On the coordinate matrix thus obtained, we build the 1–C attractor structure shown above in Fig. 2. Having carried out a quantitative description of the dynamic features of EPP fluctuations within this attractor structure, we proceed to the construction of two more attractor structures, each of which depicts self-developing processes of emotional (hereinafter – EP) and pragmatic (hereinafter – PP) potentials of the individual’s speaking-and-thinking activities.

The method of separating EPP into EP and PP is simple. To do this, using the *Praat* sound processing program and the K -criterion formula (Kalyta, 2016, p. 97), the researcher defines quantitative values of the dimensionless K -criterion for each bifurcation point of the considered concepts. Then, the experts in the field of linguistics and psychology, taking each EPP value thus

obtained as 100%, evaluate the percentage of the pragmatic potential (PP) out of this complex indicator. The results of the expertise evaluations are summarized in matrices and calculated according to the formulas (Klymenyuk, 2006, pp. 258–261).

Let us consider the procedure for calculating the values of K -criterion for EP and PP using the concept point 2 (Fig. 3) as the example. In this case, the researcher obtained the EPP values that equal 120 points of the K -criterion. At the same bifurcation point 2 according to the expertise data the PP makes up 40% (or 0.4 out of 120 taken as 1) of the total EPP of the concept's actualization of the individual's speaking-and-thinking activities.

Having performed simple calculations ($120 \times 0.4 = 48$), the researcher can see that at point 2 the PP value equals 48 points of the K -criterion. Therefore, the EP value at this point will amount to 72 points ($120 - 48 = 72$). In a similar way we calculate quantitative values of EP and PP at other points of attractor structures depicted in the psycho-energygram (Fig. 3). At the end of the procedure, according to the results of calculations, the attractor structures of the development of EP (a zigzag dotted curve line) and PP (a zigzag dashed curve line) are applied to the psycho-energygram.

At the same time, for the convenience of the analysis, a researcher can mark a chrono-scale of synchronous events above the psycho-energygram. In the example of Fig. 3, this is the scale of self-developing acts of cognitive processes. Let us note here that the content of the chrono-scale directly depends on the semantic loading of concept points. Thus, if phonoconcepts are the points of the attractor structure, then it is logical, for instance, to use classic intonograms as a chrono-scale. As to the concept points of the attractor structures self-development of the scientific picture of the world, it is logical to use the chrono-scale of changes in its socio-economic formations with the division of the scale into 50 years, etc.

Having the appropriate psycho-energygram, we get ample opportunities to describe the dynamic patterns of fluctuations in psycho-physiological energy in the processes of a person's speaking-and-thinking self-development in the unity of the emotional and logical bases of his/her psyche. At the same time, we acquire the possibility to statistically define the correlation of these bases with a huge number of socio-cultural, situational, psychological and physiological factors that affect these processes specificities.

Let us also dwell on another very important circumstance related to depicting partial attractors that describe on the model the trajectory of the self-development of instinctively and reflexively conditioned cognitive acts occurring in the individual's spiritual being. The main thing in this issue is that, both on the pyramid model and on the psycho-energygram, any partial attractor, indicating the reflexive or instinctive act of the individual's speaking-and-thinking processes, will necessarily develop on the OC axis.

3. Discussion

It is also worth mentioning that due to the high level of abstraction of the pyramid of the spheres of the individual's spiritual being as a conceptual model of scientific consideration of any phenomena, processes or events related to the person's speaking-and-thinking activities, the scope of its application is practically unlimited. This is quite logical since the communicative behaviour of people is always and inevitably based on their speaking-and-thinking activities.

It is rational, first of all, to test the high efficiency of using this model as a methodological tool for the interdisciplinary retrospective acquisition of new knowledge in such sciences as the theory of cross-cultural communication, cognitive science, psychology, philosophy, sociology, psychiatry, history, economics, political science, literary criticism, ethnology, etc. For achieving this, it is quite enough to carry out an adequate development of the target structure of the indicated research and objectively single out the parameters of order, within the meaningful synchronous spaces of which the researcher can get the facts necessary for the systemic differentiation of the inherent disturbing and controlling influences. The following notions and phenomena can serve in the function of such parameters of order, for instance, for *philosophy*

(sacred and scientific pictures of the world, knowledge and facts, faith and facts, faith and opinions, opinions and knowledge, etc.); for *psychology* (consciousness and instinct, duty and conscience, ideology and the objective reality, mentality and the individual's living standards, his/her social status and spiritual values, etc.); for *economy* (economic security of the society and the living standards of an individual, macro- and microeconomics, geopolitics and microeconomics, microeconomics and ideology, economic security of the society and patriotism of the population, etc.); for *history* and *historical figures* (an individual's sense of duty and moral convictions, his/her creative potential and social status, the creative search of the individual and opposition of the society and the like).

4. Conclusion

In conclusion, we shall emphasize that the offered above methodology for modelling cognitive processes of the person's speaking-and-thinking activities is a complex interdisciplinary hypothetical construct that we developed taking into account present-day knowledge accumulated in the field of a number of psychological, linguistic and social sciences as well as using a systemic approach and the synergetic doctrine of the theory of chaos.

The prospects of the effective application of the substantiated systemic methodology grounded on the results of scientific assumptions' integration and unification of the terminology of disciplines related to cognitive science, consists in the possibility of using the universal conceptual-and-synergetic model, which depicts the self-development of speaking-and-thinking and thinking-and-acting processes' generation, for solving a wide range of multidimensional interdisciplinary problems that deal with various objects of study.

References

- Bak, P. (1996). *How nature works. The science of self-organized criticality*. New York: Copernicus.
- Botvinick, M. M., & Cohen, J. D. (2014). The Computational and Neural Basis of Cognitive Control: Charted Territory and New Frontiers. *Cognitive Science*, 38, 1249–1285.
<https://doi.org/10.1111/cogs.12126>
- Bullmore, E., & Sporns, O. (2009). Complex brain networks: Graph theoretical analysis of structural and functional systems. *Nature Reviews Neuroscience*, 10 (3), 186–198.
<http://dx.doi.org/10.1038/nrn2575>
- Clark, D. (2013). Whatever next? Predictive brains, situated agents, and the future of cognitive science. *Behavioral and Brain Sciences*, 36 (03), 181–204.
<https://doi.org/10.1017/S0140525X12000477>
- Evans, V., & Green, M. (2006). *Cognitive linguistics: An introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Foolen, A. (2017). Introduction special issue 'Emotions across languages and cultures'. *International Journal of Language and Culture* 4(1), 1–5.
<https://doi.org/10.1075/ijolc.4.1.01foo>
- French, R. M., Addyman, C., & Mareschal, D. (2011). TRACX: A recognition-based connectionist framework for sequence segmentation and chunk extraction. *Psychological Review*, 118 (4), 614–636. <https://doi.org/10.1037/a0025255>
- Graves, W. W., Desai, R., Humphries, C., Seidenberg, M. S., & Binder, J. R. (2010). Neural systems for reading aloud: A multiparametric approach. *Cerebral cortex*, 20(8), 1799–1815.
<https://doi.org/10.1093/cercor/bhp245>
- Haken, H. (2006). *Information and Self-organization: A macroscopic approach to complex systems*. (3rd enlarged ed.). Springer: Berlin, Heidelberg, New York.
- Haken, H. (2012). *Principles of Brain Functioning: A Synergetic Approach to Brain Activity, Behavior and Cognition*. Springer: Berlin, Heidelberg, New York.
- Hotton, S., & Yoshimi, J. (2010). The dynamics of embodied cognition. *International Journal of Bifurcation and Chaos*, 20(04), 943-972. <https://doi.org/10.1142/S0218127410026241>

- Kalyta, A. A. (2007). *Aktualizatsiia emotsiino-pragamtychnoho potentsialu* [Actualization of the utterance emotional-and-pragmatic potential]. Ternopil': Pidruchnyky i posibnyky publ. (in Ukrainian)
- Kalyta, A. A. (2016). *Energetika rechi* [Speech energetics]. Kyiv: Kafedra. Retrieved from <https://terraludens.com/ru/content/kalita-aa-energetika-rechi>
- Kalyta, A., & Klymenyuk, O. (2019). Methodology of interpreting the results of the interdisciplinary lingual-and-energetic research. *Cognition, communication, discourse*, 18, 46-59. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2019-18-04>
- Kalyta, A. A., & Taranenko, L. I. (2012a). Kriterij urovnja aktualizacii jemocional'no-pragmaticheskogo potenciala vyskazyvanija [The criterion of the level of the utterance emotional-and-pragmatic potential]. *Naukovi zapiski – Scientific notes*, 105(1), 476-484 (in Russian)
- Kalyta, A. A., & Taranenko, L. I. (2012b). Perceptyvna j instrumental'na ocinky emocijno-pragamtychnogo potencialu vyslovlen' [Perceptual and instrumental evaluation of the utterance emotional-and-pragmatic potential]. *Naukovyj visnyk Volyns'kogo nacional'nogo universytetu imeni Lesi Ukrai'ny – A scientific messenger of Lesya Ukrainka Volyn national university*, 24(249), 186-191 (in Ukrainian).
- Klymenyuk, A. V. (2010). *Znanie, poznanie, kognicija* [Knowledge, learning, cognition]. Ternopol': Pidruchniki i posibniki (in Russian).
- Klymenyuk, A. V. (2017). Kognitivistika: problemy, predstavlenija i real'nost' [Cognitive studies: problems, ideas and reality]. *Naukovi zapiski. – Scientific notes*, 153. Kropivnic'kij: Lisenko V.F. Publishing house, 438-460 (in Russian).
- Klymenyuk, O. (2005). *Metodolohiia I metody naukovoho doslidzhennia* [Methodology and methods of a scientific research]. Kyiv: Millenium publ. (in Ukrainian).
- Klymenyuk, O. V. (2006). *Tehnologija naukovogo doslidzhennja*. [Technologies of scientific research]. Kyiv-Nizhyn TOV: Vydavnytstvo «Aspekt – Poligraf» (in Ukrainian).
- Krysanova, T., & Shevchenko, I. (2019). Intersemiozis negatyvnykh emotsij u kinodyskursi: psykholingvistychnyj rakurs [The intersemiosis of negative emotions in the cinematic discourse: a psycholinguistic perspective]. *Psycholinguistics. Series "Philology"*, 25(2), 117–137. <http://dx.doi.org/10.31470/2309-1797-2019-25-2-117-137>
- Lukanin, A. V. (2008). Linguistic synergetics and neural network approach (Concerning R. G. Piotrovskii's book). *Atomic Documentation and Mathematical Linguistics*, 42, 103–106. <https://doi.org/10.3103/S0005105508020052>
- Martináková-Rendeková, Z. (2012). Synergetic linguistics as an impetus for constitution of synergetic musicology. In G. Altmann, P. Grzybek, S. Naumann, & R. Vulcanović (Eds.), *Synergetic Linguistics: Text and Language as Dynamic Systems. To Reinhard Köhler on the Occasion of his 60th Birthday* (pp. 109–122). Wien: Praesens Verlag.
- McClelland, J. L. (2010). Emergence in cognitive science. *Topics in Cognitive Science*, 2(4), 751–770. <https://doi.org/10.1111/j.1756-8765.2010.01116.x>
- Penrose, R. (2016). *The Emperor's New Mind: Concerning Computers, Minds, and the Laws of Physics*. Oxford: Oxford University Press.
- Praat (2018). Linguistic tool for studying sounds. Retrieved from <https://praat.en.softonic.com/>
- Rogers, T. T., & McClelland, J. L. (2014). Parallel distributed processing at 25: Further explorations in the microstructure of cognition. *Cognitive Science*, 38, 1024–1077. <https://doi.org/10.1111/cogs.12148>
- Shevchenko, I. (2019). Enactive meaning-making in the discourse of theatre and film. *Cognition, communication, discourse*, 19, 15–19. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2019-19-01>
- Shiffrin, R. M., Bassett, D. S., Kriegeskorte, N., & Tenenbaum, J. B. (2020). The brain produces mind by modeling. *PNAS*, November 24, 117(47), 29299-29301. <https://doi.org/10.1073/pnas.1912340117>

Tabor, W., Juliano, C., & Tanenhaus, M. (1997). Parsing in a dynamical system: An attractor-based account of the interaction of lexical and structural constraints in sentence processing. *Language and Cognitive Processes*, 12 (2-3), 211–271. <https://doi.org/10.1080/016909697386853>

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ РЕЗУЛЬТАТІВ МІЖДИСЦИПЛІНАРНИХ ЛІНГВО-ЕНЕРГЕТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Алла Калита

доктор філологічних наук, професор,
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сикорського» (проспект Перемоги, 37, Київ, 03056, Україна);
e-mail: kalitanewadd@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7912-912X>

Олександр Клименюк

кандидат технічних наук, професор,
Міжнародний університет фінансів (проспект Перемоги, 37, Київ, 03056, Україна);
e-mail: san-aleksandr@ukr.net; ORCID <http://orcid.org/0000-0002-5957-5488>

Анотація

У статті авторами обґрунтовано особливості методолого-технологічних процедур та новий метод комплексного якісно-кількісного опису результатів нетрадиційних міждисциплінарних лінгво-енергетичних досліджень стохастичного саморозвитку когнітивних процесів мислення під час породження мовлення та мисленнєвого проектування дій людини. Розкрито методологічні можливості та викладено правила комплексної оцінки якісної і кількісної сторін саморозвитку зазначених процесів. На основі теоретичного принципу збереження емоційно-прагматичного потенціалу висловлення та безрозмірного *K*-критерію рівня актуалізації емоційно-прагматичного потенціалу висловлення у статті розроблено метод аналізу, базований на психо-енергограмі саморозвитку когнітивних процесів мислення під час породження мовлення та мисленнєвого проектування дій у духовній сфері індивіда. Аналізовані з позицій синергетичного знання траєкторії саморозвитку цих процесів інтерпретуються у вигляді відповідних структур-атракторів з характерними точками біфуркації, що набувають когнітивного статусу точок-концептів. Викладена методологія відкриває нові можливості наукового кількісного опису динаміки саморозвитку процесів мислення під час породження мовлення та мисленнєвого проектування дій людини в їх безпосередньому співвіднесенні з причинами реалізації якісних і смисломістких актів, що породжуються психічним і фізіологічним початками комунікативної поведінки особистості.

Ключові слова: когніція, говоріння, мислення, синергетика, психо-енергограма.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРПРЕТАЦИИ РЕЗУЛЬТАТОВ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ ЛИНГВО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Алла Андреевна Калита

доктор филологических наук, профессор,
Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт
имени Игоря Сикорского» (проспект Победы, 37, Киев, 03056, Украина);
e-mail: kalitanewadd@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7912-912X>

Александр Валерианович Клименюк

кандидат технических наук, профессор,
Международный университет финансов (проспект Победы, 37, Киев, 03056, Украина);
e-mail: san-aleksandr@ukr.net; ORCID <http://orcid.org/0000-0002-5957-5488>

Аннотация

Авторами обоснованы особенности методолого-технологических процедур и новый метод комплексного качественно-количественного описания результатов нетрадиционных

междисциплинарных лингво-энергетических исследований стохастического саморазвития когнитивного процессов речемышления и мышледействия человека. Раскрыты методологические возможности и изложены правила комплексной оценки качественной и количественной сторон саморазвития указанных процессов. На основе теоретического принципа сохранения эмоционально-прагматического потенциала высказывания и безразмерного K -критерия уровня актуализации эмоционально-прагматического потенциала высказывания в статье разработан метод анализа, основанный на психо-энергограмме саморазвития когнитивных процессов речемышления и мышледействия в духовной сфере индивида. Рассматриваемые с позиций синергетического знания траектории саморазвития анализируемых процессов интерпретируются в виде соответствующих структур-аттракторов с характерными точками бифуркации, приобретающими когнитивный статус точек-концептов. Изложенная методология открывает новые возможности научного количественного описания динамики саморазвития процессов речемышления и мышледействия человека в их непосредственном соотнесении с причинами реализации качественных и смыслодержательных актов, порождаемых психическим и физиологическим началами коммуникативного поведения личности.

Ключевые слова: когниция, говорение, мышление, синергетика, психо-энергограмма.

Cognition, communication, discourse, 2021, 23: 62-71.
<http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

<https://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-04>
Received 10.09.2021; revised and accepted 01.12.2021

UDC 811.111'42

VISUAL METAPHOR IN COMMERCIAL AD: EFFECTIVENESS OR FAILURE?

Natalya Kravchenko

Doctor of Sciences in Linguistics, Professor,
Kyiv National Linguistic University (73, Velyka Vasylkivska, Kyiv, Ukraine);
e-mail: nkravchenko@outlook.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4190-0924>

Oleksandr Yudenko

PhD, Associate Professor,
National Academy of Fine Arts and Architecture
(20, Voznesenskiy Descent, Kyiv, 04053, Ukraine);
e-mail: yudenko29@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0309-1548>

Article citation: Kravchenko, N., & Yudenko, O. (2021). Visual metaphor in commercial ad: effectiveness or failure? *Cognition, communication, discourse*, 23, 62-71. <http://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-04>

Abstract

Based on the modern approaches to the study of multimodal pragmatics, this study focuses on its new facet, identifying the correlation between cognitive and pragmatic features of visual metaphor with reference to visual grammatical analysis and Optimal Innovation Hypothesis added by explanatory tools of the conceptual blending Theory and Relevance Theory along with cooperative principle. The purpose of the article is to analyze the visual message of commercial advertising while assessing its successfulness / failure in accordance with the sequentially applied criteria of “the level of metaphorical polysematicity and ambiguity”, “the availability of the relevant context of interpretation”, “the level of optimal innovativeness”. The paper reached four principal results. First. The visual metaphor flouts one or few cooperative maxims, which triggers discursive implicature. Second. Depending on the level of implicitness and polysematicity of the visual metaphor, the result of the maxim flouting can be both implicature and explicature. If the inference of the implicature is intended by an advertising message, but requires excessive efforts to process visual information in lack of relevant context, the level of the metaphor interpretation remains explicature. Third. “Explicature” and “implicature” levels of visual metaphor interpretation are associated with different stages of blending processes. Inference of discursive implicature, which constitutes the intended meaning of the metaphor, coincides with the stage of the blend elaboration; Fourth. Depending on the balance between the level of familiarity and innovativeness, the components of a visual metaphor can be ranked on the scale of “attractiveness” for the target client—from optimally innovative to pure innovative devices.

Keywords: advertising, visual metaphor, blending, implicature, visual grammar, scale of innovation.

1. Introduction

While the multimodal studies are lately advanced as the key focuses of the discourse studies (Bateman 2014; Dicerto 2018; Jewitt & Oyama 2001; Kress & van Leeuwen 2006; Machin & Ledin 2020; O'Halloran 2004), the problem of multifaceted correlations along the axes “multimodal / inference pragmatics”—“conceptual visual metaphor”—“visual grammar”—“level of innovation” remains unexplored.

At the same time, the analysis of such correlation aspects allows, in our opinion, to identify the parameters and measure the specific success or failure of advertising, including those belonging to a world famous brand.

As research material, the article uses only one multimodal advertisement for a 2014 Land Rover vehicle, since the focus of the study and its novelty are in the integrative analysis of advertising within the framework of multimodal pragmatics, visual grammar, optimal innovation hypothesis and conceptual blending explanatory tools.

The purpose of the article is to analyze the visual message of commercial advertising while assessing its successfulness / failure in accordance with the sequentially applied criteria of “the level of metaphorical polysematicity and ambiguity”, “the availability of the relevant context of interpretation” and “the level of optimal innovativeness”.

The purpose is revealed in the objectives, the solution of which determines the stages of research: (1) to analyze the visual message from the perspective of the conceptual blending methodology; (2) to reveal the disregard of cooperative maxims due to the ambiguity of visual metaphor while assessing the “availability” of relevant contexts for the inference of discursive implicature; (3) to match the “explicature” and “implicature” levels of interpretation of the meaning of a visual metaphor with the stages of conceptual blending; (4) to assess the obtained results from the perspective of the Optimal Innovation Hypothesis (Giora, 1998; Giora & Fein, 1999; Giora et al., 2017); (5) to identify the successfulness / failure of advertising.

2. Theoretical background and methodological design

The research is based on four currently central trends in modern multimodal analysis: Multimodal Discourse Analysis (Dicerto 2018; Kravchenko et al., 2020; Kravchenko et al, 2021; Kress, 2010; O’Halloran, 2004; Shevchenko, 2019) including in the perspective of visual grammar (Kress & Van Leeuwen 2006); theory of conceptual integration (Coulson & Oakley, 2000; Fauconnier, Turner, 2002; Krysanova & Shevchenko, 2021) and the theory of relevance (Carston & Powell, 2006; Wilson & Sperber, 2004), i.e. such its facet as Optimal Innovation Hypothesis (Giora, 1998; Giora & Fein, 1999).

Multimodal analysis of discourse is applied in its specific aspect—the relationship between conceptual and pragmatic characteristics of the visual component of advertising, which remains one of the poorly studied problems in modern research.

Some aspects of this problem have been studied in view of the relationship between the visual part of advertising and the pragmatics of its verbal code (Bateman, 2014; Braun, 2016; Dicerto, 2018; Kravchenko et al, 2020; O’Halloran, 2004), in perspectives of visual semiotics (Jewitt & Rumiko, 2001; Machin & Ledin 2020; Beasley & Marcel, 2002 et al.), visual grammar (Kress & van Leeuwen, 2006) and visual rhetoric (Gkiouzepas & Hogg, 2011; Scott, 1994).

At the same time, different research perspectives including the aforementioned ones, primarily focus on discursive pragmatics, studying conceptual structures as a means of implementing strategies of sociosemiotic construction of ad mythology and its associating consumer identities. However, the studying visually expressed concepts within the framework of Gricean and post-Gricean approaches still remains lacunar in multimodal research.

Instead, like the verbal metaphor (Grice, 1975; 1989), the visual metaphoric message flouts the maxim of quality of information and, if high ambiguous, involves a disregard of other cooperative maxims. The maxims disregard triggers discursive implicature, which inference conveys the meaning of the visual metaphor to be restored in the relevant context of the whole multimodal message and, if necessary, in the discursive context of a particular advertising campaign.

In case of compound polysemantic visual metaphor the first stage of the analysis consists in its decoding at the level of explicature. The second stage is the inference of discursive implicature. The need for the second stage is due to a high degree of visual ad creativity,

In the case of a complex polysemantic visual metaphor, the first stage of analysis is to decode it at the level of explicature. The second stage is the inference of the discursive implicature. The

need for the second stage is due to a high degree of creativity of visual advertising, with flouting the cooperative maxims of quantity, quality and transparency of information as implicature triggers.

Both explicature stage of the metaphor decoding and implicature stage of its inference correlate with the processes of its conceptualization, which necessitate the explanatory tools of the metaphor conceptual analysis.

Visual metaphor as an essential “coded” part of the multimodal messages, its typology and functions are extensively studied by M. Toncar and J. Munch (2001), J. Schroeder (2002), L. Scott (1994), E. El Refaie (2003), C. Forceville and E. Urios-Aparisi (2009). However, exploring visual metaphor, the scientists primarily explore a dual metaphorical model, relying in their analysis on the source-sphere and the target-sphere correlations.

In our opinion, it is more expedient to explain the metaphorical meaning of the visual message based on the theory of conceptual blending. In contrast to the traditional method of inferencing the conceptual metaphor, it is more helpful to explain the vast majority of visual metaphors in advertising that are unconventional, occasional, involving several source and target input spaces and their compound blending.

With that in mind, the paper relies on the theory of conceptual integration (Fauconnier & Turner, 2002; Krysanova & Shevchenko, 2021), attempting to correlate the inference of explicature and implicature with particular links of the conceptual blending mechanism. The latter is based on four-space model, which are structured through image-schematic, propositional, metaphorical, metonymic, symbolic frames. Two or multiple source and target input spaces are blended in the generic space of their common characteristics, which leads to a new emergent structure that, in turn, can further be “integrated” with blended and input spaces in compound metaphoric meaning.

Considering that the blend composition entails the attributing some relation between the elements of input spaces, the decoding the explicature hypothetically coincides with this first stage of blending process by establishing obvious (not requiring additional contextual effects) propositional connections between input spaces. Depending on the complexity of the visual metaphor, the implicature inferencing stage either coincides with the process of completion filling in the missing semantic link with knowledge from long-term memory or with elaboration of the mental structure obtained at the “explicature” stage, with involvement of the entire context of advertising message, including the verbal part.

Both visual and verbal parts are assessed according to the criteria for fitting the optimal relevance and optimal innovation contexts, based on the idea (a) of a multimodal context as the semiotic space, implying, strengthening, or eliminating inference about the visually / verbally intended meaning, (b) as well as the parameter of the optimal balance between the message creativeness and its “recognizability”.

At this stage of the analysis, the paper involves the approach of “multimodal pragmatics” based on “theory of relevance—multimodal discourse” correlation considering that contextual factors assist a recipient in disambiguating a message with the least effort (Dicerto 2018, p. 37-59).

If the visual code flouts some cooperative maxims, triggering the search for discursive implicatures, verbal part provides some “options” that support or eliminate inferential hypotheses about the implicature meaning, and, vice versa. So, visual and verbal parts are interrelated as both a mutually interpretive code and a source of cognitive effects (Wilson & Sperber, 2004) including contextual implications, strengthening, contradiction, or elimination of an available assumption.

In determining the pragmatic ambiguity of the visual message, resulting in maxims flouting and the triggering of implicatures, the paper applies elements of visual grammar by G. Kress and T. van Leeuwen (2006), who applied three metafunctions advanced by Halliday’s (1994) functional grammar, to multimodal visual messages. Halliday’s ideational metafunction is associated with the representational meaning of the visual message, which is studied in two aspects: narrative and conceptual. Narrative models are dynamic and function to represent how “actions and events unfold” in the space of visual communication, while conceptual models are static and “represent

participants in terms of their class, structure or meaning” (Kress & van Leeuwen, 2006, p. 59). In the representational plane there are two groups of participants: on the one hand, actors, places and things, on the other hand—the addressees and recipients of messages. In narrative structures, the participants in the image are linked by a vector formed by the elements of the image through bodies, limbs, gaze, etc. Among the narrative processes, one of the most common is the “reaction” type, when the vector is formed by sight and creates a reaction, not an action (Kress & van Leeuwen, 2006, pp. 67-68).

Conceptual structures of representational value are divided into classificational (relating participants to each other by the criterion of subordinate-main), analytical (connecting participants in terms of part-whole or hyponym-hyperonym) and symbolic, conveyed both by symbolic cues and attributes (additional symbolic connotation, expressed by light, details, hue, saturation).

An interactive meaning that correlates with the interpersonal function of Halliday, includes such basic elements as the contact, distance, attitude, and modality. In advertising, which has a high level of stylization and generalization, such contact-creating interactive cues as the gaze, the distance of the participant from the viewer or the angle of perception of the participant by the viewer lose their significance due to the frequent “physical” absence of the participant himself. If so, the main element of interactive meaning becomes modality conveyed by color harmony, discrimination, saturation, and differentiation, as well as lighting, brightness, depth, contextualization, associated with detailed background or its absence.

The composition meaning correlates with Halliday’s textual function and relies on principles of information value (depending on left and right, top and bottom, center, and margin locations), salience, based on size, tonal and colour contrast, placement in the visual field, perspective, etc. (Kress & van Leeuwen, 2006, pp. 201–203), and framing (Kress & van Leeuwen, 2006, pp. 179-185) as the way, in which the visual elements connect or disconnect by lines, shapes or empty spaces.

If the cues of the representational, interactive, or compositional meanings are in disharmony with each other or with the verbal code, it may create ambiguity, thus effecting the cooperative maxims flouting and triggering an implicature to be filled in the relevant multimodal or cognitive contexts.

To explain such processes, the article partially involves the Optimal Innovation Hypothesis (Giora, 1998; Giora & Fein, 1999; Giora et al, 2017) helpful in reinterpreting the notions of the optimally relevant context in the cases of the innovative figurativeness of ad visual mode. This theory distinguishes between familiar stimuli, purely innovative stimuli and optimally innovative stimuli, ranking them at the scale of “pleasure” or attractiveness for the target addressers. An optimally innovative stimulus is rated as more pleasurable than either a familiar stimulus or a purely innovative stimulus. The “pleasure” is due to a surprise experienced in suddenly discovering some novelty where it is least expected, or the gratification in discovering the familiar in the novel. Though both pure innovations and optimal innovations involve novel responses, only optimal innovations further involve familiar responses, though it requires an extra processing effort compared to familiar responses, because they involve processing the salient and more. According to the optimal innovation hypothesis, it is neither literality nor figurativeness that accounts for the pleasure induced, but some salience imbalance: the surprising discovery of the novel in the salient or the salient in the novel (see Giora, 1998; Giora & Fein, 1999; Giora et al., 2017).

3. Research outcomes

3.1. Visual code: conceptual facet

The visual message selected for analysis represents the key message of the 2014 Land Rover ad campaign.



Fig. 1. Maasai: Land Rover (Criscuoli & Koutroumanis, 2014)

For all its apparent simplicity, the visual message is a complex metaphor involving four-level conceptual integration.

The first blended space (BS) displays the compound compression relationship of the “part-whole” and cause-consequence types: if the tire (partonym of a car) as a footwear is as comfortable, durable, and fit for hard-to-reach places, then the car / Land Rover (holonym), associated with this footwear is comfortable, durable, and perfectly suitable for hard-to-reach places.

Attributing of “part-whole” relation between the elements of input spaces constitutes the stage of the blend composition.

The second stage of BS completion occurs when blended structure matches some background knowledge. Here it bases on the knowledge about the visualized tire associated with both functional characteristics and appearance:

(a) tire — car shoes (In Ukrainian there is a colloquial idiom “perezvuty mashynu” — to change the car for summer / winter);

(b) the treads of the shoe suggest the Land Rover front grille.

So, the metonymic-metaphorical nominative shift is simultaneously determined by the comparative and possessive basic propositional scheme. To explain the blended space below, we use some abbreviations: ITS (input target space), GS (generic space), and ISS (input source space).

ISS-1: tire footwear

ITS-1: Land Rover: vehicle characteristics

GS-1: similar qualities: wear resistance, strength, “passability”; visual resemblance: Land Rover front grille-like treads of the shoe

BS-1 — Land Rover is irreplaceable (as wear-resistant footwear) in areas inaccessible to other vehicles.

BS-1 correlated with explicature, constituting the “propositional form” of the coded visual message. The second component of explicature or the propositional attitude involves development of the obtained BS-1 with its mental simulation based on strategic task of any advertising: appeal to people—target customers who love off-road travel.

The second and third BS are less obvious and needs some cognitive efforts to be inferred.

The second BS displays the associative relations between the feet of an African and such

vehicle characteristics as speed and endurance. in track and field the African people win the long-distance races. The latter connotative meaning is strengthened by verbal slogan, referring to the Maasai tribe from Tanzania (Kenyans and Tanzanians are generally known to be the best long-distance runners in the world).

ISS-2: sport: records in long distance running

ITS-2: Land Rover: vehicle characteristics

GS-2: similar characteristics: speed and endurance.

BS-2: Land Rover—long distance record holder in speed and endurance

Illocutionary elaboration of the BS-2: appeal to people who like speed and long-distance trips.

The third BS pertains to footwear as personification of something home, local, familiar.

ISS-3: footwear

ITS-3: Land Rover tire footwear

GS-3: “at home” feeling

BS-3: Land Rover is as local in places far from civilization as the tribe there

The fourth BS emerges from elaboration of the obtained BS-3 with ISS-1 (the tire footwear), ISS-2 (the tire footwear on the feet of an African), BS-1 and BS-2 associating them with the meanings “lack of civilization”, “spatial remoteness”, which results in the optional cause-consequence blended space:

As Land Rover can go into terrain other vehicles can't, is superior to other cars in the long-distance races and, most important, is as local in hard-to reach-places as the tribe, wearing Land Rover tires footwear, it may be the personification of civilization in the most remote places of the planet.

3.2. Visual vs. verbal code: pragmatic ambiguity

Disregard of the maxims of the quality and unambiguity of information conveyed by the visual code is due to some inconsistency between the representational, compositional, and interactive meanings. The basic role of tire sandals in ad representational meaning is foregrounded by their salience in size, placement at the bottom as a specific piece of information and in the center of the visual field, which indicates certain key information.

From that perspective, tire sandals become an ostensive stimulus that will trigger the ad addresser's processing effort.

At the same time, the visual part is characterized by a significant lack of detail. First, the vehicle itself is not being presented. Secondly, the shadow of the SUV's grille, which, in addition to tire sandals may metonymically indicate a car, is located on the left (thematic) part. However, conceptually significant details should be placed in the “rhematic” right side—similar to sentence perspective. Presumably, the hint on shadow from the machine itself is localized in the upper part, shifted to the right, which, in accordance with the principles of visual grammar, is correct, since the visual information presented at the top is more ideal, containing a kind of a ‘promise’ and right-side positioning is informationally “rhematic”. However, this shadow is so “blurred” and indistinct that it violates the modality cues due to the lack of detailed background, lighting, brightness, depth, contextualization, and other attributes of the salient interactive meaning.

In addition, the image of brown feet in tire sandals stained with clay and sand suggests some dynamic narrative models associated with places remote from civilization and the way of life of the aborigines. In other words, the image of tire-sandals on the feet of an African can be perceived and therefore interpreted as both a conceptual-metaphorical (see analysis above) and a narrative component of representational meaning. *The latest version* is expected to be strengthened by the verbal slogan “Lions can run faster than us, but we can run farther” (Maasai proverb). It is assumed that the verbal anchor will contribute to the restoration of the missing semantic links. At the same time, the information is restored only partially—at the level of explication, that the legs belong to the representative of the Massai tribe, which “can run farther than lions. At the same time, the full

cognitive effect based on the slogan is expected to be provided by background knowledge that the Tanzanian Maasai tribe traditionally wears shoe treads to help them cover great distances in hard-to-reach places. However, most target addressers of the ad cannot make that connection due to the lack of such background contextual knowledge.

In addition, when compared with the visual metaphor of the Land Rover, the first part of the slogan (Lions can run faster than us) actualizes an additional meaning, associated with the insufficient speed characteristics of the car (lions can run faster than a Land Rover). Moreover, this meaning is not eliminated in the context and weakens the impact of advertising in general. In a whole, the verbal code does not “support” such elements of visual metaphor (see 3.1) as “speed”, “comfort”, “civilization”, strengthening only the meanings “endurance” (primary) and “passability” (secondary).

The word “lion”, although it is part of the proverb, can also cause unintended associations with cars that are named after animals, i.e. Leon—a lion (Seat), Tiger—a wild cat (Sunbeam), Bobcat (Mercury), Cheetah (Chevrolet), Jaguar, Cougar (Mercury), Puma—a wild cat (Ford), which, accordingly, “run” faster than LD.

3.3. Pure innovation vs. optimal innovation: is visual code effective or inconclusive?

In our opinion, the analyzed advertising takes the middle place on the scale of optimal innovativeness. First, the visual code is polysemantic as along with the prominent characteristic “high passability” it may trigger such connotation as “poverty”. Most advertisers lack the background knowledge that treads are the traditional footwear of the Maasai tribe, who wears such sandals not out of poverty, but out of convenience. Also, a necessary component of the background knowledge of the ad target addresser should be information that, due to the nomadic lifestyle, the Maasai people must travel long distances.

Thus, advertising cannot be considered optimally innovative, since, (a) firstly, not all intended components of the visual part are recognized by the addressees due to their lack of background knowledge and (b) secondly, the verbal part supports only two of the four components of the visual metaphor, although the attractiveness of the vehicle for the target customer is based on all four components, which is proved by the analysis of visual advertising from the perspective of conceptual blending.

In addition, the verbal part itself flouts the maxim of unambiguity, which can trigger the unintended implicatures about insufficient speed, Land Rover comparison with other machines, etc. that is not eliminated by the visual context.

At the same time, advertising is not purely innovative either, since the image of tread-sandals, soiled in dirty sand and hinting at difficult off-road places, is salient enough to restore the meaning of the metaphor at least at the “explicature” level.

Accordingly, the analyzed Land Rover advertising takes the middle place in the scale of optimal innovativeness.

4. Conclusions

The paper reached four main interrelated results.

The visual metaphor flouts one or few cooperative maxims, which triggers discursive implicature. Depending on the level of implicitness and polysemanticity of the visual metaphor, the result of the maxim flouting can be both implicature and explicature. If the inference of the implicature is intended by an advertising message, but requires excessive efforts to process visual information in lack of relevant context, the level of interpretation of the metaphor remains explicature. “Explicature” and “implicature” levels of visual metaphor interpretation are associated with different stages of blending processes.

Inference of discursive implicature, which constitutes the intended meaning of the metaphor, coincides with the stage of the blend elaboration. Depending on the balance between the level of

familiarity and innovativeness, the components of a visual metaphor can be ranked on the scale of “attractiveness” for the target client—from optimally innovative to pure innovative devices.

References

- Bateman, J. (2014). *Text and Image: A Critical Introduction to the Visual/Verbal Divide*. Oxon: Routledge.
- Beasley, R., & Danesi, M. (2002). *Persuasive Signs: The Semiotics of Advertising*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Braun, S. (2016). The importance of being relevant? A cognitive-pragmatic framework for conceptualising audiovisual translation. *Target*, 28(2), 302-313. <https://doi.org/10.1075/target.28.2.10bra>
- Carston, R., & Powell, G. (2006). Relevance theory: new directions and developments. In E. Lepore & B. Smith (Eds.), *Oxford handbook of philosophy of language* (pp. 341-360). Oxford: Oxford University Press.
- Coulson, S., & Oakley, T. (2000). Blending basics. *Cognitive Linguistics*, 11(3-4), 175-196. <https://doi.org/10.1515/cogl.2001.014>
- Dicerto, S. (2018). *Multimodal pragmatics and translation: A new model for source text analysis*. London: Palgrave Macmillan.
- El Refaie, E. (2003). Understanding visual metaphor: The example of newspaper cartoons. *Visual Communication*, 2(1), 75-95. <https://doi.org/10.1177/1470357203002001755>
- Fauconnier, G., & Turner, M. (2002). *The way we think: Conceptual blending and the mind's hidden complexities*. New York, NY: Basic Books.
- Forceville, C., & Urios-Aparisi, E. (2009). *Multimodal metaphor*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Giora, R., Givoni, S., Heruti, V., & Fein, O. (2017). The role of defaultness in affecting pleasure: The optimal innovation hypothesis revisited. *Metaphor and Symbol*, 32(1), 1-18. <https://doi.org/10.1080/10926488.2017.1272934>
- Giora, R., & Fein, O. (1999). On understanding familiar and less-familiar figurative language. *Journal of Pragmatics*, 31, 1601–1618. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(99\)00006-5](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(99)00006-5)
- Giora, R. (1998). When is relevance? On the role of salience in utterance interpretation. *Revista Alicantina de Estudios Ingleses*, 11, 85–94. <https://doi.org/10.14198/raei.1998.11.08>
- Gkiouzevas, L., & Hogg, M. K. (2011). Articulating a new framework for visual rhetoric in advertising: A structural, conceptual and pragmatic investigation. *Journal of Advertising*, 40(1), 103–120. <https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367400107>
- Grice, P. (1975). Logic and conversation. In P. Cole & J.L. Morgan (Eds.). *Syntax and Semantics*, 3. (pp. 41-58). New York, NY: Academic Press.
- Grice, P. (1989). *Studies in the way of words*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Halliday, M. A. (1994). *An introduction to functional grammar*. London: Edward Arnold.
- Jewitt, C., & Oyama, R. (2001). Visual meaning: A social semiotic approach. In T. Van Leeuwen & C. Jewitt (Eds.), *Handbook of visual analysis* (pp. 134-156). London: Sage. <https://doi.org/10.4135/9780857020062.n7>
- Kravchenko, N., Goltsova, M., & Kryknitska, I. (2020). Politics as art: The creation of a successful political brand. *Journal of History, Culture and Art Research*, 9(3), 314-323. <https://doi.org/10.7596/taksad.v9i4.2885>
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The grammar of visual design*. London: Routledge.
- Kress, G. (2010). *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. Oxford: Routledge.
- Krysanova, T., & Shevchenko, I. (2021). Conceptual blending in multimodal construction of negative emotions in film. In A. Pawelec, A. Shaw, & G. Szpila (Eds.), *Text-image-music: crossing the borders. intermediate conversations on the poetics of verbal, visual and musical*

- texts. In honour of Prof. Elzbieta Chrzanowska-Kluczewska. Series: Text-Meaning-Context: Cracow Studies in English Language, Literature and Culture, 19 (pp. 357-371). Berlin: Peter Lang. <http://doi.org/10.3726/b18012>*
- Machin, D., & Ledin, P. (2020). *Introduction to multimodal analysis*. London: Bloomsbury Academic.
- O'Halloran, K. (2004). *Multimodal discourse analysis: Systemic functional perspectives*. London: Continuum.
- Shevchenko, I. (2019). Enactive meaning-making in the discourse of theatre and film. *Cognition, communication, discourse, 19*, 15-19. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2019-19-01>
- Scott, L. (1994). Images in advertising: The need for a theory of visual rhetoric. *Journal of Consumer Research, 21* (3), 252-273. <https://doi.org/10.1086/209396>
- Schroeder, J. E. (2002). *Visual consumption*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203471630>
- Toncar, M., & Munch, J. (2001). Consumer responses to tropes in print advertising. *Journal of Advertising, 30* (1), 55-65. <https://doi.org/10.1080/00913367.2001.10673631>
- Wilson, D., & Sperber, D. (2004). Relevance Theory. In L. Horn & G. Ward (Eds.), *Handbook of pragmatics* (pp. 607-632). Malden, MA: Blackwell.

Sources for illustrations

- Criscuoli, A. (creative director / art director, & Koutroumanis, T. (copywriter). Maasai: Land Rover print advert. Athens: Greekvertising, 2014. Retrieved October 1, 2021 from https://www.adsoftheworld.com/media/print/land_rover_maasai

ВІЗУАЛЬНА МЕТАФОРА В КОМЕРЦІЙНІЙ РЕКЛАМІ: ЕФЕКТИВНІСТЬ ЧИ НЕВДАЧА?

Наталія Кравченко

доктор філологічних наук, професор, Київський національний лінгвістичний університет
(вул. Велика Васильківська, 73, Київ, Україна, 03680);

e-mail: nkravchenko@outlook.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4190-0924>

Олександр Юденко

кандидат філологічних наук, доцент, Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури
(Вознесенський узвіз, 20, Київ, Україна, 04053);

e-mail: yudenko29@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0309-1548>

Анотація

Ґрунтуючись на сучасних підходах, дослідження фокусується на новому аспекті мультимодальної прагматики, виявляючи кореляцію між когнітивними та прагматичними особливостями візуальної метафори із залученням візуального граматичного аналізу, гіпотези оптимальної інновації, теорії концептуальної інтеграції, теорії релевантності і принципу кооперації. Метою статті є аналіз візуального повідомлення комерційної реклами у ракурсі оцінки його успішності/неуспішності відповідно до послідовно застосованих критеріїв “рівень метафоричної полісемантичності та неоднозначності”, “наявність відповідного контексту інтерпретації”, “рівень оптимальної інноваційності”. Дослідження дозволило дійти таких основних висновків. Перше. Візуальна метафора є відхиленням від однієї або декількох кооперативних максим, що є тригером дискурсивної імплікатури. Друге. Залежно від рівня імпліцитності і полісемантичності візуальної метафори результатом відхилення від кооперативних максим може бути як імплікатура, так і експлікатура. Якщо інференція імплікатури заплановане рекламним повідомленням, але вимагає від цільових адресатів надмірних зусиль для обробки візуальної інформації за відсутності відповідного контексту, рівень інтерпретації метафори обмежується експлікатурою. Третє. Рівні “експлікатури” та “імплікатури” у інтерпретації візуальної метафори пов’язані з різними ланками концептуальної інтеграції. Вилучення дискурсивної імплікатури, що, власне, становить інтендоване адресантом значення метафори, збігається з етапом нарощування (elaboration) бленду. Четверте. Залежно від

балансу між рівнем впізнаваності та інноваційності компоненти візуальної метафори можна ранжувати за шкалою “привабливості / задоволення” для цільового клієнта – від оптимально інноваційних до чисто інноваційних.

Ключові слова: реклама, візуальна метафора, блендінг, імплікатура, візуальна граматика, шкала інноваційності.

ВИЗУАЛЬНАЯ МЕТАФОРА В КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ: ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИЛИ НЕУДАЧА?

Наталья Кимовна Кравченко

доктор филологических наук, профессор, Киевский национальный лингвистический университет
(ул. Большая Васильковская, 73, Киев, Украина);

e-mail: nkravchenko@outlook.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4190-0924>

Александр Иванович Юденко

кандидат филологических наук, доцент, Национальная академия изобразительного искусства и архитектуры (Вознесенский спуск 20, Киев, Украина, 04053);

e-mail: yudenko29@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0309-1548>

Аннотация

Основываясь на современных подходах, исследование фокусируется на новом аспекте мультимодальной прагматики, выявляя корреляцию между когнитивными и прагматическими особенностями визуальной метафоры с привлечением визуального грамматического анализа, гипотезы оптимальной инновации, теории концептуальной интеграции, теории релевантности и принципа кооперации. Целью статьи является анализ визуального сообщения коммерческой рекламы в ракурсе оценки его успешности/неуспешности в соответствии с последовательно применяемыми критериями “уровень метафорической полисемантической и неоднозначности”, “наличие соответствующего контекста интерпретации”, “уровень оптимальной инновационности”. Исследование позволило сделать следующие основные выводы. Первое. Визуальная метафора является отклонением от одной или нескольких кооперативных максим, маркируя дискурсивную импликацию. Второе. В зависимости от уровня имплицитности и полисемантической визуальной метафоры результатом отклонения от кооперативных максим может быть как импликация, так и экспликация. Если инференция имплицитности запланирована рекламным сообщением, но требует от целевых адресатов чрезмерных усилий по обработке визуальной информации при отсутствии соответствующего контекста, уровень интерпретации метафоры ограничивается экспликацией. Третье. Уровни “экспликации” и “имплицитности” в интерпретации визуальной метафоры связаны с разными звеньями концептуальной интеграции. Извлечение дискурсивной имплицитности, что, по сути, составляет интендируемое адресантом значение метафоры, совпадает с этапом наращивания (elaboration) бленда. Четвертое. В зависимости от баланса между уровнем узнаваемости и инновационности компоненты визуальной метафоры можно ранжировать по шкале «привлекательности/удовольствия» для целевого клиента – от оптимально инновационных до чисто инновационных.

Ключевые слова: реклама, визуальная метафора, блендинг, импликация, визуальная граматика, шкала инновационности.

Cognition, communication, discourse. 2021, 23: 72-86.
<http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

<https://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-05>
Received 20.09.2021; revised and accepted 01.12.2021

УДК 811.111:811.161.2]’25

КОГНІТИВНИЙ ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АНАЛІЗ ХУДОЖНІХ ПОРІВНЯНЬ

Алла Мартинюк

доктор філологічних наук, професор, Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна (4, майдан Свободи, Харків, 61022, Україна)
e-mail: allamartynyuk@ukr.net; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2804-3152>

Ельвіра Ахмедова

аспірант, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
(4, майдан Свободи, Харків, 61022, Україна);
e-mail: elvira.akhmedova.96@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4515-4359>

Як цитувати: Мартинюк, А. П., & Ахмедова, Е. Д. (2021). Когнітивний перекладацький аналіз художніх порівнянь. *Cognition, communication, discourse*, 23, 72-86. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-05>

Анотація

У розвідці запропоновано методіку когнітивного перекладацького аналізу англо-українського перекладу художніх порівнянь. Аналіз вітчизняних та зарубіжних досліджень перекладу художніх порівнянь виявив, що здебільшого такі розвідки базуються на структурно-семантичному перекладацькому аналізі. Когнітивний перекладацький аналіз художніх порівнянь, що дозволяє виявити когнітивні моделі, які уможливають функціонування порівнянь в мовленні і впливають на їх переклад, здійснюється в нечисленних роботах і вимагає поглиблення. Метою статті є виявлення кореляцій між лінгвокультурною специфікою чи, навпаки, схожістю когнітивних моделей англійських художніх порівнянь і стратегіями їх українського перекладу. Матеріалом дослідження є 1200 англійських порівнянь, вилучених з двох романів Тартт *Щиголь*, *Таємна історія* і роману Етвуд *Сліпий убивця*, та їх українські переклади, створені, відповідно, Шовкуном, Стасюком та Оксеніч. Досягнення поставленої мети передбачає: 1) виявлення та зіставлення когнітивних моделей англійських порівнянь та їх українських перекладів; 2) з'ясування перекладацьких процедур, застосованих для передачі художніх порівнянь – відтворення, заміни, згортання, усунення або привнесення; 3) встановлення кореляцій між перекладацькими процедурами і стратегіями перекладу – стратегією очуження і стратегією одомашнення. Художнє порівняння розглядається як експліцитна концептуальна метафора, що описується пропозиційною моделлю (А є як Б), де А є концептом/доменом цілі, що репрезентує сутність яку порівнюють, Б є концептом/доменом джерела, що репрезентує сутність, з якою порівнюють (його мовне/мовленнєве втілення також називають провідником). Порівняння може експлікувати і ознаку, за якою воно здійснюється (А (ціль) є як Б (джерело/провідник) за ознакою В). У процесі перекладацького аналізу враховується тип художнього порівняння: розмежовуються конвенційні порівняння, що базуються на загальнолюдському знанні, і оригінальні порівняння, що відбивають індивідуальне знання і креативну уяву автора художнього твору. У групі конвенційних порівнянь розрізняються алюзивні порівняння, що здебільшого ґрунтуються на субкультурному знанні, та ідіоматичні порівняння, що можуть спиратися як на загальне, так і на лінгвокультурно специфічне знання, втілене в ідіомах. Проведений когнітивний перекладацький аналіз дозволив дійти таких висновків. Процедура відтворення порівняння втілює різні перекладацькі стратегії в залежності від типу порівняння і наявності/відсутності його лінгвокультурної специфіки. Відтворення конвенційних та оригінальних порівнянь корелює з нейтральною стратегією перекладу, оскільки ні перші, ні другі не володіють лінгвокультурною специфікою, яка б свідчила про незбіжність їх когнітивних моделей і обмежувала б вибір перекладача, створюючи перекладацьку проблему. Відтворення алюзивних порівнянь теж може корелювати з нейтральною стратегією, якщо алюзія ймовірно є частиною загального

знання, хоча частіше відтворення алюзивних порівнянь реалізує стратегію очуження, оскільки вони спираються на субкультурно специфічне знання й відповідні когнітивні моделі можуть бути несформованими як у носіїв лінгвокультури оригіналу, так і у носіїв культури перекладу. У випадку додавання коментаря стратегія очуження нейтралізується одомашненням. Процедури заміни, згортання, усунення та привнесення порівняння корелюють зі стратегією одомашнення, яка може бути примусовою, якщо англійські і українські порівняння спираються на незбіжні культурно специфічні когнітивні моделі, або факультативною, якщо вони спираються на збіжні когнітивні моделі. З іншого боку, одомашнення може бути повним, якщо його результатом є заміна когнітивної моделі порівняння, або частковим, якщо концепти моделі специфікуються або пояснюються, проте модель залишається незмінною. Перспективи роботи пов'язуємо з проведенням кількісного аналізу задля встановлення кількісних співвідношень між процедурами і стратегіями англо-українського перекладу художніх порівнянь.

Ключові слова: лінгвокультура, когнітивний перекладацький аналіз, перекладацька процедура, стратегія перекладу, художнє порівняння.

1. Вступ

З проголошенням Баснетт та Лефевром (Bassnett & Lefevere, 1990) “культурного повороту”, що надав нового статусу перекладачеві як самостійній творчій фігурі, яка наново створює текст, виникли побоювання щодо можливості рівноцінного перекладу художніх текстів як продукту свідомості людини, що відображає та репрезентує певну лінгвокультуру.

У цьому контексті особливо актуальними стає вивчення перекладу мовних / мовленнєвих одиниць, позначених лінгвокультурною специфікою, до яких належать і художні порівняння. З іншого боку, нагальність цього дослідження підсилюється його когнітивним методологічним підґрунтям, яке озброює дослідника інструментами аналізу загальних і культурно специфічних смислів, що активуються концептуальними структурами, які стоять за художніми порівняннями.

Аналіз вітчизняних та зарубіжних робіт, присвячених перекладу художніх порівнянь, виявив, що такі розвідки є здебільшого структурно-семантичними (Zorivchak, 1983; Kushyna, 1998; Tsepeniuk, 2011; Molchko, 2015; Tarasova, 2017; Pierini, 2007; Mohammed, 2017; Kendenan, 2017; Ramli, 2014; Hilman et al., 2013). Когнітивні перекладацькі розвідки, що моделюють когнітивні структури, які стоять за мовленнєвими художніми порівняннями і впливають на їх переклад, є нечисленними (Akhmedova, 2020; Pohlig, 2006).

Мета поточного дослідження полягає у проведенні когнітивного аналізу англо-українських перекладів художніх порівнянь та встановленні кореляцій між лінгвокультурною специфікою чи навпаки схожістю когнітивних моделей порівнянь і стратегіями їх перекладу.

Досягнення цієї мети передбачає вирішення таких завдань: 1) виявлення та зіставлення когнітивних моделей англійських порівнянь та їхніх українських перекладів; 2) з'ясування перекладацьких процедур (відтворення, заміни, згортання, усунення або привнесення), застосованих для передачі порівнянь; 3) встановлення кореляцій між перекладацькими процедурами і стратегіями перекладу (стратегією очуження і стратегією одомашнення).

Об'єктом аналізу є англійські художні порівняння та їхні українські переклади, а предметом – кореляції між перекладацькими процедурами і стратегіями перекладу.

Матеріалом дослідження є 1200 англійських порівнянь, вилучених з художніх творів Тартт (Tartt, 2013) *Щиголь*, *Таємна історія* (Tartt, 2015) і Етвуд (Atwood, 2009) *Сліпий убивця*, та їх українські переклади, створені, відповідно, Шовкуном (Tartt, 2016), Стасюком (Tartt, 2017) та Оксеніч (Etvud, 2018).

2. Теоретико-методологічні основи когнітивного перекладацького аналізу художніх порівнянь

2.1. Теоретичні поняття

Когнітивне перекладознавство, метою якого є встановлення ментальних процесів, які пояснюють прийняття перекладацьких рішень, сформувалося в кінці ХХ – на початку

XXI століття під впливом когнітивної лінгвістики. Поточне дослідження спирається на відгалуження когнітивного перекладознавства, “орієнтоване на продукт” (product-oriented) (Kovalenko & Martynyuk, 2018; 2021; Papadoudi, 2010; Schäffner, 2004; Schuttleworth, 2017). Іншими словами, у цій розвідці використовується методика когнітивного перекладацького аналізу, змістом якої є побудова і співставлення когнітивних моделей художніх порівнянь, зареєстрованих у текстах оригіналу і перекладу як продуктах ментально-мовленнєвої діяльності їх авторів. Відгалуження когнітивного перекладознавства, орієнтоване на продукт, користується інструментарієм когнітивного моделювання, розробленим фундаторами теорії концептуальної метафори Лакоффом і Джонсоном (Lakoff & Johnson, 1980/2003), які розглядають метафору як “розуміння та переживання предмета одного виду в термінах іншого” (с. 5) і вважають, що наше мислення є “метафорично структурованим”, тобто “більшість концептів частково розуміється у термінах інших концептів” (ibid, p. 56). Суть метафори тлумачиться як “систематичне використання інференційних патернів з одного концептуального домену” (ibid, p. 171) (його прийнято називати доменом джерела (source domain)) “для умовиводів в іншому концептуальному домені” (ibid.) (домени цілі (target domain)) і зазначають, що “мислення в абстрактних доменах використовує логіку сенсорно-моторного досвіду” (ibid, p. 72). Систематичні відповідності між патернами інференцій в доменах джерела і цілі називають метафоричним мапуванням (metaphoric mapping) або метафоричним проектуванням (metaphoric projections) (ibid, p.171).

Розбудовуючи ці ідеї, Фоконьє (Fauconnier, 1997) визначає концептуальне порівняння як “часткову проекцію структур домену джерела на домен цілі” (р. 9). Як і модель концептуальної метафори (А (ціль) є Б (джерело)), модель концептуального порівняння записується у вигляді *пропозиції* з тією різницею, що в останній з’являється експліцитний маркер порівняння виражений прийменником *like/як* (А (ціль) є як Б (джерело)). Концепт Б, як і його мовне/мовленнєве втілення також називають провідником (vehicle). Факультативно когнітивна модель порівняння може експлікувати і ознаку, за якою здійснюється порівняння (А (ціль) є як Б (джерело/провідник) за ознакою В).

Продемонструємо компоненти когнітивної моделі порівняння на прикладі:

- (1) *'Charles,' said Francis. He was white as a ghost. 'Sit down . Have some wine* (Tartt, 2015, p. 304).
Чарльзе, – промовив білий, немов привид, Френсіс, – сядь, випий вина (Tartt, 2017, p. 535).

Наданий приклад вербалізує усі компоненти моделі: домен цілі, що репрезентує об’єкт, який порівнюється (*Francis/Френсіс*), домен джерела – об’єкт, з яким порівнюють (*ghost/привид*), маркер порівняння (прийменник *as/немов*) та ознаку порівняння (*white/ білий*). Когнітивні моделі англomовного та перекладеного порівнянь зображуються у вигляді пропозицій: SOMEONE WHITE IS LIKE A GHOST – ХТОСЬ БІЛИЙ Є ЯК ПРИВИД.

У процесі перекладацького аналізу ми враховуємо тип художнього порівняння, розмежовуючи конвенційні і оригінальні порівняння, і виокремлюючи алюзивні та ідіоматичні порівняння у групі конвенційних порівнянь. До конвенційних відносимо порівняння, у структурі яких ознака порівняння є внутрішньо притаманною об’єкту (intrinsic) і унікальною для об’єкта (characteristic) (Langacker, 1987, p. 160-161). Як правило, такі ознаки асоціюються з об’єктом більшістю людей; іншими словами, знання про ці ознаки об’єкта є частиною загального (generic) знання (ibid.) носіїв будь-якої лінгвокультури (Akhmedova, 2021, p. 80). Порівняння, які демонструють лінгвокультурну або субкультурну специфіку, будуються на спеціальному (specific) знанні (ibid, p. 160). Оригінальні порівняння спираються на індивідуальне знання і уяву, оскільки є креативним надбанням автора художнього твору (ibid, p. 80). Алюзивні порівняння, які надають “непряме посилання на іншу людину, місце чи подію – реальну чи вигадану” (<https://www.greelane.com/uk/гуманітарні-науки/англійська/what-is-allusion-1689079/>) і використовується як “швидкий спосіб надати додатковий зміст, ясність або

подальше пояснення ідеї, посилаючись на те, що аудиторія вже розуміє” (<https://www.greelane.com/uk/гуманітарні-науки/англійська/what-is-allusion-1689079/>), як правило, базуються на спеціальному субкультурному знанні, оскільки алюзії переважно відомі представникам певних соціальних груп в межах різних лінгвокультур (Akhmedova, 2021, p. 80; Rebrii & Tashchenko, 2019). Ідіоматичні порівняння можуть спиратися як на загальне, так і на лінгвокультурно специфічне спеціальне знання. Для встановлення лінгвокультурної специфіки ідіоматичних порівнянь ми використовуємо словники ідіом.

У процесі встановлення кореляцій між перекладацькими процедурами і стратегіями перекладу ми розмежуємо поняття стратегії перекладу та поняття перекладацької процедури. Слідом за Швейцером (Shvejser, 1988), Ребрієм (Rebrii, 2012) та Сдобніковим (Sdobnikov, 2011) стратегію перекладу визначаємо як загальний ментальний план дій перекладача, спрямований на відтворення тексту оригіналу мовою перекладу, що дозволяє розглядати стратегію з когнітивного ракурсу. Оперуючи поняттями “стратегія одомашнення” та “стратегія очуження”, ми спираємося на визначення Венуті (Venuti, 2001).

Говорячи про перекладацьку процедуру, ми поділяємо ідеї Віне та Дарбельне (Vinau, Darbelnet, 1958), а також Ньюмарка (Newmark, 1988), які визначають це поняття як дію перекладача, спрямовану на вирішення конкретної перекладацької проблеми.

2.2. Методичний алгоритм

Когнітивний перекладацький аналіз починається зі встановлення когнітивних моделей англійських та перекладених художніх порівнянь. У випадку експліцитних порівнянь ця методична процедура є доволі простою, оскільки усі елементи пропозиції А є як Б виражені відповідними фрагментами тексту. Наприклад, когнітивною моделлю порівняння *calm as a bride* (Tartt, 2015, p. 237) – *спокійна, немов наречена* (Tartt, 2017, p. 421) є пропозиція ХТОСЬ СПОКІЙНИЙ є як НАРЕЧЕНА. Якщо ж порівняння є імпліцитним, його пропозиційна модель виводиться на основі інференцій. Наприклад, аналізуючи текст оригіналу, ми доходимо висновку, що словосполучення *foxu narrow face* (Tartt, 2015, p. 261) імпліцитно порівнює обличчя людини із мордою лисиці і відтак є втіленням моделі ХТОСЬ З ВУЗЬКИМ ОБЛИЧЧЯМ є як ЛИСИЦЯ, а складений прикметник *punch-drunk* у складі речення-висловлення порівнює людину з гротескним ляльковим клоуном, реалізуючи модель ХТОСЬ П’ЯНИЙ є як ПАНЧ:

(2) *He lolled his head back and forth, punch-drunk...* (Tartt, 2013, p. 25).

Він смикнув кілька разів головою, ніби контужений, губи йому тремтіли (Tartt, 2016, p. 45).

Встановлюючи процедури перекладу художніх порівнянь, ми спираємося на класифікацію Пьєрїні (Pierini, 2007), інтерпретуючи її в когнітивному ракурсі. Пьєрїні розмежовує шість процедур (в її термінології – стратегій): буквальний переклад (збереження провідника, заміна провідника іншим провідником, згортання порівняння (переважно ідіоматичного) до його змісту, збереження провідника із поясненням ознак подібності, заміна провідника дослівним перекладом та опущення порівняння (Pierini, 2007, p. 31).

Ми розмежовуємо процедури відтворення, заміни, згортання, опущення і привнесення порівняння. Зазначені процедури розглядаємо як когнітивні операції, що свідомо або несвідомо виконуються перекладачем.

Процедуру відтворення порівняння розуміємо як когнітивну операцію, результатом якої є вживання у перекладі художнього порівняння, яке відтворює когнітивну модель оригінального порівняння. Наприклад, буквальний переклад порівняння *white as a fish* (Tartt, 2013, p. 375) – *білий, як риба* (Tartt, 2016, p. 768) базується на тій самій когнітивній моделі, що і оригінальне порівняння – ЩОСЬ БІЛЕ Є ЯК РИБА, хоча ця модель не є притаманною українській культурі. Процедура відтворення може супроводжуватись експлікацією ознак подібності, як у наведеному прикладі.

Процедура заміни порівняння передбачає і заміну його когнітивної моделі. Наприклад, в результаті лексичної заміни в перекладі: *white as talc* (Tartt, 2015, p. 210) – *білий немов крейда* (Tartt, 2017, p. 373) когнітивна модель ЩОСЬ БІЛЕ Є ЯК ТАЛЬК замінюється когнітивною моделлю ЩОСЬ БІЛЕ Є ЯК КРЕЙДА.

Процедура згортання порівняння передбачає усунення оригінального порівняння і компенсацію втрати за допомогою вислову, що пояснює зміст цього порівняння. Наприклад, *Happy as a clam* (Tartt, 2015, p. 223) – *Радощів повні штани* (Tartt, 2017, p. 396). В оригіналі вжито порівняння когнітивної моделі ХТОСЬ ЩАСЛИВИЙ Є ЯК МОЛЮСК. Перекладач усуває порівняння та натомість експлікує його зміст за допомогою цілісного перенесення.

Результатом задіяння процедури опущення є усунення порівняння без пояснення його змісту, як у наступному прикладі, де у перекладі опущено порівняння понурої замкненою в собі людини з ображеною дитиною:

- (3) *He was not in a mood to talk—ebullient sometimes, he could also be as mute and sulky as a child— and he drank steadily, with both his elbows on the bar and his hair falling down in his face* (Tartt, 2015, p. 206).

Чарльз був не в гуморі спілкуватись. Інколи щибетливий, він так само міг понуро замикатися в собі та не промовляти ні слова. От і зараз мій товариш сперся обома ліктями на стільницю, а чуб упав йому на очі (Tartt, 2017, p. 365).

І, нарешті, перекладацька процедура привнесення порівняння передбачає і сформованість певної когнітивної моделі, втіленням якої воно є. Наприклад:

- (4) *And the stiff way he walks, sort of a limp* (Tartt, 2015, p. 33).

А ходить, як кривенька качечка, тому що досі накульгує (Tartt, 2017, p. 57).

В оригінальному реченні порівняння відсутнє, але перекладач вирішує застосувати смисловий розвиток і привносить у текст перекладу порівняння когнітивної моделі ХТОСЬ КУЛЬГАВИЙ Є ЯК КРИВЕНЬКА КАЧЕЧКА.

Останнім кроком в алгоритмі аналізу є виведення кореляцій між перекладацькими процедурами (відтворення, заміни, згортання, опущення і привнесення) та стратегіями очуження і одомашнення на підставі інференційного та кількісного аналізу.

3. Результати дослідження:

Лінгвокультурний статус порівнянь і стратегії їх перекладу

Отримані нами дані свідчать, що процедура **відтворення** порівняння застосовується для перекладу конвенційних неідіоматичних та алюзивних, а також оригінальних порівнянь і корелює як зі стратегією одомашнення, так і зі стратегією очуження, і, до того ж, може бути нейтральною щодо одомашнення або очуження.

Представимо наші знаходження у прикладах, починаючи з аналізу перекладу неідіоматичних конвенційних порівнянь:

- (5) *'Damn,' he said, and shook his head quickly, like a dog shaking off water* (Tartt, 2015, p. 152).

Чорт! – вилаявся він і швидко труснув головою, ніби собака, що повернувся з прогулянки під дощем (Tartt, 2017, p. 273).

Перекладач застосовує граматичну трансформацію, проте дослівно передає позначення концепту-провідника порівняння і вдається до смислового розвитку при перекладі позначення ознаки порівняння, додаючи обставини струшування собакою води (*повернувся з прогулянки*). В результаті відтворюється когнітивна модель порівняння, вжитого в оригіналі, ДЕХТО, ХТО

ТРУСИТЬ ГОЛОВОЮ, Є НІБИ СОБАКА, ЩО СТРУШУЄ ВОДУ. Застосовану перекладацьку стратегію вважаємо **нейтральною**, оскільки перекладачеві не потрібно адаптувати текст оригіналу до культури перекладу. Порівняння в тексті оригіналу є конвенційним, його когнітивна модель будується на загальновідомих знаннях: після прогулянки під дощем і, взагалі, якщо вода потрапляє на хутро, собака для швидшого просихання струшує із себе краплі води.

Переклад оригінальних порівнянь є більш проблемним, тому що вони будуються на доволі неочікуваних когнітивних моделях, які репрезентують індивідуальне бачення автора. Наприклад:

- (6) *The twilights out there were florid and melodramatic, great sweeps of orange and crimson and Lawrence-in-the-desert vermilion, then night dropping night dropping dark and hard like a slammed door* (Tartt, 2013, p. 123)

Сутінки тут були квітчасті й мелодраматичні, великі сполохи оранжевого, малинового та ясно-червоного світла, у стилі кінофільму “Лоуренс Аравійський”, а потім відразу западала ніч, а потім відразу западала ніч, наче з виляском зачинялися двері (Tartt, 2016, p. 242).

Порівняння, вжите у вихідному тексті вважаємо оригінальним, оскільки авторська уява асоціює *зачинення дверей* із *настанням ночі*, а цей образ є доволі неочікуваним як для англомовного, так і для україномовного читачів. Перекладач задіє граматичну трансформацію, проте дослівно відтворює порівняння, і, відповідно, його когнітивну модель НАСТАННЯ НОЧІ є як ВИЛЯСК ДВЕРЕЙ, ЩО ЗАЧИНЯЮТЬСЯ. Щодо стратегії перекладу, вона є **нейтральною** щодо очуження чи одомашнення, оскільки її вибір не визначається культурною специфікою вихідного тексту – читачі як оригіналу, так і перекладу стикаються з креативним баченням автора. До того ж, образ є доволі яскравим і зрозумілим – після загибелі матері, Тео, був вимушений переїхати до батька, який жив в такій місцевості, де темрява наступала раптово, різко.

Переклад алюзивних порівнянь може бути проблемним, оскільки вони переважно будуються на субкультурному знанні. Наприклад:

- (7) *...it's almost, like, kind of retro and cool? Coke bottle glasses? Orange corduroys and a haircut like Darth Vader's helmet?* (Tartt, 2013, p. 235).

...виставляє себе екзотичним ретро – окуляри з товстими скельцями, вельветові штани помаранчевого кольору і стрижка, схожа на шолом Дарта Вейдера (Tartt, 2016, p. 469).

Концепт-провідник вихідного порівняння є відомим колу читачів, які дивилися чи принаймні чули про медіафраншизу *Зоряні війни*. Відтак, вихідне порівняння ґрунтується на субкультурному знанні. *Дарт Вейдер* є головним антагоністом *Зоряних війн*, нещадним керівником Галактичної армії, який вимушений носити життєзабезпечувальний портативний костюм та шолом через серйозні пошкодження тіла, які він отримав в результаті поєдинку з Обі-Ваном Кенобі (Star Wars, n. d.). Перекладач вдається до дослівного перекладу порівняння, а ім'я Дарта Вейдера передає за допомогою адаптивного транскодування. Такий спосіб перекладу називаємо відтворенням **форми** порівняння. Разом з відтворенням форми порівняння, відтворюється і його когнітивна модель ПЕВНА СТРИЖКА Є ЯК ШОЛОМ ДАРТА ВЕЙДЕРА. У тексті роману *Щиголь* Тартт за допомогою цього порівняння описує стрижку Енді, найкращого друга та однокласника головного героя роману Тео. Хоча вихідне порівняння не є культурно маркованим, транскодування імені Дарта Вейдера може спричинити певні труднощі розуміння в читачів, не обізнаних з відповідною медіафраншизою. Тому застосовану стратегію вважаємо **очуженням**.

Проаналізуємо ще один приклад перекладу алюзивного порівняння:

- (8) *'Yep,' said Bunny. 'The Show-Me State. St Louis boy like old Tom Eliot* (Tartt, 2015, p. 32).
 – Еге ж, – правив далі Коркоран, – зі “Скептичного штату”. Сентлуїський хлопчина, як і старий Том Еліот (Tartt, 2017, p. 56).

У контексті роману *Таємна історія*, порівняння вжито для опису походження Генрі, який є справжнім генієм, що знає вісім мов. Перекладач застосовує адаптивне транскодування для відтворення назви штату і імені Тома Еліота, з яким порівнюється Генрі. Вдаючись до транскодування, перекладач відтворює **форму** порівняння і відповідно його когнітивну модель УРОДЖЕНЕЦЬ ШТАТУ МІССУРІ Є ЯК ТОМ ЕЛІОТ. В результаті має місце очуження тексту перекладу. Очевидно усвідомлюючи, що ім'я Тома Еліота може бути невідомим частині читачів, перекладач, водночас, одомашнює текст, додаючи перекладацький коментар: “Скептичний штат (The Show-Me State) – офіційне прізвисько штату Міссурі, найбільшим містом якого є Сент-Луїс, що його уродженцем є Т. С. Еліот” (Tartt, 2017, p. 56). Застосовану стратегію кваліфікуємо як **одомашнення-нейтралізацію очуження**. Подібне **одомашнення** називаємо **факультативним**, оскільки перекладач не обмежений лінгвокультурною специфікою оригіналу у прийнятті рішень, і **частковим**, оскільки такий переклад не приводить до заміни когнітивної моделі вихідного порівняння.

Часткове факультативне одомашнення-нейтралізація очуження також реалізується за допомогою процедури відтворення **змісту** порівняння, наприклад:

- (9) *“Well, if you do have to go with us, see how you like it. It's like Kidnapped. The part where they sell him into slavery on that boat.”* (Tartt, 2013, p. 87).
Це як у “Викраденому”. Коли вони продають його в рабство на той човен (Tartt, 2016, p. 166).

У контексті роману для опису стану Енді, який не бажає їхати до сімейного літнього будинку на канікули, оскільки там немає гарячої води та підключення до Інтернету, згадується роман *Викрадений* Р. Л. Стівенсона. У такий спосіб автор тексту оригіналу надає непряме посилання на головного героя роману *Викрадений* Девіда Белфура, якого обманним шляхом його дядько продає в рабство на борт човна. Це імпліцитне алюзивне порівняння жартівливо уподібнює Енді головному герою роману. Позначення концепту-провідника вихідного алюзивного порівняння *Kidnapped* перекладено словниковим відповідником *Викрадений*. Розуміючи, що цей роман може бути невідомим частині української аудиторії, перекладач вирішує полегшити сприйняття тексту і пропонує такий перекладацький коментар: “Пригодницький роман Роберта Льюїса Стівенсона (1886)” (Tartt, 2016, p. 166). Щоправда, коментар не надає інформації про те, що головний герой роману був проданим в рабство, і тому не повністю реалізує свою інформаційну функцію.

Процедура **заміни**, яка є характерною для ідіоматичних порівнянь, неідіоматичних/конвенційних порівнянь та оригінальних порівнянь, корелює зі стратегією одомашнення. Почнемо аналіз з перекладу ідіоматичних порівнянь:

- (10) *Sabine is as dumb as a post* (Tartt, 2013, p. 62).
 Сабіна дурна як пень (Tartt, 2016, p. 116).

Перекладач вирішує застосувати цілісне перетворення, оскільки дослівний переклад *тупий, як стовп/ пошта* звучить неприродно для української читацької аудиторії. В українській культурі дурість не асоціюється зі стовпом на відміну від таких концептів-провідників як *ОСЕЛ/ПЕНЬ/ПІДОШВА/САЛО/СТО ПУДІВ ДИМУ/СТО СВИНЕЙ/СТУПА/ТЕЛЯ /ТУРЕЦЬКИЙ КІНЬ* (Narodni

prykmety, n. d.). Застосована трансформація приводить до заміни когнітивної моделі англійського порівняння ХТОСЬ ДУРНИЙ Є ЯК СТОВП на когнітивну модель українського порівняння ХТОСЬ ДУРНИЙ Є ЯК ПЕНЬ. Така заміна є результатом незбіжності когнітивних моделей відповідних порівнянь в культурах оригіналу і перекладу. Подібне одомашнення називаємо **примусовим**, оскільки перекладацьке рішення диктується лінгвокультурною специфікою текстів оригіналу і перекладу, і **повним**, оскільки воно веде до заміни когнітивної моделі вихідного порівняння.

Розглянемо приклад заміни неідиоматичного конвенційного порівняння:

(11) *But the dream, which had seemed prophetic, refused to dissipate and hung like a poisonous vapor...* (Tartt, 2013, p. 310).

Але сновидіння, яке здавалося мені пророчим, не розвіювалось і висіло в повітрі, наче отруйний дим... (Tartt, 2016, p. 634).

Порівняння *hung like a poisonous vapor* не зафіксоване в ідиоматичних словниках. Дослівний переклад позначення концепту-провідника порівняння тексту оригіналу *отруйна пара* не спричинив би труднощів сприйняття читачами перекладу. Але перекладач вирішує зробити переклад більш природним і замінює концепт ПАР/ПАРА на ДИМ. Вибір перекладача не є продиктованим лінгвокультурною специфікою вихідного порівняння, оскільки воно спирається на загальнолюдські знання. Відтак вважаємо, що приклад демонструє стратегію **одомашнення**, яке є **повним**, проте **факультативним**.

Ідиоматичні порівняння найчастіше підлягають заміні:

(12) *Underneath those veils of theirs, a nun is bald as an egg* (Atwood, 2009, p. 138).

Черниці під тими їхніми серпанками лисі, як коліно (Etvud, 2018, p. 166).

В оригіналі *вибрита голова* черниці порівнюється з яйцем. В українській мові є фразеологізм *лисий як коліно* (Akademichnyi tlumachnyi slovnyk ukrainської movy, 1970-1980), який відображає концептуальну систему носія української культури. Відтак перекладач обирає саме це більш природне порівняння і тим самим замінює вихідний концепт-провідник EGG/ЯЙЦЕ на концепт-провідник української культури КОЛІНО. Стратегію кваліфікуємо як **повне примусове одомашнення**, оскільки результатом її застосування є заміна когнітивної моделі порівняння, викликана незбіжністю лінгвокультурних моделей вихідного і перекладеного порівнянь.

Процедури згортання, опущення та привнесення порівняння корелюють із стратегією одомашнення. Найчастіше згортаються, опускаються й додаються ідиоматичні порівняння.

Розглянемо приклад застосування процедури **згортання** ідиоматичного порівняння:

(13) *It's dark as hell and pouring rain and you're drunk out of your skull* (Tartt, 2015, p. 231).

Надворі темно хоч в око стрель злива, і ти п'яний як чін (Tartt, 2017, p. 409).

Вислів (*as*) ... *as hell* є ідиоматичним порівнянням, яке “використовується для підкреслення опису неприємної характеристики” (*Cambridge English Dictionary, Translations & Thesaurus*, n. d.) і відзначається лінгвокультурною специфікою. Вихідне порівняння когнітивної моделі ЩОСЬ ТЕМНЕ Є ЯК ПЕКЛО втрачається в українському перекладі. Передається лише смисл порівняння. Таке рішення перекладача пояснюється тим, що в американській культурі для підкреслення непроглядної темноти використовується концепт ПЕКЛО, а в українській мові – розлад ЗОРУ/СЛІПОТА. Перекладач зміг зберегти ідиоматичність оригінального вислову за допомогою підбору українського фразеологізму *хоч в око (в очі) стрель*, який означає “зовсім нічого не видно, дуже темно” (Khoch v oko strel – Frazеолоhiia, n. d.). Стратегію перекладу кваліфікуємо як **повне примусове одомашнення**.

Наступним є приклад процедури **усунення ідіоматичного порівняння**:

- (14) *...leave a house untenanted, in Toronto anyway, and they're into it like a shot, having their drug parties or whatever. Satanic cults, she's heard* (Atwood, 2009, p. 240).
Залиш у Торонто дім без нагляду – і вони вже там зі своїми нарковечірками чи ще чимось (Etvud, 2018, p. 298).

В англійському реченні йдеться про те, що в зруйнованих будинках нерідко “збираються люди з вулиць” (Etvud, 2018, p. 298), наприклад, безпритульні або наркомани. Для акцентування швидкості, з якою ці люди заселяють руйновані будинки, автор тексту оригіналу вживає ідіому *like a shot*, що означає “дуже швидко і, можливо, схвильовано” (The Free Dictionary, n. d.) і порівнює їхні дії з *пострілом*: ХТОСЬ ШВИДКИЙ Є ЯК ПОСТРІЛ. Перекладач опускає позначення концепту-провідника порівняння, передаючи лише частину тексту, що йому передуює. Цей приклад представляє **повне примусове одомашнення**, оскільки перекладацьке рішення диктується лінгвокультурною специфікою оригіналу і приводить до втрати порівняння відповідної когнітивної моделі.

Розглянемо приклад **привнесення ідіоматичного порівняння**:

- (15) *When I came back in, doing up my cufflinks, I stopped dead in the middle of the room to see him standing head bent at the bedside, intent upon assembling a pistol* (Tartt, 2013, p. 337).
Коли я повернувся до них, застібаючи запонки, то спинився посеред кімнати як укопаний: Борис стояв, нахилившись над ліжком, і збирав пістолет (Tartt, 2016, p. 688).

Англійський вираз *stop dead* є ідіомою, що означає “негайно або раптово повністю зупинитися” (The Free Dictionary, n. d.). Український словник Kyiv Dictionary пропонує такий переклад фрази *stop dead/short*: *раптово зупинити, раптово (різко) зупинитися* (Kyiv Dictionary, 2020). Проте перекладач вирішує використати процедуру привнесення порівняння когнітивної моделі Дехто, хто раптово спинився є як укопаний. Фразеологізм *як укопаний* має значення “нерухомо, непорушно, застигнувши на місці” (Як укорануї – Frazeolohiia, n. d.). Задіяну стратегію кваліфікуємо як **повне факультативне одомашнення**.

Наші спостереження узагальнюємо схемою 1, на якій унаочнюємо кореляції між перекладацькими процедурами і стратегіями перекладу.

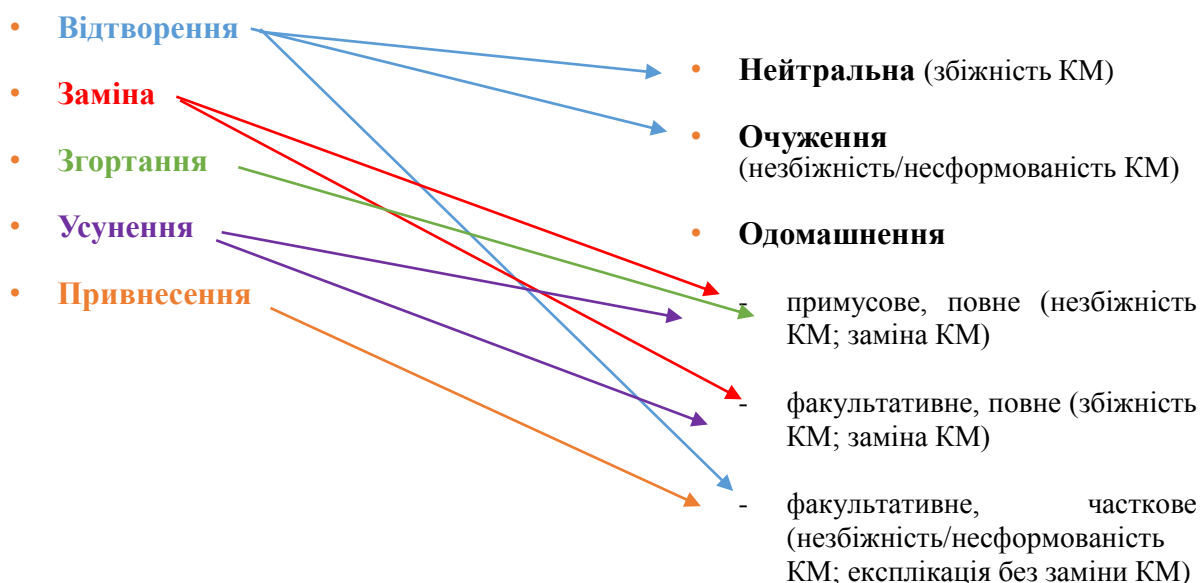


Схема 1. Кореляції між перекладацькими процедурами і стратегіями перекладу (КМ – концептуальна модель)

4. Висновки

Методика когнітивного перекладацького аналізу надає інструменти для пояснення когнітивних процесів, що стоять за перекладацькими рішеннями та усуває суб'єктивність у визначенні стратегій перекладу.

Дані когнітивного аналізу англо-українських перекладів художніх порівнянь дозволяють дійти таких висновків.

Процедура відтворення порівняння втілює різні перекладацькі стратегії в залежності від типу порівняння і наявності/відсутності його лінгвокультурної специфіки. Відтворення конвенційних порівнянь, когнітивні моделі яких спираються на загальнолюдське знання, а також оригінальних порівнянь, що базуються на індивідуальному баченні світу, корелює з нейтральною стратегією перекладу. Відтворення алюзивних порівнянь за допомогою транскодування (відтворення форми) або буквального перекладу (відтворення змісту) є реалізацією стратегії очуження, оскільки когнітивні моделі таких порівнянь закорінені на субкультурному знанні, що утруднює розуміння алюзії. У випадку додавання коментаря, що прояснює смисл алюзії, стратегія очуження нейтралізується одомашненням.

Процедури заміни, згортання, опущення та привнесення порівняння корелюють зі стратегією одомашнення. Якщо перекладацьке рішення диктується незбіжністю або несформованістю когнітивних моделей порівнянь в культурах оригіналу і перекладу через їх лінгвокультурну специфіку, таке одомашнення називаємо примусовим. Якщо ж перекладач вдається до заміни, згортання або опущення порівняння, яке спирається на збіжні когнітивні моделі, таке одомашнення кваліфікуємо як факультативне. З іншого боку, одомашнення є повним, якщо його результатом є заміна когнітивної моделі порівняння і частковим, якщо концепти моделі специфікуються або пояснюються, проте модель залишається незміною.

Перспективи майбутніх досліджень пов'язуємо з проведенням кількісного аналізу задля встановлення кількісних співвідношень між процедурами і стратегіями англо-українського перекладу художніх порівнянь.

References

- Akademichnyi tlumachnyi slovnyk ukraïnskoi movy* [Academic dictionary of Ukrainian]. (1970–1980). Kyiv: Naukova dumka. Retrieved from: <http://sum.in.ua/>.
- Akhmedova, E. D. (2021). Zamina kohnityvnykh modelei anhlovnykh khudozhnikh porivnian v ukraïnskykh perekladakh [Replacement of English fiction simile mappings in Ukrainian translations]. *Zbirnyk naukovykh prats "Pivdennyi arkhiv (filolohichni nauky)"*, 87, 78-84. <https://doi.org/10.32999/ksu2663-2691/2021-87-12>
- Akhmedova, E. D. (2020). Zamina kohnityvnykh modelei anhlovnykh khudozhnikh porivnian v ukraïnskykh perekladakh [Strategies of English-Ukrainian translation of fiction simile: cognitive analysis]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytet*, 2, 92-99. <https://doi.org/10.32999/ksu2663-3426/2020-2-13>
- Cambridge English dictionary, translations & thesaurus* (n.d.). Retrieved August 10, 2021, from <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/английский/as-as-hell>
- Bassnett, S., & Lefevere, A. (1990). *Translation, history and culture*. London: Printer Publishers. Retrieved from <https://catalogue.nla.gov.au/Record/1768029>
- Fauconnier, G. (1997). *Mappings in thought and language*, Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139174220>
- Hilman, E. H., Ardiyanti, K., & Pelawi, B. Y. (2013). Translation of similes in F. Scott Fitzgerald's novel 'the Great Gatsby'. *Jurnal Ilmu dan Budaya "ILMU dan BUDAYA"*, 1, 45-62. Retrieved from <http://journal.unas.ac.id/ilmu-budaya/article/view/135>
- Kendenan, E. S. (2017) Simile & Metaphor in translation: a study on students' translation of Amy Tan's 'Two Kinds' short story. *Language Circle: Journal of Language and Literature*, XI(2), 107–116. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/LC/article/view/9583>

- Khoch v oko strel – Frazеологія [Though an arrow in the eye – Phraseology]. (n. d.). *Horokh*. Retrieved August 30, 2021, from <https://goroh.pp.ua/Фразеологія/хоч%20в%20око%20стрель>
- Kovalenko, L., & Martynyuk, A. (2018). *English container metaphors of emotions in Ukrainian translations*, *Advanced Education*, 10, 190-197. <https://doi.org/10.20535/2410-8286.142723>
- Kovalenko, L., & Martynyuk, A. (2021). Verbal, visual, and verbal-visual puns in translation: cognitive multimodal analysis. *Cognition, communication, discourse*, 22, 27-41. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-22-02>
- Kushyna, N. I. (1998). *Vidtvorennia etnomovnoho komponenta ukrainskykh narodnykh kazok v anhlomovnykh perekladakh* [Reproduction of ethnographic component of Ukrainian folk tales in English translations]. Unpublished extended abstract of doctoral dissertation, Kyivskiy natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka. Retrieved from <http://www.lib.ua-ru.net/inode/3284.html>
- Kyiv Dictionary (2020). Retrieved August 5, 2021, from https://www.kyivdictionary.com/uk/?q=stop%20dead/short&from_lang=en&to_lang=uk
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago and London: The university of Chicago press.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2003). *Metaphors we live by*. London: The university of Chicago press. Retrieved from <https://www.textosenlinea.com.ar/libros/Lakoff%20y%20Johnson%20%20Metaphors%20We%20Live%20By%20-%201980.pdf>
- Langacker, R. W. (1987). *Foundations of cognitive grammar Volume I: Theoretical Prerequisites*. Stanford: Stanford University Press. Retrieved from <https://www.sup.org/books/title/?id=2203>
- The Free Dictionary* (n.d.). Retrieved from <https://idioms.thefreedictionary.com/like+a+shot>
- Mohammed, E. T. (2017). Simile as a translation problem. *Adab-Al-Farahidi Journal*, 31(15), 563-77. Retrieved from <https://www.iasj.net/iasj/download/95d5921711929006>
- Molchko, O. O. (2015). *Khudozhnie porivniannia yak katehoriia perekladoznavstva (na materialii ukrainskoi ta anhliiskoi mov)* [Artistic simile as a category of translation studies (in Ukrainian and English)]. Unpublished candidate dissertation, Lvivskiy natsionalnyi universytet imeni Ivana Franka (in Ukrainian).
- Narodni prykmety / Narodni porivniannia [Folk signs / Folk similes]. (n. d.). *Aforyzmy*. Retrieved August 28, 2021, from http://aphorism.org.ua/subrazd.php?page=5&pages_block=1&rid=3&sid=25
- Newmark, P. A. (1988). *Textbook of Translation*. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press. Retrieved from https://www.academia.edu/30902708/A_TEXTBOOK_OF_TRANSLATION_W_MRtt_SHANGHAI_FOREIGN_LANGUAGE_EDUCATION_PRESS
- Papadoudi, D. (2010). *Conceptual metaphor in English popular technology and Greek translation*. Unpublished thesis of doctoral dissertation in the Faculty of Humanities, University of Manchester. Retrieved from <https://www.escholar.manchester.ac.uk/uk-ac-man-scw:86786>
- Pierini, P. (2007). Simile in English: from description to translation. *Circulo de Linguistica Aplicada a la Communication*, 29, 21-43. Retrieved from <https://webs.ucm.es/info/circulo/no29/pierini.pdf>
- Pohlig, J. A. (2006). *Cognitive Analysis of Similes in the Book of Hosea*. Unpublished thesis of doctoral dissertation, University of Stellenbosch. Retrieved from https://www.academia.edu/43727738/A_Cognitive_Analysis_of_Similes_in_the_Book_of_H_OSEA
- Ramli, W. N. H. W. (2014) The translation of simile in The Hunger Games novel: Translation strategies. *Synergizing Knowledge on Management and Muamalah: E-proceedings of the Conference on Management and Muamalah (CoMM 2014)*, 26-27 May 2014. Selangor, 373-8. Retrieved from <http://conference.kuis.edu.my/comm2014/e proceedings/C037%20THE%20>

TRANSLATION%20OF%20SIMILE%20IN%20THE%20HUNGER%20GAMES%20NOVEL%20TRANSLATION%20STRATEGIES.pdf

- Rebrii, O. V. (2012). *Suchasni kontseptsii tvorchosti u perekladi [Modern conceptions of creativity in translation]*. Monograph, Kharkiv: KhNU imeni V. N. Karazina (in Ukrainian). Retrieved from <https://www.univer.kharkov.ua/images/redactor/news/2013-03-01/Rebrij.pdf>
- Rebrii, O., & Tashchenko, G. V. (2019). Cultural Specifics of Precedent Names as a Factor of Cognitive Equivalence in Translation. *Cognition, communication, discourse*, 18, 119-128. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2019-18-09>
- Schäffner, Ch. (2004). Metaphor and translation: some implications of a cognitive approach. *Journal of Pragmatics*, 36, 1253-1269. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2003.10.012>
- Sdobnikov, V. V. (2011). Strategiya perevoda: obshchee opredelenie [Translation strategy: general definition]. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*, Issue 1, 166-172 (in Russian). Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-perevoda-obshchee-opredelenie/viewer>
- Shuttleworth, M. (2017). Studying scientific metaphor in translation: An inquiry into cross-lingual translation practices. *Terminology*, 23(2), 285–292. <https://doi.org/10.1075/term.00008.wan>
- Shvejcer, A. D. (1988). *Teoriya perevoda: Status, problemy, aspekty [Theory of the translation: Status, problems, aspects]*. Moscow: Nauka (in Russian).
- Star Wars. (n.d.). *Darth Vader*. Retrieved August 1, 2021, from <https://www.starwars.com/databank/darth-vader>.
- The Free Dictionary*. (n. d.). Retrieved August 5, 2021, from <https://idioms.thefreedictionary.com/stop+dead>
- Tarasova, A. V. (2017). *Vidtvorennia anhliiskykh komparatyvnykh frazeolohizmiv intensyfikatoriv v ukrainskykh perekladakh [Reproduction of English comparative phraseologisms of intensifiers in Ukrainian translations]*. Unpublished extended abstract of doctoral dissertation, Dnipropetrovsk (in Ukrainian).
- Tsepeniuk, T. O. (2011). Vidtvorennia avtorskykh peretvoren komparatyvnykh frazeolohichnykh odynyts intensyfikuiuchoho znachennia ukrainskoiu movoiu [Reproduction of the author's transformations of comparative phraseological units of intensifying meaning in Ukrainian]. *Studia Methodologica*, 32, 67-71 (in Ukrainian).
- Venuti, L. (2001). Strategies of Translation. *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*, 240–244. Retrieved from <https://docenti.unimc.it/m.montironi1/teaching/2019/21338/files/introduzione-lingua-inglese-e-teoria-della-traduzione/strategies-of-translation>
- Vinay, J.-P., & Darbelnet, J. (1958). *Stylistique comparée du français et de l'anglais*. Paris: Didier.
- Yak ukopanyi – Frazeolohiia [As buried – Phraseology]. (n. d.). *Horokh*. Retrieved August 5, 2021, from <https://goroh.pp.ua/Фразеологія/як%20укопаний>
- Zorivchak, R. P. (1983). *Frazeolohichna odynytsia yak perekladoznachcha katehoriia (na materialy perekladiv tvoriv ukrainskoi literatury anhliiskoiu movoiu) [Phraseological unit as a translation category (on the material of translations of Ukrainian literature into English)]*. Monograph, Publishing House of Lviv Polytechnic National University (in Ukrainian). Retrieved from <https://www.twirpx.com/file/2964738/>

Sources for illustrations

- Atwood, M. (2009). *The Blind Assassin*. Kettering: Virago Press.
- Etvud, M. (2018). *Sliypi ubyvtisia [Blind Assassin]*. Kharkiv: Knyzhkovyi Klub “Klub Simeinoho Dozvillia”.
- Tartt, D. (2016). *Shchyhol [The Goldfinch]*. Kharkiv: Knyzhkovyi Klub “Klub Simeinoho Dozvillia”.
- Tartt, D. (2017). *Taiemna istoriia [The secret history]*. Kharkiv: Knyzhkovyi klub “Klub Simeinoho Dozvillia”.

Tartt, D. (2013). *The Goldfinch*. New York: Little, Brown and Company.

Tartt, D. (2015). *The Secret history*. New York: Vintage.

COGNITIVE TRANSLATION ANALYSIS OF FICTION SIMILE

Alla Martynyuk

Doctor of Sciences (Linguistics), Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University
(4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine);

e-mail: allamartynyuk@ukr.net; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2804-3152>

Elvira Akhmedova

Ph.D. candidate at Mykola Lukash Translation Studies Department
of V. N. Karazin Kharkiv National University (4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine);

e-mail: elvira.akhmedova.96@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4515-4359>

Abstract

This paper introduces a method of cognitive translation analysis of English-Ukrainian translation of fiction simile. Our analysis of Ukrainian and foreign research on fiction simile translation has revealed that such papers are mostly based on traditional structural-semantic translation analysis. Cognitive translation analysis of fiction simile, which allows identifying cognitive models that underpin simile functioning in speech and affect its translation, has been done in very few papers and therefore it requires developing. This paper aims at establishing correlations between linguacultural specificity or, conversely, similarity of cognitive models of English fiction similes and a choice of a translation strategy to render English similes into Ukrainian. The research sample consists of 1200 English similes, collected from Tartt's novels, *The Goldfinch* and *The Secret History*, and Atwood's novel, *The Blind Assassin*, and their Ukrainian translations, performed, respectively, by Shovkun, Stasiuk, and Oksenyuk. Achieving this goal involves fulfilling the following tasks: 1) identifying and comparing cognitive models of English similes and their Ukrainian translations; 2) revealing translation procedures used to render fiction similes – retention, replacement, reduction, omission or addition; 3) establishing correlations between translation procedures and translation strategies – the foreignization strategy and the domestication strategy. A fiction simile is addressed as an explicit conceptual metaphor structured by a propositional model (A is like B), where A is the target concept / domain representing the entity that is compared, B is source the concept / domain representing the entity to which the target is compared (its language / speech instantiation is called a vehicle). Simile can also explicate the characteristic, which is the basis for comparison (A (target) is like B (source / conductor) by characteristic B). Conducting the translation analysis, we take into account the type of fiction simile. We distinguish between conventional simile, grounding on universal knowledge, and original simile, reflecting individual knowledge and creative imagination of an author. Among conventional similes, we differentiate between allusive similes that are mostly based on subcultural knowledge, and idiomatic similes that can be based on both universal and culturally specific knowledge embodied in idioms. Our cognitive translation analysis led to the following conclusions. Retention of similes realizes different translation strategies depending on the type of the simile and the presence / absence of its linguacultural specificity. Retention of conventional and original similes correlates with neutral translation strategy, as neither the former nor the latter has linguacultural specificity that would indicate the inconsistency of their cognitive models and thus constrain the translator's choice, causing a translation problem. Retention of allusive similes can also correlate with neutral strategy if the allusion is part of universal knowledge although more often retention of allusive simile realizes foreignization strategy as such similes are based on subculturally specific knowledge and thus rest on cognitive models that are unestablished in the minds of most representatives of both cultures. If a translator adds a commentary, foreignization is neutralized by domestication. Replacement, reduction, omission or addition of similes correlate with domestication, which can be compulsory if English and Ukrainian similes are based on different cultural cognitive models, or optional if they are based on similar cognitive models. Moreover, domestication can be complete if the simile cognitive model is replaced or partial if the concepts of the model are specified or explained, but the model remains unchanged. These results call for further research, specifically, conducting a quantitative analysis to establish quantitative correlations between the procedures and strategies of English-Ukrainian translation of fiction similes.

Key words: cognitive translation analysis, fiction simile, linguaculture, translation procedure, translation strategy.

КОГНИТИВНЫЙ ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ СРАВНЕНИЙ

Алла Петровна Мартынюк

доктор филологических наук, профессор,

Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина

(площадь Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина);

e-mail: allamartynyuk@ukr.net; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2804-3152>

Эльвира Джавадовна Ахмедова

аспирант кафедры переводоведения имени Николая Лукаша

Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина

(пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина);

e-mail: elvira.akhmedova.96@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4515-4359>

Аннотация

В статье предложена методика когнитивного переводческого анализа англо-украинского перевода художественных сравнений. Анализ отечественных и зарубежных исследований перевода художественных сравнений обнаружил, что в большинстве своем такие исследования базируются на структурно-семантическом переводческом анализе. Когнитивный переводческий анализ художественных сравнений, позволяющий выявить когнитивные модели, которые санкционируют функционирование сравнений в речи и влияют на их перевод, осуществляется в немногочисленных работах и требует углубления. Целью статьи является выявление корреляций между лингвокультурной спецификой или, наоборот, сходством когнитивных моделей англоязычных художественных сравнений и стратегиями их украинского перевода. Материалом исследования является 1200 англоязычных сравнений, изъятых из двух романов Тартт, *Щегол* и *Тайная история*, и романа Этвуд *Слепой убийца*, и их украинские переводы, созданные, соответственно, Шовкуном, Стасюком и Оксенич. Достижение поставленных целей предусматривает: 1) построение и сопоставление когнитивных моделей английских сравнений и их украинских переводов; 2) выявление переводческих процедур, применяемых для передачи художественных сравнений – воссоздание, замена, сворачивание, устранение или привнесение; 3) установление корреляций между переводческими процедурами и стратегиями перевода – стратегией отчуждения и стратегией одомашнивания. Художественное сравнение рассматривается как эксплицитная концептуальная метафора, описываемая пропозициональной моделью (А есть как Б), где А является концептом/доменом цели, представляющим сущность, которую сравнивают, Б – концептом/доменом источника, представляющим сущность, с которой сравнивают (его языковое/речевое воплощение также называют проводником). Сравнение может эксплицитно признавать, по которому оно осуществляется (А (цель) есть Б (источник/проводник) по признаку В). В процессе переводческого анализа учитывается тип художественного сравнения: разграничиваются конвенциональные сравнения, основанные на общечеловеческом знании, и оригинальные сравнения, отражающие индивидуальное знание и креативное воображение автора художественного произведения. В группе конвенциональных сравнений различаются аллюзивные сравнения, в основном основанные на субкультурном знании, и идиоматические сравнения, которые могут опираться как на общее, так и на лингвокультурно специфическое знание, воплощенное в идиомах. Проведенный когнитивный переводческий анализ позволил сделать следующие выводы. Процедура воссоздания сравнения реализует разные переводческие стратегии в зависимости от типа сравнения и наличия/отсутствия его лингвокультурной специфики. Воссоздание конвенциональных и оригинальных сравнений коррелирует с нейтральной стратегией перевода, поскольку ни те, ни другие не обладают лингвокультурной спецификой, которая свидетельствовала бы о несовпадении их когнитивных моделей и ограничивала бы выбор переводчика, создавая переводческую проблему. Воссоздание аллюзивных сравнений тоже может коррелировать с нейтральной стратегией, если аллюзия является частью общего знания, хотя чаще воссоздание аллюзивных сравнений реализует стратегию отчуждения, поскольку они опираются на субкультурно специфическое знание и соответствующие когнитивные модели могут быть несформированы как у носителей лингвокультуры оригинала, так и у носителей культуры перевода. В случае добавления комментария стратегия отчуждения нейтрализуется одомашниванием. Процедуры замены, сворачивания, устранения и привнесения сравнения коррелируют со стратегией одомашнивания, которая может быть принудительной, если

англоязычные и украинские сравнения опираются на несовпадающие культурно специфические когнитивные модели, или факультативной, если они опираются на схожие когнитивные модели. С другой стороны, одомашнивание может быть полным, если оно приводит к замене когнитивной модели сравнения, или частичным, если концепты модели специфицируются или объясняются, однако модель остается неизменной. Перспективы работы связываем с проведением количественного анализа для установления количественного соотношения между процедурами и стратегиями англо-украинского перевода художественных сравнений.

Ключевые слова: лингвокультура, когнитивный переводческий анализ, переводческая процедура, стратегия перевода, художественное сравнение.

Cognition, communication, discourse. 2021, 23: 87-98.
<http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

<https://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-06>
Received 25.09.2021; revised and accepted 06.12.2021

UDC 811.111'42

THE EVOLUTION OF THE ENGLISH SMALL TALK: A COGNITIVE-PRAGMATIC ANALYSIS

Iryna Shevchenko

Doctor of Sciences in Linguistics, Professor,
V. N. Karazin Kharkiv National University (4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine);
e-mail: iryna.shevchenko@karazin.ua; ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2552-5623>

Yuliia Matiukhina

PhD in Linguistics, Associate Professor,
V. N. Karazin Kharkiv National University (4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine);
e-mail: j.matiukhina75@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4994-0752>

Maria Liudvika Drazdauskienė

Doctor Hab., Professor,
Wszelchnica Polska, Higher School in Warsaw,
(1, Defilad pl., Pałac Kultury i Nauki, Warszawa, 00-901 Poland);
e-mail: liudvika@drazdauskiene.lt

Article citation: Shevchenko, I., Matiukhina, Y., & Drazdauskienė, M. L. (2021). The evolution of the English small talk: a cognitive-pragmatic analysis. *Cognition, communication, discourse*, 23, 87-98.
<http://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-06>

Abstract

Since Malinowski defined small talk as a communicative mode – the establishment of human bonds or communion, abundant studies have supplied numerous data about its cultural contexts, social and phatic function, participants and topics of small talk, conversational routines and etiquette mores etc. Nevertheless, some aspects of small talk, both its historical and contemporary procedures, still lack clarification. Lately, a new linguistic approach of cognitive pragmatics has made possible to take inquiry into cognitive-intentional and social-cultural aspects of the communicative behavior of small talk. In this paper, we have worked out an integrative framework for cognitive-pragmatic analysis of small talk underpinned by the ideas of historical pragmatics. We implemented this framework in the analysis of small talk as a case study of English fiction of the 17th–21st centuries culled from the BNC database. We aimed to find out evolutionary trends of small talk in English and to describe the underlying change of English ethos, politeness principles, in particular. Our findings have revealed the following historically stable and variable characteristic features of small talk: the former mainly concern people's communion as a universal value, the latter reflect procedural communication patterns and requirements of a particular community. We argue that small talk is a meta-communicative (accompanying informative communication) form of behavior that satisfies human needs for social cohesiveness; its cultural conceptualization depends upon the prevailing social-cultural values and changes throughout history. We hope this study may shed light on small talk as a type of communicative behavior that occurs both in fiction and in other contexts.

Key words: small talk, English, evolution, historical pragmatics, cognitive pragmatics

1. Introduction

It is generally acknowledged that people as social beings are in want of communion. Malinowski (1936, p. 316) defined such communicative behavior as 'phatic communion', that "<...> serves to establish bonds of personal union between people brought together by the mere need of

companionship and does not serve any purpose of communicating ideas". In Homes' (2003, p. 65) parlance, small talk "oils the social wheels".

From different theoretical viewpoints, researchers described linguistic pragmatic (Senft, 2009; Pocheptsov, 2009; Shevchenko, 2015), sociopragmatic (Coupland, 2003; Holmes, 2014), gender (Mullany, 2006), psychologic (Kardas et al., 2021), cross-cultural (Pullin, 2010; Schneider, 2012) and other related features of phatic communication. Within phatic discourse, they single out small talk aimed at establishing and developing speech contact; the main topics of small talk are of universal and neutral nature, it avoids 'taboo topics'; its general tone is friendly, calm and neutral.

Cultural studies (Drazdauskienė, 2021; Mak & Chui, 2013) show how much phatic communication owes to culture and how much it reflects ethos and ethic norms. Culture is the customs, beliefs, rules, knowledge, etc. developed at a given period by members of a society and stored in their construal of the world. Cultural linguistics (Sharifian, 2017) studies individual and group communication, phatic practices included. As a vivid manifestation of culture, politeness principles are in the focus of analysis of both small talk and various means of phatic communication (Chen, 2019).

Since culture changes throughout history, the ethic norms, politeness principles, and communication practices are subject to historical variation. Recent diachronic studies of phatic communication and small talk, in particular (Belous, 2010; Drazdauskienė, 2021; Matyukhina, 2004; 2014), have revealed historical transformations of its topics, discourse strategies of ritualized behavior, their frequency in discourse, and other issues. Nevertheless, there are some questions that still need clarification: the periodization of the English small talk, causes and trends of its historical changes, and phatic speech formulas typical of certain periods.

In the latest decade, seminal insights into cognitive pragmatics (Schmid, 2012) have drawn scholars' attention to the interface of cognition (conceptualization) and linguistic pragmatics (communication) as rooted in philosophical, action-theoretical and sociological approaches (Shevchenko, 2017). At the same time, the pivotal work of Jucker and Taavitsainen (2020) on historical pragmatics suggested analytical tools for describing the transgressions of manners and norms of polite communicative behavior while Culpeper and Kytö (2000) shed light on the problem of data in historical pragmatics.

In this paper, we aim to combine a cognitive-pragmatic and historical pragmatic approaches to small talk and to trace its changes in English. We hypothesize, on the one hand, a tendency for small talk to evolve throughout history as a result of the underlying change of English ethos, politeness principles, in particular; on the other hand, this evolution embraces stable and variable characteristic features; the former concern a universal value of people's communion, the latter reflect procedural patterns of communicative behavior based on changing cultural conceptualization of ethic norms.

To prove this hypothesis, we will first elaborate the framework of our analysis and then define evolutionary stages of small talk in English. We hope the analysis of the historical shift in cultural conceptualization of ethic norms and the study of patterns of communicative behavior will help us explain the main tendencies in small talk evolution. Our analysis is a case study of the 17th – 21st centuries English fiction.

2. Methods and material

Situations in discourse differ conforming to the criterion of prevailing functions. In some speech events, participants aim to exchange 'serious' meaningful and conceptual information, while in others, socializing function predominates. Accordingly, the former is described as communication proper, and the latter as phatic or meta-communication, a subsidiary discourse type. Metacommunication elucidates both cases of metatext or Wierzbicka's Natural Semantic Metalanguage, and cases of social rituals that create social bonds known as phatic communication.

Malinowski (1936), having laid the foundations for the analysis of social communication, described the phatic function in a very sketchy way, believing that a person has an inherent desire for sociality. (Cf. Aristotle's famous argument that "man is by nature a social animal"). In Malinowski's parlance, words in phatic function are used not to convey meaning but to fulfil a social function of building a rapport by mere exchange of words. By phatic communication, Malinowski meant only the initial phase of establishment of speech contact. Building on this idea, Jakobson (1960, p. 353-357), who included the phatic function in his system of linguistic functions, did not limit it to just the contact implemented in the exchange of ritualized formulas, but rather viewed it as entire dialogues with the mere purport of continuing communication and maintaining social bonds.

Phatic communication accompanies rendering factual information and consists of microsystems – discursive events corresponding to different stages of interaction: the establishment of speech contact, contact maintenance, and contact completion. These microsystems are represented by speech-processing 'auxiliary' metacommunicative elements, or phatic speech acts that serve (a) to establish social bonds – greetings, introductory utterances; (b) to maintain speech contact – formulas of attention control, hedges, filler words; (c) to politely close the conversation – farewell utterances and formulas. According to Coupland (2014), conversation openings and closings have ritualized nature; they all take part in providing social bonds at different stages of small talk. Pocheptsov (2009, p. 475), who uses the term 'metacommunicative' for phatic function, claims that

Socio-, psycho-, and physiological characteristics of verbal communication condition implementing the metacommunicative function in the process of communication, along with the communicative one. In the act of verbal interaction and in the resulting text, two following aspects can be distinguished, respectively: communicative aspect (the aspect of transmission and reception of the message per se) and metacommunicative aspect (in this case, the aspect of regulating verbal interaction in communication process). Taking into account the three phases of communication, the latter can be represented as contact opening (establishing)—contact maintenance—contact closing means (translation is ours – I. S., Y. M., & M.-L. D).

The explorations of social functioning of small talk reveal its context and social-cultural dependence. "What is conversationally achieved by and for participants through small talk is likely to be different depending on the specific contextual constitution of the speech event, and this is as true for cultural context as it is for context in its more local sense" (Coupland, 2003, p. 1). As an embodiment of society ethos, culture presents a system of historically variable ethic values, rules, and norms of communicative behavior, dominated by specific politeness principles.

Brown and Levinson (1988) built their theory of politeness on Hoffman's notion of face and distinguished between positive and negative politeness principles. Their theory is based on observations of communicative practices in the West (Ameca & Terkourafi, 2019) and culturally oriented at European ethics. In European culture, the dominant politeness principles historically vary from positive in the Early Modern English period to negative in the present-day English; as Jucker (2012) puts it, from 'discernment' in Old English to positive in Early Modern and 'Non-Imposition politeness' in present-day English, while the eighteenth-century is dominated by 'compliment' culture (Jucker, 2012). This shift accounts for the transformation of etiquette norms of communicative behavior on the whole and phatic practices, in particular.

Though small talk can be an indicator of in/appropriate behavior and un/successful socialization, it is not a type of universal behavior (Mak & Chui, 2013). It occurs only when there is a social and cultural need for it and transforms with the development of ethos. To trace the evolution of small talk in this article, we build on the principles of historical pragmatics and trace small talk through the history of English since the 17th century when it emerged. According to Jucker and Taavitsainen (2000, p. 92),

Speech acts have to be seen in a multidimensional pragmatic space that they share with neighbouring speech acts. Specific realizations are therefore context-specific, culture-specific and time-specific. Moreover it is not only the realization that changes over time but the underlying speech function may change too.

Our study focuses on the changing cultural grounding and the changing ways in which small talk and related phatic speech acts are realized.

At the interface of pragmatics and cognitive linguistics, cognitive pragmatics examines the impact of cognitive factors, such as speaker's intentions, etc., on language use in interaction (Schmid, 2012). Cognitive pragmatics is "a sub-paradigm of linguistic pragmatics, which integrates cognitive and communicative (pragmatic) issues within a functional megaparadigm" (Shevchenko, 2017, p. 307). The cognitive research vector is inherent in traditional pragmatics that has always been focused on mental processing of information. According to Carston (2002, pp. 128-129), "Pragmatics is a capacity of the mind, a kind of information-processing system, a system for interpreting a particular phenomenon in the world, namely human communicative behavior".

To analyze the transformations of ethos throughout history we also address cultural linguistics (Sharifian, 2017). It helps to trace cultural conceptualization of phatic communicative behavior according to the etiquette norms of a certain period.

3. Results and discussion

Small talk has long been one of linguistic genres, an integral part of secular etiquette and communicative culture of middle and upper classes. In Europe, the genre of small talk took shape at the royal courts and nobility parlors during the Enlightenment. The eighteenth century is considered as the golden age of small talk, but we trace its roots earlier, in the seventeenth-century England. Under the Renaissance, the need for social rapport was stimulated by social, cultural and economic conditions. The most common reasons for the emergence of small talk is economic growth, the development of culture, and its further humanization. Among stereotyped topics of aristocratic small talk, there were personal issues, gossip about friends and relatives, marks of a game of wits, and humor (example 1):

- (1) *BENVOLIO. Good morrow, cousin.*
ROMEO. Is the day so young?
BENVOLIO. But new struck nine.
ROMEO. Ay me, sad hours seem long.
Was that my father that went hence so fast?
BENVOLIO. It was. What sadness lengthens Romeo's hours?
ROMEO. Not having that which, having, makes them short.
BENVOLIO. In love?
ROMEO. Out. (W. Shakespeare. Romeo and Juliet)

In Early Modern English, the ritualized conversation openings included: questions *How now?*; *How dost thou (How do you?)*; *How fare you?*; *How goes the day with us?*; *How is it with you?*; wishes *Good morrow (day, even)*; *With all my heart to you*; *You're very welcome*; *You very well met*; *Happily (well, fairly) met*; *Well be-met*; *Peace to this meeting*; *Good day, and happiness*; *Health and fair time of day*; *health to you all*; *Well be with you*; *I greet thee well*; *All hail good morrow*; *Hail to thee. Welcome*. At the initial stage of speech interaction, typical of this period were formulaic blessings: *God ye good morrow (day, even)*; *God be wi' you*; *God save you*; *The Gods preserve ye!*; *God save the king!*; *God see you*; *God bless thee*; *God give you hail*; *God 'ild you for your last company* (Matyukhina, 2004, p. 214).

Contact-maintenance formulas were mainly of appealing character: *Oh; Listen; Look; Here! you know; you see; Oh, hey; Here!; I say; Look here*; sometimes there were hedges (*well, hm*) or conatives (*true*).

The ritualized conversation closings featured the following: wishes *I wish your highness a quiet night; I shall desire more love and knowledge to you; Peace be with you; I wish you much mirth; A kind good night to all; A thousand times good night; Prosperity be thy page; All happiness to your honour; Be strong and prosperous; Fare you well; we bid farewell*; interjections *Adieu; Farewell; Hey-day*; and typical of this period blessings: *God be wi' you; God ye good den; The Gods preserve you both; The Gods keep you; God save thee; Heaven bless you, and prosper your affairs, and send us peace; The Gods assist you and keep your honour safe; Be bless'd for your good comfort; Heaven strengthen thee* (Matyukhina, 2004, p. 219).

The English Restoration and the ideology of new aristocracy with their behavioral patterns of libertinism gave another stimulus for the development of small talk that reached its peak in the eighteenth century. Social and cultural changes rooted in a colonial empire brought great wealth to England: the development of the manufactory boosted free capital, as well as its rapid distribution and practical application. Industrial development also nurtured the middle class, who were eager to coalesce into the culture of the bourgeoisie and its communicative practices.

It was the time when large groups of people visited houses of aristocracy and bourgeoisie, where they were entertained by hunting, music, and literature. Eloquence, gourmet food and conversation were the hallmarks of the English top in the eighteenth century. Poetry, travel, theater, newspapers, and books shaped the culture of the emerging 'higher society' and established new etiquette rules. In privileged position, representatives of higher society felt entitled to emphasize their social status not only via the material tokens of wealth, but also by their manners and communicative practices, small talk, in particular.

In the period of the Enlightenment, polite standardized speech becomes a hallmark of the social class. Communicative behavior, and the skills of small talk, became a factor of social stratification of society that split the top into urban hereditary aristocracy (nobility), rural aristocracy (gentry), and middle class, including wealthy citizens that strived for their social prestige. French borrowings, characteristic of the language of English aristocracy, became tokens of a privileged social class. In small talk (example 2), young ladies, both of noble and bourgeois descent, boast of their neighbors and the estate; they use French borrowing *beaux* and emotional adjectives, verbs, and adverbs *prodigious, beautiful, smart, admire, and excessively*:

- (2) *'Norland is a prodigious beautiful place, is not it?'* added Miss Steele.
'We have heard Sir John admire it excessively,' said Lucy, who seemed to think some apology necessary for the freedom of her sister.
'I think every one must admire it,' replied Elinor, *'who ever saw the place; though it is not to be supposed that any one can estimate its beauties as we do'. And had you a great many smart beaux there I suppose you have not so many in this part of the world; for my part, I think they are a vast addition always.* (J. Austen, *Sense and Sensibility*)

The repertoire of stereotyped small talk topics is very diverse. People opted for the following:

- mutual acquaintances, news and gossip concerning relatives and friends;
- news of high society, sports news;
- morals, education, and children's behavior;
- entertainment and arts: theater, painting, music, literature;
- nature: weather, landscape, climate;
- hobbies: horse riding, music lessons, collecting, hunting, traveling, etc.

At the same time, politics, religion, and finance were taboo topics for speech events of small talk.

Drazdauskienė (2012, p. 5) maintains that even though the initial meaning for phatic utterances might seem trivial and aimed to maintain the rapport, the speech event suggests a deeper meaning, i.e. information about interaction participants. This corresponds to indexical or referential (in Jakobson's terminology) function of phatic communion. In example (3) below, Mrs. Bennet is talking over a ball with Miss Lucas and their communication is not a mere gossip since it renders information of the would-be marriage partners:

(3) *You began the evening well, Charlotte," said Mrs. Bennet with civil self-command to Miss Lucas.*

"You were Mr. Bingley's first choice."

"Yes; but he seemed to like his second better."

"Oh! you mean Jane, I suppose, because he danced with her twice. To be sure that did seem as if he admired her—indeed I rather believe he did—I heard something about it—but I hardly know what—something about Mr. Robinson."

"Perhaps you mean what I overheard between him and Mr. Robinson; did not I mention it to you? Mr. Robinson's asking him how he liked our Meryton assemblies, and whether he did not think there were a great many pretty women in the room, and which he thought the prettiest? and his answering immediately to the last question—'Oh! the eldest Miss Bennet, beyond a doubt, there cannot be two opinions on that point.'"

*"Upon my word! Well, that was very decided indeed—that does seem as if—but, however, it may all come to nothing, you know." (J. Austen, *Pride and Prejudice*)*

In the eighteenth century, the ritualized conversation openings are less diverse, they include: questions *How is it (with you)?; How dost thou?; How have you been this century?; How now?; How do you do?;* wishes *Health and the happiness of many days attend upon your grace; Come most wished for; With all my heart to you; I joy to meet thee alone; You are (heartily) welcome;* interjections *Hail, Welcome, Goodmorrow (day);* and a few blessing formulas: *God give ye good morrow (day, even); God save you; God bless you* (Matyukhina, 2004, p. 215).

Contact-maintenance formulas, besides appellatives and hedges, were replenished with conatives. Phrases like *All right; You mean; You know; I see; Yes; yes-yes; sure; exactly; true; Indeed; Well said* strengthened the involvement of interlocutors and their mutual intention to maintain social rapport.

In the eighteenth century, the range of closing formulas is the smallest and limited to blessings *Heaven strengthen thee; God b'w'you; God give you good morrow (day, even); Praise the lord;* wishes *Take courage; Fare thee well;* and occasional interjections *Good day (even, night); How now; Adieu; Farewell* (Matyukhina, 2004, p. 220).

In example (4) below, the small talk takes place at lady Sneerwell's. It illustrates ironic and game-like character of such speech events in the eighteenth century aristocratic parlors. It also reveals cultural conceptualization of aristocrats' manners and communicative behavior. Their small talk (4) is full of irony (*Mercy...*), mockery (*ensorious, bad, they will allow...*), hedges (*I dare swear*), and conative utterances (*'Tis very true, indeed*):

(4) *Enter SIR PETER*

SIR PETER. Ladies, your obedient—Mercy on me—here is the whole set! a character's dead at every word, I suppose.

MRS. CANDOUR. I am rejoiced you are come, Sir Peter—they have been so censorious and Lady Teazle as bad as any one.

SIR PETER. That must be very distressing to you, Mrs. Candour I dare swear.

MRS. CANDOUR. O they will allow good Qualities to nobody—not even good nature to our Friend Mrs. Pursy.

LADY TEAZLE. *What, the fat dowager who was at Mrs. Codrille's [Quadrille's] last Night?*

LADY SNEERWELL. *Nay—her bulk is her misfortune and when she takes such Pains to get rid of it you ought not to reflect on her.*

MRS. CANDOUR. *'Tis very true, indeed.* (R. B. Sheridan. *The School For Scandal*)

Jaworski (2014) claims the pivotal role of small talk for breaking silence, which establishes links of fellowship, and likens it to breaking bread and the communion of food. In example (5), Mrs. Higgins tries to involve Eliza Doolittle in a general conversation at her evening party and uses the topic of weather:

(5) *A long and painful pause ensues.*

MRS. HIGGINS [at last, conversationally] *Will it rain, do you think?*

LIZA. *The shallow depression in the west of these islands is likely to move slowly in an easterly direction.* (B. Shaw. *Pygmalion*)

In the present-day English, in small talk they deploy opening formulas as questions *How are you?; How are you tonight?; How do you feel?; How are you doing?; How are things going/with you?; How is it going?; How have you been?; Are you doing Okay?; Have you been okay?; How are you feeling getting on/managing?; How goes it with you?; How're things?;* interjections *Good morning (afternoon, evening); Hiya (Hi to you); Hi; Hello (Hallo, Hullo); Hey; Welcome;* and occasional greetings *Greetings!; Greetings and felicitations/salutations!; You are welcome* (Матюхина, 2004, p. 216).

The range of present-day contact-maintenance formulas is the most various since the 17th century and besides phrases used in the previous periods, includes those of clarification *I mean; You know;* hesitations *well; I mean; so to say; that is; hm; mm; er; eh;* conatives *All right; OK; surely; (Excellently) Well said; Good; Fine; I see; I agree; That's understood; Yeah; mhm; uh – huh;* and such new forms of conversation feedback as questions of attention control (*Can) you hear me? Are you with me? Are you listening to me?* (Matyukhina, 2004, p. 217-218).

In the last five centuries, the closing phatic rituals demonstrate the most dramatic changes as compared to openers and contact-maintenance rituals. With their scarcity in the Enlightenment English, in the 20th – 21st centuries their range has grown. Among the prevailing closing phatic formulas there are wishes: *Good luck; I wish you well; Good luck and all that sort of thing; Be careful; Have a good time; Have a nice day; Take care; Take it easy;* and interjections *Good bye; Good night (morning, evening, afternoon); Salute; So long; See you; See you later; See you in a few hours; See you in the morning (in the evening); Tomorrow. Whenever. Bye for now; Fine evening. Cheerio; Ciao; Bye; Farewell.* Closing blessings are no longer typical and examples like *God bless you* are rather an exception than a rule (Matyukhina, 2004, p. 221).

Throughout its evolution, phatic discourse has always been the embodiment of the principles of politeness, which vary from epoch to epoch. In the phatic discourse of the 17th – 21st centuries, negative politeness qualitatively dominates. Among historically stable strategies, there are three negative politeness strategies and four positive politeness strategies that realize speakers' intentions of solidarity, respect, involvement in communication (Matyukhina, 2004, p. 143-144). In Brown and Levinson's terminology, they are:

- P1 – notice, attend to hearer's interests, wants, goods;
- P3 – intensify interest to hearer;
- P4 – use in-group identity markers;
- P7 – presuppose, raise, assert common ground;
- N2 – question, hedge;
- N5 – give deference;
- N7 – impersonalize speaker and hearer.

Example (6) illustrates discourse strategies N2 (*is not he?*), N5 (*Mr. Bingley*), N7 (*those persons who fancy themselves...*), P1 (*What an agreeable man...*, *So genteel...*), and P3 (*He has always...*):

- (6) *What an agreeable man Sir William is, Mr. Bingley—is not he? so much the man of fashion! So genteel and so easy! He has always something to say to everybody. That is my idea of good breeding; and those persons who fancy themselves very important and never open their mouths, quite mistake the matter.*” (J. Austen, *Pride and Prejudice*)

In small talk, strategies of negative politeness are mostly stable, while positive politeness strategy P4 historically varies: it loses frequency in discourse and its forms change in accordance with the demands of changing etiquette norms (Matyukhina, 2004, p. 185-186), since forms of addressing feature historically variable cultural norms (Drazdauskienė, 2021).

Though phatic communication is usually interpreted via politeness principles, Schneider (2012) argues that ‘appropriateness’ and ‘inappropriateness’ are more salient notions than ‘politeness’ and ‘impoliteness’ or ‘rudeness’. This seems to account for the cases of using rude language in small talk. As Chen (2019, p. 52) puts it, an apparently impolite utterance in a situated context sometimes may be used to render messages that differ from that of genuine impoliteness, as in the case of jocular abuse. In small talk, jocular abuse is a complex interactional practice doing various kinds of face work simultaneously. For example, at lady Sneerwell’s (example 7), men don’t hesitate to use ‘strong’ language as harmless jokes in the following small talk:

- (7) *LADY SNEERWELL. Nay, positively, we will hear it.*
SURFACE. Yes—yes the Epigram by all means.
SIR BENJAMIN. O plague on't unkle—'tis mere nonsense—
CRABTREE. No no; 'fore gad very clever for an extempore!
SIR BENJAMIN. But ladies you should be acquainted with the circumstances. You must know that one day last week as Lady Betty Curricle was taking the Dust in High Park, in a sort of duodecimo Phaeton—she desired me to write some verses on her Ponies
 (R. B. Sheridan. *The school for scandal*)

In today’s digital world, phatic communication over the telephone, on the Internet, etc. is no less important to maintain social bonds, but its forms and mechanisms are changing:

Phatic communication is a relevant discourse mechanism that takes place in social interactions, allowing for an easier, stress-free dynamic that aids in the establishment and maintenance of social bonds with a wide variety of individuals across the social spectrum, and thus its functionality continues to be of high importance today. Its different uses, on the other hand, makes phatic communication a versatile tool that enables users to become more or less engaged in the communicative encounter based on their desires and needs.

When we turn to social media in particular, phatic communication is shown as a very helpful communicative tool that assists in the maintenance of a variety of networks users can have online. In the same way as in the offline setting, phatic communication online eases the beginning of an interaction, and provides certainty about the outcome. Its formulaic nature allows for facility of use and works as a convenient tool for bond management through one's networks. (Manzo, 2014, p. 232)

This evidence of online phatic communication assumes a tendency of small talk evolution: its nature has not changed but its forms have become and will be more and more versatile.

4. Conclusions

We argue that small talk is a metacommunicative (accompanying informative communication) type of communicative behavior that satisfies human needs for social cohesiveness; its cultural conceptualization depends upon the prevailing social-cultural values and changes throughout history.

In this article, the integrative cognitive-pragmatic analysis of small talk underpinned by the ideas of historical pragmatics has revealed cognitive-intentional and social-cultural nature of small talk. Its cognitive-intentional features include: first, its communicative goal that is pleasant communion, desire to entertain and please interlocutors; secondly, the stereotyped roles and etiquette-predetermined politeness strategies; thirdly, the limited scope of conversation topics; fourthly, its competitive and game nature that boosts the deployment of irony and wordplay.

Social-cultural nature of English communicative behavior analyzed in this paper is featured in terms of several periods as small talk originated in the 17th century, reached its peak in the 18th century, and partially lost some of its characteristic features in the 19th–21st centuries. We claim that small talk has historically stable and variable characteristic features. The former mainly concern people's communion as its main aim and a universal value, the latter reflect changing topics and historically transformed dominant politeness principles. Though negative politeness strategies steadily dominate in small talk and their frequency grows throughout history, positive politeness strategies lose their frequency in the 19th–21st century discourse and change their forms. Small talk as a discourse genre also undergoes changes from oral and written interaction in traditional cultures to online interactive practices in a modern digital culture. Historical variation affects all semantic-functional subtypes of phatic speech acts: ritualized formulas of openings, closings and contact-maintenance speech acts conform with cultural conceptualization of social community at a given epoch and changing politeness principles; the variety of these acts expands by the 18th century and narrows by the 21st century.

We hope, this study may shed light on the understanding of small talk as communicative behavior featured not only in fiction but also in other contexts, both in real and virtual discourse.

References

- Ameka, F. R., & Terkourafi, M. (2019). What if...? Imagining non-Western perspectives on pragmatic theory and practice. *Journal of Pragmatics*, 145, 72-82. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2019.04.001>
- Belous, A. S. (2010). Evolyuciya zhanra svetskoj besedy (small-talk) [The evolution of the genre of small talk]. Manuscript: N-Novgorod.
- Bondarenko, I. V. (2018). Kharkiv linguistic school. Heritage. Alexander Potebnja. *Cognition, communication, discourse*, 16, 13-24. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2018-16-01>
- Brown, P., & Levinson, S. (1988). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Carston, R. (2002). Linguistic Meaning, Communicated Meaning and Cognitive Pragmatics. *Mind and Language*, 17(1-2), 127-148. <https://doi.org/10.1111/1468-0017.00192>
- Chen, X. (2019) "You're a nuisance!": "Patch-up" jocular abuse in Chinese fiction. *Journal of Pragmatics*, 139, 52-63. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2018.10.015>
- Coupland, J. (2014). *Small talk*. Hoboken: Taylor and Francis. (Original work published 2000). <https://doi.org/10.4324/9781315838328>
- Coupland, J. (2003). Small talk: Social functions. *Research on Language & Social Interaction*, 36(1), 1-6. https://doi.org/10.1207/S15327973RLSI3601_1
- Culpeper, J., & Kytö, M. (2000). Data in Historical Pragmatics: Spoken interaction (re)cast as writing. *Journal of Historical Pragmatics*, 1(2): 175–199. <https://doi.org/10.1075/jhp.1.2.03cul>
- Drazdauskienė, M. L. (2021). On sparing representation of culture in one novel. IALS conference "A game of theories" (Vilnius, 22-24 October, 2021). Book of abstracts, p. 12.

- Drazdauskienė, M. L. (2012). The limits of implicature in the phatic use of English. *Man & The Word / Zmogus Ir Zodis*, 14(3), 4-10.
- Manzo, F., G., (2014). Talking big about small talk: a contemporary theoretical model for phatic communication. M.A. Thesis: Mount Saint Vincent University.
- Holmes, J. (2014). Doing collegiality and keeping control at work: Small talk in government departments. In Coupland, J. (Ed.), *Small talk*. Hoboken: Taylor and Francis.
- Holmes, J. (2003). Small talk at work: potential problems for workers with an intellectual disability. *Research on Language and Social Interaction*, 36(1), 65-84. https://doi.org/10.1207/S15327973RLSI3601_4
- Jakobson, R. (1960) Closing statement: Linguistics and poetics. In T. A. Sebeok (Ed.), *Style in language. Conference on Style, Indiana University* (pp. 353-357). Cambridge: Technology Press of Massachusetts Institute of Technology.
- Jaworski, A. (2014). Silence and small talk. In J. Coupland (Ed.), *Small talk*. Routledge (First published 2000).
- Jucker, A. H. (2012). Changes in politeness cultures. In T. Nevalainen, & E.C. Traugott (Eds.), *The Oxford Handbook of the History of English*. Online Publication Date: Nov 2012. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199922765.013.0036>
- Jucker, A., & Taavitsainen, I. (2000). Diachronic speech act analysis: Insults from flyting to flaming. *Journal of Historical Pragmatics*, 1(1), 67-95. <https://doi.org/10.1075/jhp.1.1.07juc>
- Jucker, A., & Taavitsainen, I. (Eds.) (2020). *Manners, Norms and Transgressions in the History of English: Literary and linguistic approaches [Pragmatics & Beyond New Series, 312]*. John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/pbns.312>
- Kardas, M., Kumar, A., & Epley, N. (2021). Overly shallow?: Miscalibrated expectations create a barrier to deeper conversation. *Journal of Personality and Social Psychology*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1037/pspa0000281>
- Mak, B. C. N., & Chui, H. L. (2013). A cultural approach to small talk: A double-edged sword of sociocultural reality during socialization into the workplace. *Journal of Multicultural Discourses*, 8(2), 118-133. <https://doi.org/10.1080/17447143.2012.753078>
- Matyukhina, Y. V. (2004). *Razvitie sistemy faticheskoy metakommunikacii v anglijskom diskurse XVI – XX vv. [The development of the phatic metacommunication system in the English discourse of the 16th – 20th cc.]*. Unpublished candidate dissertation, V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv (in Russian).
- Matyukhina, Y. V. (2014). Small talk yak riznovy`d anglijs`koyi faty`chnoyi metakomunikaciyi: aspekt diaxroniyi [Small talk as a variety of phatic metacommunication: diachronic aspect]. *Visnykh of V. N. Karazin Kharkiv national University. Series Philology*, 1102, 65-70 (in Ukrainian).
- Mullany, L. (2006). “Girls on tour”: Politeness, small talk, and gender in managerial business meetings. *Journal of Politeness Research*, 2(1), 55-77. <https://doi.org/10.1515/PR.2006.004>
- Potcheptsov, G. G. (2009). Faticheskaya metakommunikatsiya [Phatic metacommunicaton]. In I. S. Shevchenko (Ed.), *Izbrannyye trudy po lingvistike [Selected Works on Linguistics]* (pp. 469-475). Kharkov: Karazin University Press.
- Pullin, P. (2010). Small talk, rapport, and international communicative competence. *Journal of Business Communication*, 47(4), 455-476. <https://doi.org/10.1177/0021943610377307>
- Sharifian, F. (2017). Cultural Linguistics. *Ethnolinguistic*, 28, 34-61. <https://doi.org/10.17951/et.2016.28.31>
- Shevchenko, I. (2017). Had We Never Loved So Kindly: Conceptualisation of communicative behavior. In E. Chrzanowska-Kluczewska, & O. Vorobyova (Eds.), *Language – Literature – the Arts: A Cognitive-Semiotic Interface. Series: Text – meaning – context: Cracow Studies in English Language, Literature and Culture* (pp. 307-320). Frankfurt-am-Mein: Peter Lang. <https://doi.org/10.3726/b10692>

- Shevchenko, I. S. (2015). Sootnoshenie informativnoj i faticheskij funkcij kak problema ekolingvistiki. [The correlation of the informational and phatic functions a problem of ecolinguistics]. *Cognition, communication, discourse*, 10, 114-132 (in Russian). <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2015-10-08>
- Schmid, H. -J. (Ed.). (2012). *Cognitive pragmatics (Handbook of pragmatics 4)*. Berlin: Mouton de Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110214215>
- Schneider, K. P. (2012). Appropriate behaviour across varieties of English. *Journal of Pragmatics*, 44, 1022-1037. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2011.09.015>
- Senft, G. (2009). Phatic communion. In G. Senft, J.-O. Östman, & J. Verschueren (Eds.), *Culture and Language Use* (pp. 226–233). Amsterdam: John Benjamins. Published online: 25 June 2009 <https://doi.org/10.1075/hoph.2.20sen>

Sources for illustrations

- Austen, J. (1998). *Pride and prejudice*. Retrieved from <https://www.gutenberg.org/files/1342/1342-h/1342-h.htm>
- Austen, J. (1994). *Sense and sensibility*. Retrieved from <https://www.gutenberg.org/files/161/161-h/161-h.htm>
- Shakespeare, W. (2012). *The tragedy of Romeo and Juliet*. Retrieved from <https://www.gutenberg.org/cache/epub/1112/pg1112.html>
- Shaw, B. (2003). *Pygmalion*. <https://www.gutenberg.org/files/3825/3825-h/3825-h.htm>
- Sheridan, R. B. (1999). *The school for scandal*. Retrieved from <https://www.gutenberg.org/files/1929/1929-h/1929-h.htm>

ЕВОЛЮЦІЯ АНГЛІЙСЬКОЇ SMALL TALK: КОГНІТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ

Ірина Шевченко

доктор філологічних наук, професор, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна (4, майдан Свободи, Харків, 610022, Україна);
e-mail: iryna.shevchenko@karazin.ua; ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2552-5623>

Юлія Матюхіна

кандидат філологічних наук, доцент, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна (4, майдан Свободи, Харків, 610022, Україна);
e-mail: y.v.matyukhina@karazin.ua; ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4994-0752>

Марія Людвіка Драздаускенė

доктор філологічних наук, професор,
Вшехніца Польська Школа Вища в Варшаві (пл. Дефілад 1, 00-901 Варшава, Польща)
e-mail: liudvika@drazdaukiene.lt

Анотація

Відтоді, як Малиновський визначив small talk (світську бесіду) як особливий вид комунікації – створення людських зв'язків чи спільності, численні дослідження надали різні дані про культурні контексти small talk, її соціальну та фатичну функції, учасників та теми, конверсаційні шаблони, етикетні установки і т. д. Проте деякі аспекти small talk, її історичні та сучасні процедури, досі не отримали пояснення. Останнім часом становлення нового лінгвістичного підходу когнітивної прагматики дозволило виробити нову методологію, яка дає змогу досліджувати когнітивно-інтенціональні та соціокультурні аспекти комунікативної поведінки small talk. У цій статті ми розробили основу когнітивно-прагматичного аналізу small talk, засновану на ідеях історичної прагматики. Ми реалізували цю методику в аналізі small talk на матеріалі англійської художньої літератури XVII–XXI століть, отриманої з бази даних BNC. Мета статті – виявити еволюційні тенденції small talk в англійській мові та описати зміни англійського етосу, що лежать в їх основі, зокрема, принципів ввічливості. Наші результати виявили історично стабільні та змінні характеристики small talk: перші переважно стосуються спілкування людей як універсальної цінності, другі відображають процедурні моделі спілкування та потреби конкретної спільноти. У статті

робиться висновок, що small talk – це мета-комунікативна форма поведінки, що супроводжує інформативне спілкування, яке задовольняє людські потреби у соціальній згуртованості; культурна концептуалізація small talk залежить від провідних соціокультурних цінностей та їх змін на протязі історії. У перспективі це дослідження може пролити світло на розуміння small talk як комунікативної поведінки, яка представлена не тільки в художній літературі, а й в інших контекстах.

ЭВОЛЮЦИЯ АНГЛИЙСКОЙ SMALL TALK: КОГНИТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Ирина Семеновна Шевченко

доктор филологических наук, профессор, Харьковский национальный университет
имени В. Н. Каразина (4, пл. Свободы, Харьков, 61022, Украина);
e-mail: iryna.shevchenko@gmail.com; ORCID:

Юлия Владимировна Матюхина

кандидат филологических наук, доцент, Харьковский национальный университет
имени В. Н. Каразина (4, пл. Свободы, Харьков, 61022, Украина);
e-mail: j.matiukhina75@gmail.com; ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4994-0752>

Мария Людвика Драздаускенė

доктор филологических наук, профессор, Вшехница Польска Школа Высшая в Варшаве
(пл. Дефилад 1, 00-901 Варшава, Польша);
e-mail: liudvika@drazdauskiene.lt; ORCID:

Аннотация

С тех пор, как Малиновский определил small talk (светскую беседу) как особый вид коммуникации – создание человеческих связей или общности, многочисленные исследования предоставили различные данные о культурных контекстах small talk, ее социальной и фатической функциях, участниках и темах, разговорных шаблонах, этикетных установках и т. д. Однако некоторые аспекты small talk, ее исторические и современные процедуры, до сих пор не получили объяснения. В последнее время становление нового лингвистического подхода когнитивной прагматики позволило выработать новую методологию, которая дает возможность исследовать когнитивно-интенциональные и социокультурные аспекты коммуникативного поведения small talk. В этой статье мы разработали интегративную основу для когнитивно-прагматического анализа small talk, основанную на идеях исторической прагматики. Мы реализовали эту методику в анализе small talk на материале английской художественной литературы XVII–XXI веков, полученной из базы данных BNC. Цель статьи – выявить эволюционные тенденции small talk в английском языке и описать лежащие в их основе изменения английского этоса, в частности, принципов вежливости. Наши результаты выявили исторически стабильные и изменчивые характеристики small talk: первые, в основном, касаются общения людей как универсальной ценности, вторые отражают процедурные модели общения и потребности конкретного сообщества. В статье делается вывод, что small talk – это мета-коммуникативная форма поведения, сопутствующая информативному общению, которая удовлетворяет человеческие потребности в социальной сплоченности; культурная концептуализация small talk зависит от ведущих социокультурных ценностей и их изменений на протяжении истории. В перспективе данное исследование может пролить свет на понимание small talk как коммуникативного поведения, которое представлено не только в художественной литературе, но и в других контекстах.

Ключевые слова: small talk, английский язык, эволюция, историческая прагматика, когнитивная прагматика.

Cognition, communication, discourse, 2021, 23: 99-117.
<http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

<https://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-07>
Received 15.09.2021; revised and accepted 01.12.2021

УДК 811.111:811.161.2]’25

SUBJECTIVITY IN METAPHOR TRANSLATION: A CASE FOR RUSSIAN TRANSLATION OF ENGLISH METAPHORS OF DEPRESSIVE EMOTIONS

Olga Vakhovska

PhD in Linguistics, Associate Professor,
Kyiv National Linguistic University (Velyka Vasylkivska Street 73, Kiev, Ukraine, 03680);
e-mail: vakhovskayaolga@gmail.com; ORCID: 0000-0002-7720-0970

Article citation: Vakhovska, O. (2021). Subjectivity in metaphor translation: a case for Russian translation of English metaphors of depressive emotions. *Cognition, communication, discourse*, 23, 99-117. <http://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-07>

Abstract

This paper focuses on the theoretical concept of subjectivity in the translation of metaphors of depressive emotions in Styron’s *Darkness visible: A memoir of madness* into Russian. In the memoir, the author interprets his emotions and names them via metaphors; these interpretations are driven by images in the author’s mind. The hypothesis of this paper is that metaphor translation is substantiated by metaphor interpretations driven by the translator’s mental images.

An image-driven interpretation in translation is a creative act of giving a meaning to a word in the source language and of finding in the target language a word to capture this meaning. This act is driven by images “drawn” in the translator’s mind. Mental images are non-propositional objects in the mind but languages are devised to have propositional thought at their basis, which entails semantic losses to translation. These losses must be minimized by finding words in the target language that make optimal descriptions for mental images described by words in the source language first. In this paper, the subjectivity argument is used to show that these mental images are the translator’s but not the author’s. Subjectivity locks the translator into their own experiences only and overrides expectations of the translator’s and the author’s shared phenomenal consciousness.

This paper analyses Menikov’s translation of Styron’s metaphors. The pivot in this analysis is metaphorical creativity, with Menikov’s translation shown to be discrepant with the majority of Styron’s creative metaphors in terms of the images that drive the translator’s interpretations. The author’s many creative images prove transformed or lost in translation, which endorses subjectivity in metaphor translation and makes it possible to conclude that Menikov’s translation distorts many of W. Styron’s metaphors.

Key words: conceptual metaphor, interpretation, mental image, subjectivity, translation.

Words are like the film on deep water
L. Wittgenstein

1. Introduction

This paper focuses on the theoretical concept of subjectivity in metaphor translation and presents a case study of metaphors of depressive emotions in Styron’s *Darkness visible: A memoir of madness* translated into Russian. This paper treats the memoir as the author’s first-person verbal report, with acts of the author’s interpretation of his emotions followed by acts of him naming these emotions via metaphors. This paper assumes that interpretation of this kind is an image-like representation in the author’s mind and argues that image-driven interpretations make the core in metaphor translation.

In translation, an image-driven interpretation is a creative act (and the result of this act) of giving a meaning to a word in the source language (henceforth, SL) and of finding in the target language (henceforth, TL) the word to capture this meaning, which is driven by images ‘drawn’ in the translator’s mind by virtue of the mind’s representational content. An interpretation in translation rests on image-like mental representations converted into word meanings, and vice versa. In this conversion, the translator via the author’s words with their meanings ‘sees’ with the eye of their (the translator’s) mind the images that depict the author’s emotion and select in the target language the words that describe these images. In translation, therefore the content of the translator’s mind must be converted from phenomenal experience into propositional thought.

Mental images as visual objects in the mind are of no propositional structure, while natural languages are devised to have propositional thought at their basis (Chalmers, 2004; Kosslyn et al., 2006), which entails semantic costs to verbal communication and equally to translation as to communication with words across cultures. A translator is expected to use their imagination to minimize these costs by finding words in the target language that give mental images their optimal descriptions (Hubscher-Davidson, 2020). This paper adopts the subjectivity argument from Nagel (1974) and aims to show by means of a thought experiment that these images are available only to the translator who is a conscious subject, whose mind’s eye is able to ‘see’ the images. The eye of the translator’s mind is not alienable into that of the author to ‘see’ the images there.

Whereas a good translator might generally be able to take the author’s mental or experiential point of view and imagine what it is like to be this author, what it is like for this author/authors to be themselves will remain beyond the translator’s reach. Even if the translator metamorphosed gradually into the author, his mind still would not be innately wired as that of the author. This locks the translator into his subjective experiences only and overrides expectations of shared phenomenal consciousness in translation: a translator can only know what it is like to be himself. Knowledge of this kind comes as nature and nurture whose interplay in the translation of metaphors is discussed in this paper with reference to conceptual metaphor theory. In this paper, the optimality assumption resonates with the seminal approaches to metaphor translation proposed in the field (Kovalenko & Martynyuk, 2021; Schäffner, 2004).

This paper is a case study of Menikov’s translation of Styron’s metaphors of depressive emotions into Russian. The pivot in this present analysis as compared to other translation studies is the concept of metaphorical creativity (Kövecses, 2010); and the distinction between the author’s creative vs. conventional metaphors (Vakhovska, 2017c) will frame the discussion that follows. I hypothesize that Menikov’s translation of the author’s metaphors is discrepant in terms of the images that drive the translator’s vs. the author’s interpretations. The majority of the author’s creative images prove to be transformed or lost in translation, which makes it possible for this paper to speculate upon the translator’s metaphorical re-creativity as non-derivable from the creativity of the author.

The research agenda of this paper is interdisciplinary and bridges the domains of cognitive translation studies (Ahrens & Say, 1999; Rebrii & Tashchenko, 2019), cognitive linguistics (Kövecses, 2010; 2014; Shevchenko & Shastalo, 2021), and philosophy of mind. The focus on creative metaphors of depressive emotions in Styron’s memoir is intended to amplify the subjectivity conditions that this paper examines: (creative) metaphors with their notorious semantic vagueness and emotions as intrinsic phenomenal states of the human mind make good picks for the purposes of this paper. As Styron puts it, “Depression is a disorder of mood, so mysteriously painful and elusive in the way it becomes known to the self – to the mediating intellect – as to verge close to being beyond description” (Styron, 1992, p. 5).

This paper’s epigraph is a non-trivial metaphorical conceptualization of the mind in terms of deep water with words as a film on it. Words are the ‘film’ that coats the mind’s content. Shape and form of this film are suggestive of those of the content but never disclose the depths. In psychotherapeutic dream interpretation, deep water stands for the unconsciousness. Something stirs

this water from within for the author's depressed mind, and words are suggestive of this pathological condition. In this paper, I aim to answer the question of how deep the translator is able to 'go' into this water by shedding light on the problem of subjectivity in metaphor translation.

2. Emotions in depression and their intrinsic phenomenal properties

In popular opinion, depression is often understood as a disorder that involves solely a pathological amplification of negative emotions and a suppression of positive ones. For scientists, however, depression is a disorder that holds a variety of heterogeneous pathological subjective experiences, *depressive emotion experience*, identified with alterations and disturbances in fundamental human emotions, being only one of them (Ratcliffe, 2015). Equally meaningful for depression are transformed conceptualizations of time, of other people, of agency and free will, and some others.

In depression, the orderly and stable mind with its rationality, ability for reflection, embeddedness in the world, appropriate and proportionate emotions, and intact deliberation and decision making is replaced by the disorderly and unstable mind with its irrationality, conflicting motives and needs, disturbances of reality, social isolation, pathological emotion, and biased reasoning. Depression is a type of mental disorders with specific subjectively experienced changes in one's entire existence. These changes shape a different perception of the world and of oneself; they permeate the whole experience of the depression sufferer who is powerless to dissociate himself from them (Bathina et al., 2021). Figure 1 below shows emotion experience of depression in its relation to other phenomena of the kind:

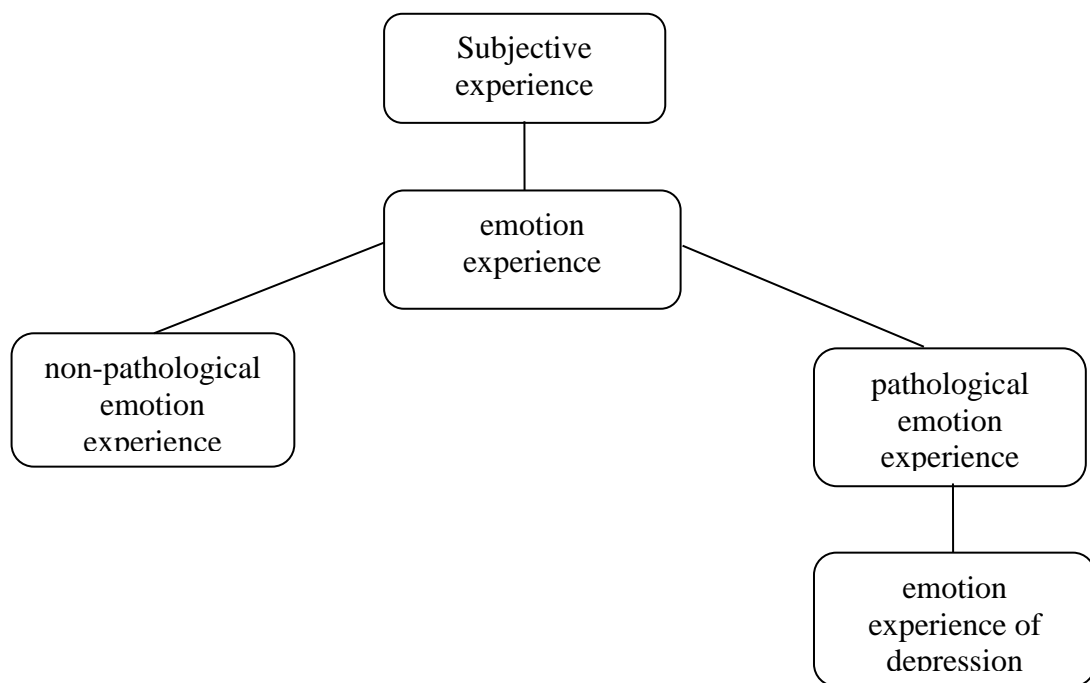


Figure 1. Emotion experience of depression among other subjective experiences

With Figure 1, I intend to capture the essential generic core of the many assorted views on emotion experience of depression found in scientific literature (see Vakhovska, 2017b, pp. 6-27 for an overview). This figure reads upwards:

- emotion experience of depression is not solitary in type of pathological emotion experiences; the other experiences of this type are, for example, emotion alterations and disturbances associated with schizophrenia, autism, and obsessive compulsive disorder. Pathology of emotion in depression is qualitatively distinct from that in the other mental disorders;

- classifying emotion as pathological is only possible against the background of healthy emotion. The relation of pathological, in particular depressive, vs. healthy emotion experience is that of two opposite poles within a single semantic continuum organized around human emotion;
- emotion is conceptualized as a distinct experience. It integrates into an individual's subjective experience as one of its varied instances and inherits its properties. Depressive emotion is an idiosyncratic, nonstative, heterogeneous, manifold, and indivisible experience (Bathina et al., 2021). It is ineffable in the sense that it is of no propositional structure, is difficult to verbally report on, and lends itself best to metaphorical description. First-person verbal reports on emotion experiences of depression are normally either raw accounts given by ordinary people or literary memoirs written by professional authors. This paper focuses on Styron's memoir (1992), whose metaphorical abundance makes it a good candidate for research.

3. Metaphor translation: mental images in one's minds' eyes

Emotions are inherently conscious representational states of the mind that have phenomenal, or what-it's-like, features: there is always something it is like to feel fear, to have a fit of anxiety, to experience joy, etc. (Nagel, 1974; Chalmers, 2004). This is phenomenal consciousness (Block, 2008).

First-person verbal reports on emotions are acts of awareness followed by acts of naming. Awareness allows a particular emotion to emerge into consciousness as a distinct and coherent experience available to the interpretive mind. Awareness transforms the emotion and lets its salient features only emerge into emotion concepts: emotion is "a sort of experience-in-itself that cannot normally be captured except through awareness, which forms and shapes it and therefore changes it" (Charland, 2005, p. 246). Emotion names with their meanings expose only salient features in the emotion concepts and thus transform the emotion further (Vakhovska, 2017a).

Despite this, first-person verbal reports remain "the most reliable and possibly only window that researchers have on conscious, subjective, emotional experience" (Barrett, 1996, p. 47). A first-person verbal report is always integral to the emoter's experience; he cannot take his emotion experience apart from his awareness and interpretation of this experience. In (Vakhovska, 2017c), I showed that this interpretation is driven by metaphorical images. In this paper, I rely on insights from (Vakhovska & Jusuk, 2021) and argue that image-driven interpretations make the core in metaphor translation.

An image-driven interpretation in translation is a creative act (and the result of this act) of giving a meaning to a word in the SL and of finding in the TL the word to capture this meaning, which is driven by images "drawn" in the translator's mind by virtue of their mind's representational content (cf. 'images' in (Morgan, 2018)). An interpretation in translation rests on image-like mental representations converted into word meanings and vice versa. In this conversion, the translator via the author's words with their meanings must see with the translator's mind's 'eye' the images that depict the author's emotion and select in the TL the words that describe these images: in translation, the content of the translator's mind is converted from phenomenal experience into propositional thought, cf. the experience of seeing that this page is white vs. the thought that this page is white.

Whereas mental images as visual objects in the mind are of no propositional structure, natural languages are devised to have propositional thought at their basis, which entails semantic costs to verbal communication and equally to translation as to communication with words across cultures. A good translator will minimize these costs by finding words in the TL that make for mental images their optimal descriptions. Translator's art is Aesopian in nature and requires acumen, wisdom, and sapience in professional matters so that interpretations in translation capture the spirit of the content and transfer this spirit cross-culturally via words of the SL and the TL.

There is a question: whose emotion do the images that the translator sees with his mind's eye depict? And in whose mind does he 'see' these images? The fact that this is translation, i.e. a re-

creative activity, makes one presume that these are the author's mind and emotion but to accept this presumption is to claim that the eye of the translator's mind is alienable from his into the author's mind, which is very counterintuitive. The subjectivity argument holds that any phenomenal experience is available only to this conscious subject who experiences it: Nagel (1974) shows that whereas humans might generally be able to take the bat's mental or experiential point of view and imagine what it is like to be a bat, what it is like for a bat to be a bat will remain beyond human reach. Even if a human metamorphosed gradually into a bat, their form and nature still would not be innately wired as those of bats: they would only be able to experience bats' behaviors but not the bat's mode of consciousness, not the workings of the bats' mind.

As a rule, translators of fiction are individuals with well-developed imaginations (Susam-Saraeva, 2021). Whereas a good translator might generally be able to take the author's mental or experiential point of view and imagine what it is like to be this author, what it is like for this author to be himself will remain beyond the translator's reach. Even if the translator metamorphosed gradually into the author, his mind still would not be innately wired as that of the author: he would only be able to experience the author's behavior but not the workings of the author's mind. This locks the translator into his subjective experiences only and overrides expectations of shared phenomenal consciousness in translation: the translator can only know what it is like to be himself. Knowledge of this kind comes as nature and nurture whose interplay in metaphor translation is discussed below.

4. What makes metaphor translation difficult?

A conceptual metaphor is comprehending the target domain A through a source domain B, which is based on the set of mappings between elements of A and elements of B (Kövecses, 2014). To know a conceptual metaphor means to know this set of mappings.

Theoretically, in metaphor translation the mappings, individually and in the set, are substantiated with precision in the cross-cultural transfer. Practically, however, metaphor translation proves the rule of thumb and notorious case-by-case heuristics. This is explained by the sophisticated interplay of universal and variable factors in metaphor generation, interpretation, and use. The figure below captures these factors.

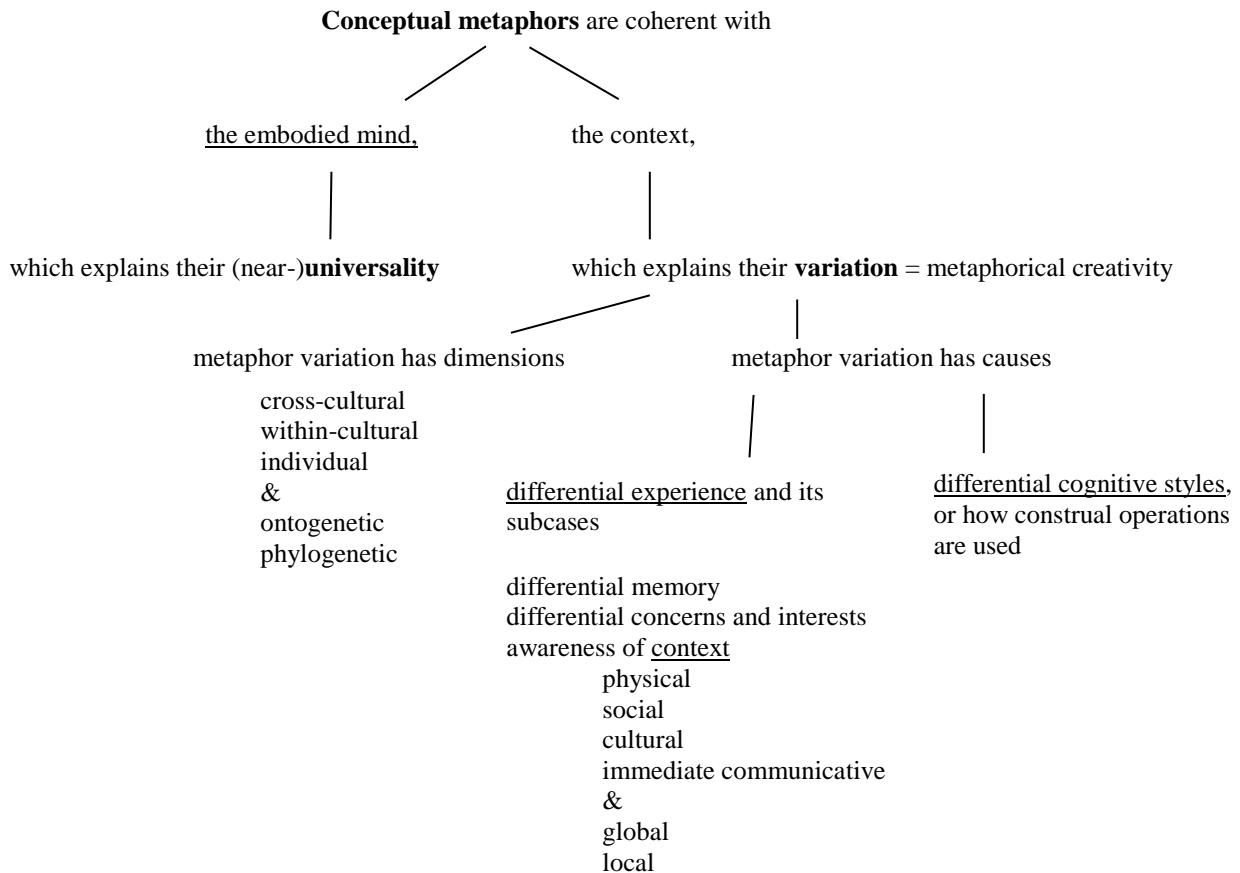


Figure 2. Universals and variables that shape metaphor translation

Figure 2 is based on Kövecses' (2014) assumptions that metaphorical concepts are motivated and at the same time constrained by the human embodiment and by the context. On this wise, metaphors, though their nature is highly emergent, are always under the varying pressure of coherence. Tenably, the embodied mind explains cultural (near-)universality of certain metaphorical concepts that prove easy to translate. Conversely, various contexts make one enter a multitude of possible worlds, which causes systematic difficulties in metaphor translation. Metaphor variation relates to metaphorical creativity; hypothetically, amounts of metaphorical creativity are proportional to amounts of difficulty in metaphor translation.

The overriding factors introduced into metaphor translation by contexts prevail. This makes it hardly possible to generalize over more or less prescriptive principles of metaphor translation. In my discussion in particular the theoretical concept of accuracy is postponed because of its flavour of perfection, cf. *accurate* "free from error or defect; consistent with a standard, rule, or model; precise; exact" (*Roget's 21st century dictionary and thesaurus*, n.d.). Hypothetically, an accurate metaphor translation would require that certain conditions match perfectly:

- the use of the same source and target domains characterized by exactly the same set of mappings, with the implication that the metaphorical entailments, the metaphorical range and scope also match and obey similar conceptual constraints imposed on this metaphor by the invariance principle;
- the use of the same literal and figurative meaning;
- the use of the same or a similar cultural background (Kövecses, 2014).

I believe that only a few cases, if any, will sit on this match and that the theoretical locution must be that of an optimal vs. suboptimal metaphor translation instead of an accurate vs. inaccurate

one, with the understanding that optimality is a graded concept that ranges from completely optimal through more or less optimal to suboptimal cases.

5. Metaphors and approaches to their translation: heuristic virtues made of necessity

The optimality assumptions I make resonate with the seminal solution-focused approaches to metaphor translation discussed by theorists and practitioners in the field (Bassnett, 1991; Larson 1984; Newmark, 1988). These approaches are:

(A) Metaphor → Metaphor. The original metaphor is preserved in translation. This direct translation is the case with metaphors that are exactly equivalent both in the SL and TL. They have the same intended meanings and evoke the same mental images (Bassnett, 1991). They are often (near-)universal metaphors, which makes them natural in both cultures with the same interpretation therein (Larson, 1984). A non-metaphorical expression can sometimes accompany such metaphors in order to explain and support their intended meaning (Newmark, 1988). *You are my sun*, for example, is a metaphorical expression whose translation is effortless because of the universal embodiment in humans.

However, in the view that “potential resemblances between entities are legion, but what helps (triggers, prompts, etc.) us (to) choose a source domain would be some contextual factor” (Kövecses, 2010, p. 682), a presumably universal metaphor might acquire a non-universal interpretation that needs cognitive effort. Indeed, *Juliet is the sun* in W. Shakespeare’s *Romeo and Juliet* might steer a modern male to the interpretation *She is sexually hot*, which is altogether legitimate, though based on an overriding contextual factor. Similarly, *The sun will rise at 9* might mean the time of a terrorist attack, provided the peculiar context (Prof. Dr. K.-U. Kühnberger, personal communication, September 2019). This train of thought brings case-by-case heuristics into the otherwise straightforward approach to metaphor translation.

(B) Metaphor₁ → Metaphor₂. In approach (B), the original metaphor is substituted with a different metaphor in translation. This substitution causes no cultural clash (Newmark, 1988) and occurs when no equivalent metaphor is found in the TL. The metaphorical image is substituted by an image that delivers the same or a similar interpretation (Bassnett, 1991). Sometimes, a non-metaphorical expression accompanies the metaphor to support its interpretation (Larson, 1984).

In translation, metaphor might well be substituted by a simile that, although less emotive than the metaphor, preserves both the original image and the intended interpretation, cf. *She is a bee* and *She is as busy as a bee*. The mapping of conceptual domains is absent in similes, and I choose to exclude them from the data set in this paper.

(C) Metaphor → non-Metaphor. In approach (C), the metaphor in translation is substituted with a literal non-metaphorical paraphrase that describes the image and explains the meaning of the metaphor. In metaphors, metaphor paraphrases expose their grounds. In a paraphrase, the metaphorical image is lost, and what actually is translated is the intended meanings but not the metaphor (Larson, 1984; Newmark, 1988; Bassnett, 1991). A paraphrase is never meaning-neutral with respect to the original metaphor (see Searle, 1979). It loses some part in the intended meaning and robs the metaphor of its image and rich interpretation, cf. *He is a fox* vs. *He is cunning and sly* (Ahrens & Say, 1999).

Under this approach, metaphors in translation can sometimes be altogether omitted as untranslatable or redundant, which seems to be a borderline case.

6. Styron’s metaphors in their Russian translation

In this section, I suggest an analysis of how metaphors of depressive emotions from Styron (1992) are translated by Menikov into Russian in (Stayron, 2013). The pivot in this analysis is metaphorical (re-)creativity that sustains my belief that interpretations in translation are driven by mental images the translator ‘sees’ with his mind’s eye. Metaphors of emotions in Styron (1992) include conventional and creative concepts (Vakhovska, 2017b, pp. 69-77), and I use this distinction to

frame my analysis. This is the standpoint of the possible world I am in now, and my evaluation of metaphorical concepts for amounts of their creativity and for the translation approaches to them cannot be, and is not intended as, the last and exhaustive word of truth.

Out of the total eighty-seven metaphorical concepts in Styron (1992), two are completely unconventional, twenty-six are more or less unconventional, and fifty-nine are completely conventional¹ (see Vakhovska, 2017b for definitions and a literature review on metaphorical creativity). Below, there is an account of these concepts with reference to the particular approach used by Menikov to translate the linguistic manifestations of each concept from English into Russian. For each of the emotion concepts in my data, I suggest a narrative that describes the mental image ‘I’ (a watcher-researcher) ‘see’ with my mind’s eye in my interpretation of this fragment in the memoir.

Altogether, there are three images for each fragment that my account is intended to join: one is that ‘seen’ by Styron as the author who describes his phenomenal states via metaphors, and the other two are Menikov’s and mine (a watcher-researcher’s) as the translators who via the author’s words take his experiential point of view and imagine what it is like to be an author – depression sufferer. As translators, we are locked into our subjective experiences and can only know what it is like to be ourselves. Our interpretations of Styron’s phenomenal states described in metaphors are our best guesses; and from our experiential points of view, we use Russian words to describe to the Russian reader of the memoir what it feels like for Styron to experience these states. The mental images would not fail to vary since there are eyes of three different minds that ‘see’ them.

The narratives come with relevant citations from (Styron, 1992) and from (Styron, 2013), and on this wise I set out to answer two major questions: (1) if Menikov preserves Styron’s images in metaphor translation; (2) what approaches Menikov uses to translate Styron’s metaphors.

The SL text comprises completely unconventional, more or less unconventional metaphors, and completely conventional ones.¹

The two *completely unconventional metaphors* are integration-induced. They are the DESPERATION *is* A CONTAINER and DESPERATION *is* CONTENT INSIDE A CONTAINER conceptual metaphors that the *despair beyond despair* metaphorical expression evokes, with DESPERATION defined metaphorically and within a single cognitive event in terms of both a container and the content inside this container. DESPERATION is a container that contains itself, which is very non-trivial. Cf. *пустота, отраженная в пустоте* by the Russian postmodern poet, philosopher, and literary critic K.A. Kedrov with the same mechanism of metaphorical integration: EMPTINESS is both a mirror and a reflection in this mirror, it is a mirror that reflects itself. Interestingly, the word *despair* ascends to Proto-Indo-European **spes-/speh-* ‘get full’ (*Online Etymology Dictionary* (n.d.) that in combination with *de-* ‘without’ pictures despair as emptiness, which I assume has archetypal roots and suggests that Styron’s despair is an emptiness that has gone beyond emptiness.

- **DESPERATION is A CONTAINER.** In this metaphor, a deep container (DESPERATION) is filled with content (THE SUFFERER’S MIND) but can also be filled with its own self. When DESPERATION is filled with DESPERATION, the content overflows the container. The sufferer falls into DESPERATION, although he thought he had acquired a steady walk MEDICATION to prevent himself from falling.

- **DESPERATION is CONTENT INSIDE A CONTAINER.** DESPERATION is content that fills different containers HOURS, STATES OF THE MIND. DESPERATION can get condensed inside its containers. When DESPERATION fills DESPERATION, it overflows itself (examples 1, 2):

- (1) ... *a curious inner convulsion that I can describe only as despair beyond despair* (Styron, 1992, p. 36).
 ... странное душевное содрогание, которое могу описать лишь как отчаяние, превосходящее границы всякого отчаяния (Styron, 2013, p. 294-295).

Metaphor translation (1) does not preserve the image, although the metaphor in translation preserves the original image of going beyond an entity, it does not conceive of this entity as of a boundless emptiness, which is central for the metaphor: emptiness gone beyond emptiness, with neither foothold nor boundaries. In this case, the approach to metaphor translation is (A) 'Metaphor → Metaphor' but the original metaphor is richer in interpretation.

- (2) ... *this may be indemnity enough for having endured the despair beyond despair* (Styron, 1992, p. 48).
 ... быть может, это достаточная компенсация за то отчаяние, которое им пришлось вынести (Styron, 2013, p. 316).

In translation (2), the original metaphor is omitted and the image is lost. This is (C) 'Metaphor → non-Metaphor' approach to metaphor translation.

In the text, there are twenty-six *more or less unconventional metaphors*, that are instances of source-induced creativity. There are fourteen *source-internal metaphors*: FEAR *is* SIEGE, FEAR *is* RIVETS, FEAR *is* TOXIC FOG, FEAR *is* A FOGBOUND SHIP, FEAR *is* A PRISONER, FEAR *is* DRIZZLE, ANXIETY *is* DEMONS, ANXIETY *is* A PRISONER, ANXIETY *is* A STRANGER, SADNESS *is* AN ENGULFING TIDE, SADNESS *is* A SNARE, SADNESS *is* A SPASM, DESPERATION *is* A PRISON, and DESPERATION *is* A BED OF NAILS. These are specific-level metaphors that elaborate and inherit the structure of their generic-level conventional counterparts. Most frequently, Styron uses specific-level images of various confinements. These elaborations are context-induced and might be motivated by his interests in American slavery, Nazi concentration camps, and by his social background.

- **FEAR is SIEGE.** FEAR is a torture of confinement for the sufferer's brain that deprives him of the powers of the mind and body:

- (3) ... *my brain had begun to endure its familiar siege: panic and dislocation* (Styron, 1992, p. 10).
 ... на мое сознание началась привычная атака: паника, растерянность (Styron, 2013, p. 245).

In metaphor translation (3), the image is not preserved; the original metaphor is substituted in translation and with it the image of fear as of an emotion stretchable in time is lost; whereas a siege is lasting, an attack is momentary. This is an example of approach B ($M_1 \rightarrow M_2$) to metaphor translation: FEAR *is* SIEGE → FEAR *is* AN ATTACK.

- **FEAR is RIVETS.** FEAR is metal pins that fasten the sufferer tightly making no escape possible.

- (4) ... *the flight of birds caused me to stop, riveted with fear, and I stood stranded there, helpless, shivering* (Styron, 1992, p. 27).
 ... при виде пролетающих птиц я замер, скованный ужасом, и стоял там потерянный, беспомощный, испытывая лихорадочный озноб (Styron, 2013, p. 276).

In metaphor translation (4), the image of rivets is substituted with that of shackles, and with it the idea of

the crucifying pain caused to the sufferer by his emotion of fear is lost. This (B) approach ($M_1 \rightarrow M_2$) to metaphor translation explains the metaphor *FEAR is RIVETS* \rightarrow *FEAR is SHACKLES*.

- **FEAR is TOXIC FOG.** Clouds of toxic fog (FEAR) surround the sufferer and make him lethargic, agonizing, and crippled.

(5) ... *I'd feel the horror, like some poisonous fog bank, roll in upon my mind, forcing me into bed. There I would lie for as long as six hours, stuporous and virtually paralyzed, gazing at the ceiling and waiting for that moment of evening when, mysteriously, the crucifixion would ease up* (Styron, 1992, p. 33).

... я чувствовал, как ужас, подобно ядовитой полосе тумана, заволакивает мой разум, принуждая меня лечь в постель. Там я оставался на протяжении шести часов, в оцепенении, буквально парализованный, уставившись в потолок и дожидаясь наступления вечера, когда мои муки таинственным образом ослабевали (Styron, 2013, p. 290).

Metaphor translation (5) uses A approach ($M \rightarrow M$) to metaphor translation and preserves the original image.

- **FEAR is A FOGBOUND SHIP.** The sufferer is on board a ship /FEAR/ unable to navigate because of a heavy fog.

(6) ... *what I knew would be indistinguishable ordeals of fogbound horror* (Styron, 1992, p. 36).

... я знал, что в любом случае меня ждет один и тот же кошмар, ужас и мрак (Styron, 2013, p. 294).

In (6), the original metaphor is omitted in TL and the image is altogether lost. The translator used approach C ($M \rightarrow \text{non-M}$) to metaphor translation.

- **ANXIETY is A PRISONER.** In one of the cells inside a torture chamber (DUNGEONS OF SPIRIT) is a prisoner (ANXIETY) / **FEAR is A PRISONER.**

(7) ... *incipient dread that I had hidden away for so long somewhere in the dungeons of my spirit* (Styron, 1992, p. 23).

... зачатки ужаса, столь долго скрываемые где-то в дальних башнях рассудка (Styron, 2013, p. 270).

In (7), neither the original metaphor is preserved in TL, nor the image of a dungeon, which is the underworld, or the unconscious mind. On the contrary, the word *башня* 'a tower' in translation captures the opposite interpretation of 'rising up'. This is A ($M \rightarrow M$) approach to metaphor translation, but the metaphor in TL does not highlight the roots of fear in the unconscious mind.

- **FEAR is DRIZZLE.** The drizzle (FEAR) that surrounds the sufferer feels dismal and monotonous /GRAY COLOUR/ and is intensifying his pain.

(8) ... *the gray drizzle of horror induced by depression takes on the quality of physical pain* (Styron, 1992, p. 29).

... серая изморось ужаса, вызываемого депрессией, понемногу переходит в физическую боль (Styron, 2013, p. 281).

Metaphor translation (8) preserves the SL image and serves an example of A (M → M) approach to metaphor translation.

- **ANXIETY is DEMONS.** A supernatural force (ANXIETY) comes in multitudes (DEMONS) from the underworld (UNCONSCIOUSNESS) and throngs and overruns the sufferer's mind.

- (9) ... *anxiety* <...> *those demons from beginning to swarm through the subconscious* (Styron, 1992, p. 25).
... *тревоги* <...> *ничто уже не мешало этим демонам роем устремиться в мое подсознание* (Stayron, 2013, p. 273).

In example (9), the SL image is not preserved in metaphor translation. The original metaphor uses the image of small insects swarming within the subconscious mind: they have already landed, while the metaphor in translation shows these insects just taking off into the mind. Though this is approach A to metaphor translation (M → M), the interpretation is blurred.

-**ANXIETY is A STRANGER.** A stranger (ANXIETY) comes out of the darkness of a cold night.

- (10) ... *It came out of the cold night; I did not think such anguish possible* (Styron, 1992, p. 36).
... *Оно пришло из ночного холода; я не подозревал, что такая тревога возможна* (Stayron, 2013, p. 294).

In (10), the original image is not preserved since another subject – *оно* – is introduced into translation, with this co-reference not resolved by the context: in the original metaphor, anxiety is explained in terms of a stranger but in translation *оно* (it) substitutes anxiety in this explanation, which is also marked as a change in the grammatical gender. The translator used approach C (M → non-M) to metaphor translation.

- **SADNESS is AN ENGULFING TIDE.** A tide of toxic waters (SADNESS) engulfs the sufferer who is drowning and unable to see the land (JOY) of salvation.

- (11) ... *a sense that my thought processes were being engulfed by a toxic and unnameable tide that obliterated any enjoyable response to the living world* (Styron, 1992, p. 10).
... *ощущение, что мой разум накрыла ядовитая и неотвратимая волна, препятствовавшая мне испытывать хоть какую-нибудь радость от окружающей действительности* (Stayron, 2013, p. 245).

The original image (11) is that of the sun (JOY) obliterated by sadness (AN ENGULFING TIDE): the sufferer is drowning and strives to see the sun but is unable to because of the waves. The TL does not preserve this SL image; and alongside with approach A to metaphor translation (M → M) the image detail is lost in translation.

- **SADNESS is A SNARE.** The sufferer gets caught in a chokehold snare (SADNESS) set by DARKNESS.

- (12) ... *The fading evening light* <...> *had none of its familiar autumnal loveliness, but ensnared me in a suffocating gloom* (Styron, 1992, p. 26).
... *Тающий вечерний свет* <...> *полностью утратил свое прежнее осеннее очарование, заманивая меня в область удушливого сумрака* (Stayron, 2013, p. 276).

In (12), the original image of a snare is substituted in translation with that of hunting lands where the sufferer is the prey, which corresponds to approach B ($M_1 \rightarrow M_2$) to metaphor translation: SADNESS *is* A SNARE \rightarrow SADNESS *is* HUNTING LANDS.

- **SADNESS is A SPASM.** The sufferer is taken by a violent spasm /SADNESS/.

(13) ... *middle-aged males and females in the throes of melancholia of a suicidal complexion, then one can assume a fairly laughterless environment* (Styron, 1992, p. 41).

... *мужчин и женщин средних лет, находящихся во власти меланхолии с суицидальным уклоном, то можно представить, что за невеселая обстановка там царила* (Styron, 2013, p. 304).

In (13), the original image of bodily agony is substituted with that of a powerful force. This is approach B to metaphor translation ($M_1 \rightarrow M_2$): SADNESS *is* A SPASM \rightarrow SADNESS *is* A FORCE.

- **DESPERATION is A PRISON.** The sufferer is locked in a sultry and overheated prison cell /DESPERATION/ from where there is no escape.

(14) ... *despair, owing to some evil trick played upon the sick brain by the inhabiting psyche, comes to resemble the diabolical discomfort of being imprisoned in a fiercely overheated room. And because no breeze stirs this caldron, because there is no escape from this smothering confinement, it is entirely natural that the victim begins to think ceaselessly of oblivion* (Styron, 1992, p. 29).

... *отчаяние, в силу некоей злой шутки, которую сыграла над больным мозгом душа, начинало походить на адское ощущение, испытываемое человеком, запертым в комнате, где царит нестерпимый жар. И так как даже легкий ветерок не остужает эту жаровню, а выхода из этого гнетущего заточения не существует, совершенно естественно, что жертва начинает беспрестанно думать о помиловании* (Styron, 2013, p. 281).

In translation (14), the original image of a suicide is substituted by that of one seeking to remove his penalty. Moreover, the word *царит* 'reigns' introduces unwarranted images by associations, for example, those of a good atmosphere and peace, cf. *царит мир, царит атмосфера взаимопонимания*. Here, approach B to metaphor translation ($M \rightarrow M$) does not save the SL image of a suicide in TL.

- **DESPERATION is A BED OF NAILS.** The sufferer is fastened to a bed of nails /DESPERATION/.

(15) ... *It is hopelessness even more than pain that crushes the soul. <...> One does not abandon, even briefly, one's bed of nails, but is attached to it wherever one goes* (Styron, 1992, p. 35).

... *Безнадежность в большей степени, чем боль, разрушает душу. <...> Человек даже на короткое время не покидает свое ложе с гвоздями, он прикован к нему, куда бы ни пошел* (Styron, 2013, p. 293).

In (Styron, 2013), metaphor translation (15) is a rare example of translation approach A to metaphor ($M \rightarrow M$) that preserves the original image.

In Styron's memoir, there are twelve *source-external metaphors* that employ new more or less unconventional sources: FEAR *is* A CORROSIVE, ANXIETY *is* A CORROSIVE, ANXIETY *is* A PREDATOR, SADNESS *is* SEEDS OF A PLANT, SADNESS *is* AN EVIL SPIRIT, DESPERATION *is* A DEEP FREE FALL, ANGER *is* SEEDS OF A PLANT, TENSION/STRESS

is A CORROSIVE, DISGUST *is* A BADGE, SHAME/GUILT *is* SEEDS OF A PLANT, HOPE *is* A GOOD SPIRIT, and EMOTION *is* ARMOR.

- **FEAR is A CORROSIVE / ANXIETY is A CORROSIVE.** The sufferer has an intact and solid object (EMOTION) that is slowly and continually being destroyed, worn and eaten into and away by the action of a corrosive (FEAR).

(16) ... *began the rhythmic daily erosion of my mood* – <...> *unfocused dread* (Styron, 1992, p. 26).

... *мое душевное состояние снова не начало ежедневно и ритмично рушиться: опять появились* <...> *неопределенный страх* (Styron, 2013, p. 275).

In (16), the image of erosion in SL is substituted by that of ruining in TL, with the idea of fear's slow destructive action lost in translation. Approach B to metaphor translation ($M_1 \rightarrow M_2$) explicates the following: FEAR *is* A CORROSIVE \rightarrow FEAR *is* A RUINING AGENT.

- **ANXIETY is A PREDATOR**, it swallows voraciously and devours the sufferer's brain.

(17) ... *the anguish devouring his brain* (Styron, 1992, p. 36).

... *тревогу, поглощающую его мозг* (Styron, 2013, p. 294).

The original image (17) of a predator swallowing up the sufferer's brain ravenously is lost in translation. In this example of approach B to metaphor translation ($M \rightarrow M$), the richness in interpretation is lost.

- **SADNESS is SEEDS OF A PLANT.** There are seeds (SADNESS) inside the sufferer's mind that grow into a poisonous plant (SUICIDE).

(18) ... *The danger is especially apparent if the young person is affected by what has been termed 'incomplete mourning' – has, in effect, been unable to achieve the catharsis of grief, and so carries within himself through later years an insufferable burden of which rage and guilt, and not only dammed-up sorrow, are a part, and become the potential seeds of self-destruction* (Styron, 1992, p. 45).

... *Опасность особенно актуальна, если юноша или девушка переживает так называемую «незавершенную скорбь» – то есть на самом деле им не удастся достигнуть катарсиса в своей печали, поэтому они сквозь годы тащат на себе невыносимое бремя, частью которого являются, помимо самого заблокированного горя, ярость, чувство вины, и оно может стать в дальнейшем источником стремления к саморазрушению* (Styron, 2013, pp. 311-312).

In (18), the original metaphor is omitted in translation and with it the image is lost. This is approach C to metaphor translation ($M \rightarrow \text{non-M}$).

- **SADNESS is AN EVIL SPIRIT.** There is an evil spirit (SADNESS) that causes ruinous damage to the sufferer who tries to appease and conjure (SADNESS) with words. There is a good spirit (HOPE) who opposes (SADNESS), and there are other words to appeal to (HOPE).

(19) ... *One can be sure that these words have been more than once employed to conjure the ravages of melancholia, but their somber foreboding has often overshadowed the last lines of the best-known part of that poem, with their evocation of hope* (Styron, 1992, p. 47).

... Можно не сомневаться в том, что эти слова не раз звучали для выражения разрушительного действия меланхолии, но содержащееся в них зловещее пророчество часто затмевало собой последние строки самой знаменитой части поэмы, в которых воскресает надежда (Styron, 2013, p. 315).

In translation, the original image (19) of an evil spirit conjured by the sufferer is lost. This is approach B to metaphor translation ($M_1 \rightarrow M_2$): SADNESS is AN EVIL SPIRIT \rightarrow SADNESS is A RUINING FORCE.

- **DESPERATION is A DEEP FREE FALL.** The sufferer is falling in a spiral course downwards (DESPERATION) into an abyss (DEPRESSION).

(20) ... *The morbid condition proceeded, I have come to believe, from my beginning years – from my father, who battled the gorgon for much of his lifetime, and had been hospitalized in my boyhood after a despondent spiraling downward that in retrospect I saw greatly resembled mine* (Styron, 1992, p. 45).

... Я пришел к выводу, что болезнь уходила корнями в мое детство – я унаследовал ее от отца, который сражался с горгоной на протяжении большей части своей жизни; его душа опускалась во мрак по спирали, и маршрут этот, как я впоследствии увидел, весьма походил на мой собственный (Styron, 2013, p. 311).

In (20), the original image of a sufferer spiraling down into depression is substituted by the image of his soul spiraling down therein. In this example of approach A to metaphor translation ($M \rightarrow M$), the image detail is lost.

- **ANGER is SEEDS OF A PLANT / GUILT is SEEDS OF A PLANT.** There are seeds (ANGER/ GUILT) inside the sufferer's mind that grow into a poisonous plant (SUICIDE)..

(21) ... *rage and guilt, and not only dammed-up sorrow, are a part, and become the potential seeds of self-destruction* (Styron, 1992, p. 45).

... ярость, чувство вины, и оно может стать в дальнейшем источником стремления к саморазрушению (Styron, 2013, pp. 311-312).

The original metaphor (21) is omitted in translation and with it the image is lost (approach C to metaphor translation ($M \rightarrow \text{non-M}$)).

- **DISGUST is A BADGE.** Here, (DISGUST) is a badge (SYMPTOM) worn by the sufferer.

(22) ... *offshoot of that self-loathing (depression's premier badge) by which I was persuaded that I could not be worthy of the prize, that I was in fact not worthy of any of the recognition that had come my way in the past few years* (Styron, 1992, p. 12).

... проявлением того отвращения к себе (оно является первым признаком депрессии), которое говорило мне, что я недостойн награды, что я, в сущности, вообще недостойн того признания, какое мне оказывали в последние годы (Styron, 2013, p. 248).

The original metaphor (22) is omitted in translation and with it the image is lost in this example of approach C to metaphor translation ($M \rightarrow \text{non-M}$).

- **HOPE is A GOOD SPIRIT.** There is a good spirit (HOPE) who the sufferer appeals to with

words.

(23) ... *One can be sure that these words have been more than once employed to conjure the ravages of melancholia, but their somber foreboding has often overshadowed the last lines of the best-known part of that poem, with their evocation of hope* (Styron, 1992, p. 47).

... *Можно не сомневаться в том, что эти слова не раз звучали для выражения разрушительного действия меланхолии, но содержащееся в них злое пророчество часто затмевало собой последние строки самой знаменитой части поэмы, в которых воскресает надежда* (Styron, 2013, p. 315).

The original image (23) of hope as of a good spirit that the sufferer evocates, in translation, is substituted with that of hope that is resurrecting. This is approach B to metaphor translation ($M_1 \rightarrow M_2$): HOPE is A GOOD SPIRIT \rightarrow HOPE is A LIVING BEING.

- **EMOTION is ARMOR.** The sufferer has a shield (EMOTION) that protects him against DEPRESSION; it falls off and makes him open to attack.

(24) ... *I was emotionally naked, vulnerable as I had never been before* (Styron, 1992, p. 25).

... *я стоял перед ними эмоционально голым, уязвимым, как никогда прежде* (Styron, 2013, p. 273).

In (24), approach A to metaphor translation ($M \rightarrow M$) preserves the original image in metaphor translation.

7. Results and conclusions

The results of this analysis of metaphor translation in (Styron, 2013) are summarized in Table 1 for the creative metaphors of depressive emotions and in Table 2 for the conventional ones.

Table 1

**Approaches to metaphor translation in (Styron, 2013):
completely unconventional and more or less unconventional metaphors**

Approach	$M \rightarrow M$	$M_1 \rightarrow M_2$	$M \rightarrow \text{non-M}$
the image is preserved	4	-	-
the image is transformed or lost	8	9	7

Total: 28 creative metaphors (= 28 creative metaphorical images)

Table 2

**Approaches to metaphor translation in (Styron, 2013):
completely conventional metaphors**

Approach	$M \rightarrow M$	$M_1 \rightarrow M_2$	$M \rightarrow \text{non-M}$
the image is preserved	23	-	-
the image is transformed or lost	9	10	17

Total: 59 conventional metaphors (= 59 conventional metaphorical images)

These two tables reveal the discrepancy that creative and conventional metaphors show in translation in terms of the images that drive the translator's interpretations. The shared regularity is that both Metaphor₁ → Metaphor₂ and Metaphor → non-Metaphor cases transform or lose the author's images in translation. The difference is with Metaphor → Metaphor cases: on the one hand, they tend to transform or lose the author's creative images (here, eight out of twelve creative images are transformed or lost) but, on the other, they tend to preserve the author's conventional images (here, twenty-three out of thirty-two conventional images are preserved). This confirms the hypothesis in Section 4 of this paper: creativity as novelty has higher cognitive and affective costs to translation than conventionality, which could have opened to the translator doors to richer (re-)interpretations but he did not 'go' there.

The findings of this study show that Menikov's translation of metaphors in the memoir is far from perfection since it changes the author's images and deprives them of the original interpretive depth. The memoir is shallowed in translation and pictorially destructed. For example, *despair beyond despair*, the metaphor that holds the memoir together, is translated only once as *отчаяние, превосходящее границы всякого отчаяния* and then is omitted altogether. This cuts the metaphor off its archetypal roots and distorts the symbolic cloth of the memoir. Moreover, translation of idiomatic SL, such as *despair beyond despair*, seems problematic and, tentatively, *отчаяние, выходящее за границы всякого отчаяния* or *отчаяние, перешедшее границы всякого отчаяния* would be a more correct but still not an optimal translation of this metaphor. There are other discrepancies such as *башни рассудка* for *dungeons of the spirit*, *скованный ужасом* for *riveted with fear*, etc. where metaphors seem to be distorted and, respectively, Styron's phenomenal states partially misrepresented in translation.

On the whole, this paper has offered but a crescent view of its subject matter and the massive body in metaphor translation has remained hidden from sight. The results obtained open up a way for a discussion of metaphorical (re-)creativity framed by the theoretical concepts of creativity vs. re-creativity, or derived creativity, in translation. It necessarily follows that the tentative and as yet incomplete conclusions made here will undergo further development and modification.

Abbreviations

M – metaphor;
SL – source language;
TL – target language.

Notes

¹ For considerations of space, I included into my analysis but excluded from this paper completely conventional metaphors in Styron (1992) because of their triviality and of the triviality of their translation in (Styron, 2013), for example, *He was in fear* (FEAR is A CONTAINER) – *Он чувствовал страх*: a trite conceptualization approached as M → non-M by the translator.

References

- Ahrens, K., & Say, A.L.T. (1999). Mapping image-schemas and translating metaphors. In J.-F. Wang, & C.-H. Wu (Eds.), *Proceedings of 13th Pacific Asia conference on language, information and computation*, 95-102. Taiwan : National Cheng Kung University.
- Barrett, L.F. (1996). Hedonic tone, perceived arousal, and item desirability: Three components of self-reported mood. *Cognition and emotion*, 10(1), 47-68. <https://doi.org/10.1080/026999396380385>
- Bassnett, S. (1991). *Translation studies. Revised edition*. London : Routledge.
- Bathina, K. C., ten Thij, M., Lorenzo-Luaces, L., Rutter, L., & Bollen, J. (2021). Individuals with depression express more distorted thinking on social media. *Nature Human Behaviour*, 5, 458–466. <https://doi.org/10.1038/s41562-021-01050-7>

- Block, N. (2008). Phenomenal and access consciousness. In N. Block, & C. MacDonald (Eds.), *Consciousness and cognitive access. Proceedings of the Aristotelian society*, 108, 289-317.
- Chalmers, D. (2004). The representational character of experience. In B. Leiter (Ed.), *The future for philosophy* (pp. 153-181). Oxford : Oxford University Press.
- Charland, L.C. (2005). Emotion experience and the indeterminacy of valence. In L. F. Barrett, P. Niedenthal, & P. Winkielman (Eds.), *Emotion and consciousness* (pp. 231-254). New York : Guilford Press.
- Hubscher-Davidson, S. (2020). Translation and the double bind of imaginative resistance. *Translation Studies*, 13(3), 251-270. <https://doi.org/10.1080/14781700.2019.1633393>
- Kosslyn, S. M., Thompson, W. L., & Ganis, G. (2006). *The case for mental imagery*. Oxford : Oxford University Press.
- Kovalenko, L., & Martynyuk, A. (2021). Verbal, visual, and verbal-visual puns in translation: cognitive multimodal analysis. *Cognition, communication, discourse*, 22, 27-41. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-22-02>
- Kövecses, Z. (2010). A new look at metaphorical creativity in cognitive linguistics. *Cognitive linguistics*, 21(1), 663-697. <https://doi.org/10.1515/cogl.2010.021>
- Kövecses, Z. (2014). Conceptual metaphor theory and the nature of difficulties in metaphor translation. In D. R. Miller, & E. Monti (Eds.), *Translating figurative language* (pp. 25-39).
- Larson, M. L. (1984). *Meaning-based translation: A guide to cross-language equivalence*. Lanham Md : University Press of America.
- Morgan, D. (2018). *Images at Work: The Material Culture of Enchantment*. Oxford : Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190272111.001.0001>
- Nagel, Th. (1974). What is it like to be a bat? *The philosophical review*, 83(4), 435-450.
- Newmark, P. (1988). *A textbook of translation*. New York : Prentice Hall.
- Online Etymology Dictionary* (n. d.). Retrieved from: www.etymonline.com
- Ratcliffe, M. (2015). *Experiences of depression: A study in phenomenology*. Oxford : Oxford University Press.
- Rebrii, O., & Tashchenko, G. V. (2019). Cultural Specifics of Precedent Names as a Factor of Cognitive Equivalence in Translation. *Cognition, communication, discourse*, 18, 119-128. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2019-18-09>
- Roget's 21st century dictionary and thesaurus* (n. d.). Retrieved from: www.thesaurus.com
- Searle, J. R. (1979). Metaphor. In A. Ortony (Ed.). *Metaphor and thought* (pp. 92-123). Cambridge : Cambridge University Press.
- Schäffner, Ch. (2004). Metaphor and translation: some implications of a cognitive approach. *Journal of Pragmatics*, 36, 1253-1269. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2003.10.012>
- Shevchenko, I., & Shastalo, V. (2021). The conceptual metaphor of modesty in English and Ukrainian. *Cognitive Studies / Études cognitives*, 21, Article 2462. <https://doi.org/10.11649/cs.2462>
- Susam-Saraeva, S. (2021). Representing experiential knowledge: Who may translate whom? *Translation Studies*, 14(1), 84-95, <https://doi.org/10.1080/14781700.2020.1846606>
- Vakhovska, O. V. (2017a). A cognitive linguistic perspective on first-person verbal report on emotion experience. *V. N. Karazin Kharkiv National University Visnykh. Series "Romance and Germanic Languages. Foreign Language Teaching,"* 85, 72-80.
- Vakhovska, O. V. (2017b). *Metaphor in first-person verbal report on emotion experience of depression* (Unpublished MSc thesis). Osnabrück University, Osnabrück, Germany.
- Vakhovska, O. V. (2017c). Metaphors of depressive emotions in psychopathological discourse: A cognitive linguistic analysis. *Cognition, communication, discourse*, 14, 86-97. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2017-14-08>
- Vakhovska, O. V., & Jusuk, F. F. (2021). Image-driven interpretations in professional communicative mediation: Bringing translation and psychotherapy together. *Science and education a new dimension. Humanities and social sciences*, 9(259) (in press).

Sources for illustrations

Styron, W. (1992). *Darkness visible: A memoir of madness*. New York : Vintage Books.

Stayron, U. (2013). *Zrimaya t'ma*: [per. s angl. E. Menikov] [*Darkness visible*. Translation from English E. Minikov]. Moskva : ACT

**СУБ'ЄКТИВНІСТЬ У ПЕРЕКЛАДІ МЕТАФОР:
РОСІЙСЬКОМОВНИЙ ПЕРЕКЛАД
АНГЛІЙСЬКИХ МЕТАФОР ДЕПРЕСИВНИХ ЕМОЦІЙ**

Ольга Ваховська

кандидат філологічних наук, доцент, Київський національний
лінгвістичний університет (вул. Велика Васильківська 73, Київ, Україна, 03680);
e-mail: vakhovskayaolga@gmail.com; ORCID: 0000-0002-7720-0970

Анотація

У статті розглядається поняття суб'єктивності перекладу метафор депресивних емоцій у *Darkness visible: A memoir of madness* – спогадах Стайрона, перекладених російською мовою. Автор спогадів тлумачить свої емоції та дає їм метафоричні найменування; ці тлумачення скеровуються образами, які виникають у мисленні автора. У статті висувається гіпотеза, що основою перекладу метафор є тлумачення метафор, кероване образами, які виникають у мисленні перекладача. Кероване ментальними образами тлумачення у перекладі є творчим актом, у якому слово вихідної мови отримує значення й слово для цього значення підбирається у мові перекладу. Здійснюється цей акт на основі образів, що їх 'малює' мислення перекладача. Ментальні образи, які за своєю природою є непропозиційними, при перекладі мають бути обернені у слова мови, яка базується на пропозиційних структурах мислення. Це призводить до семантичних втрат, які при перекладі мають бути мінімізовані шляхом знаходження таких слів у мові перекладу, які будуть оптимальним описом для ментальних образів, що їх спочатку описано словами вихідної мови. У статті за використання філософського аргументу суб'єктивності показується, що у перекладі образи ці належать мисленню саме перекладача, але ніяк не автора: лише суб'єктивність 'малює' світ перекладача як мислячого суб'єкта, й не можна очікувати у перекладі феноменальної свідомості спільної для перекладача і для автора.

У статті аналізується переклад Меніковим метафор Стайрона. Стрижнем цього аналізу обирається поняття метафоричної креативності й показується, що переклад Менікова часто не зберігає саме ті образи, які покладені автором в основу креативних метафор: тлумачення перекладача постає як таке, що скеровується іншими образами, достатньо відмінними від авторських, а деякі авторські образи в перекладі відсутні взагалі. Це підтверджує суб'єктивність перекладу метафор й дозволяє дійти висновків, що перекладач у перекладі викривив численні метафори автора.

Ключові слова: концептуальна метафора, ментальний образ, переклад, суб'єктивність, тлумачення.

**СУБЪЕКТИВНОСТЬ В ПЕРЕВОДЕ МЕТАФОР:
РУССКОЯЗЫЧНЫЙ ПЕРЕВОД АНГЛИЙСКИХ МЕТАФОР
ДЕПРЕССИВНЫХ ЭМОЦИЙ**

Ольга Владимировна Ваховская

кандидат филологических наук, доцент, Киевский национальный
лингвистический университет (ул. Большая Васильковская 73, Киев, Украина, 03680);
e-mail: vakhovskayaolga@gmail.com; ORCID: 0000-0002-7720-0970

Аннотация

В статье рассматривается понятие субъективности перевода метафор депрессивных эмоций в *Darkness visible: A memoir of madness* – воспоминаниях Стайрона, переведённых на русский язык. Автор воспоминаний толкует свои эмоции и даёт им метафорические наименования; эти толкования направляются образами, возникающими в мышлении автора. В статье выдвигается гипотеза, что

основой перевода метафор есть толкование метафор, направляемое образами, возникающими в мышлении переводчика.

Направляемое ментальными образами толкование при переводе есть творческий акт, в котором слово исходного языка получает значение и слово для этого значения подбирается в языке перевода. Осуществляется этот акт на основе образов, 'рисуемых' в мышлении переводчика. Ментальные образы, которые в сути своей непропозициональны, при переводе должны быть обращены в слова языка, который основывается на пропозициональных структурах мышления. Это приводит к семантическим потерям, которые при переводе должны быть минимизированы путём нахождения таких слов в языке перевода, которые будут оптимальным описанием для ментальных образов, изначально описанных словами языка исходного. В статье с использованием философского довода субъективности показывается, что в переводе образы эти принадлежат мышлению переводчика, но никак не автора: субъективность единственно 'рисует' мир переводчика как мыслящего субъекта, и напрасно в переводе ожидать феноменального сознания общего для переводчика и для автора.

В статье анализируется перевод Мениковым метафор Стайрона. Стержнем этого анализа избирается понятие метафорической креативности и показывается, что перевод Меникова часто не сохраняет именно те образы, которые положены автором в основу креативных метафор: толкование переводчика представляется направленным иными образами, весьма отличными от авторских, а некоторые авторские образы в переводе отсутствуют и вовсе. Это подтверждает субъективность в переводе метафор и позволяет сделать вывод, что переводчик в переводе исказил многие метафоры автора.

Ключевые слова: концептуальная метафора, ментальный образ, перевод, субъективность, толкование.

Cognition, communication, discourse, 2021, 23: 118-129.

<http://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/home>

<https://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-08>

Received 15.09.2021; revised and accepted 01.12.2021

UDC 659.4:81

POLITICAL DISCOURSE FROM THE STANDPOINT OF THE ADDRESSEE

Ganna Kuznyetsova

Candidate of Philology, Associate Professor,

State University “Zhytomyr Polytechnic”

(103, Chudnivska str., Zhytomyr, 10005, Ukraine)

e-mail: maleadummin@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-3995-3568>

Article citation: Kuznyetsova G. V. (2021). Political discourse from the standpoint of the addressee. *Cognition, communication, discourse*, 23, 118-129. <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-23-08>

Abstract

This article is an overview of West-European and Asian linguistic discussion of the issue of the addressee as one of the key components of political discourse. It considers the concept of political discourse addressee as well as the issue of speech influence and discourse manipulation since the latter is the most important characteristic of the type of discourse under consideration. To date, actualization of the addressee in political discourse is not sufficiently studied; hence, there is a respective gap in political discourse studies. This conclusion is made upon reviewing modern trends in political discourse research in West-European and Asian linguistics, critical discourse analysis being the major and the most representative of them, with the contribution of political discourse analysis and critical applied linguistics. The overview shows that the linguistic trends listed above have contributed greatly into the study of discourse, in general, and political discourse, in particular. The article also demonstrates the results of the study of political discourse addressee as groups of voters, conducted in papers on communication theory and PR-practices and argues that such approach appears insufficient as it must be augmented by the study of the addressee in terms of cognitive linguistics. This paper concludes that an addressee of political discourse is not in the focus of modern West-European linguistics and thus requires further in-depth analysis, which can be done by applying the communicative-cognitive approach in its multimodal aspect.

Key words: political discourse, addressee of political discourse, discourse component, multimodal approach.

1. Introduction

Among numerous discourse studies of the last decades, political discourse proves to be, probably, one of the most popular and interesting fields for researchers. The major part of these papers, however, are focused on the first and the second fundamental components of political discourse as the object of their study is the addressant, i.e., a statesman or a political figure who is the producent or the author of the discourse, and the political message itself. Some scholars claim that the growing interest to the study of political texts can be explained by the following factors: a) the inside requirements of linguistic theory, which at various times directed its attention to various spheres of the language system functioning; b) politological issues of political thinking and its links with political behavior, and also by the need in development of the methods of analysis of political texts; c) by the social request, the ambition for setting political communication free from manipulating public consciousness (Baranov, 2017, p. 245).

It is important to state that the third fundamental component of political discourse – the

addressee – has not yet acquired deep enough study in linguistics, as well as in other research paradigms, though the need of applying a multimodal approach to discourse study and to the study of political discourse in particular, is well acknowledged nowadays. Generally, in many Ukrainian and foreign papers on the matter the political discourse addressee is considered as an object and a result of manipulative influence, exercised by politicians to achieve the required persuasive effect in a subtle and objective way (Beard, 2020; Chetvertak, 2016, p. 42-43; Kazemian, 2017; Reisigl, 2008; Wodak, 2009; Wodak, 2012). However, some authors express their interest towards the addressee of PD. Thus, M. Schroter claims that

... speakers orientate towards imagined addressees and certain aspects are particularly relevant from the speakers' point of view. An analysis of addressee orientation in political speeches aims at reconstructing speakers' conceptualization of possible addressees. The analysis reveals patterns of addressee orientation which suggest that the addressees are framed in terms of epistemic proximity, i.e. presumed nearness (agreement) or distance (disagreement) to the speakers (Schroter, 2014, p. 289).

Notwithstanding a comparative scarcity of opinions supporting the interest towards the study of political discourse addressee, this article aims at the analysis of the situation existing in West-European and Asian discourse linguistics as to the research of the third fundamental component of political discourse, its addressee, on the basis of papers devoted to political discourse studies. The article shares the opinion that a small number of papers on the matter points out the topicality of the issue in question.

2. Method and material

This part of the paper is devoted to the review of contemporary political discourse studies as to the way they cover an issue of the addressee as the discourse participant for which all political discourse manipulations of various kinds are invented.

This paper, like many pieces of research on this kind of discourse (for instance, Cap & Okulska, 2013; Lin, 2014; Shevchenko et al., 2021; Street, 2019 and others), shares the view of political discourse formulated by P. Chilton. The scholar defined political discourse as the use of language to do the business of politics, and it includes persuasive rhetoric, the use of implied meanings, the use of euphemisms, the exclusion of references to undesirable realities, the use of language to rouse political emotions, and the like (Chilton, 2002, p. 4; Chilton, 2008, p. 226). Other works on the issue support a much broader understanding of political discourse, according to which this discourse includes the activities of all organizations, bodies and individuals which deal with political socialization, not only governments, parliaments, political parties and related mass media, but trade unions, business associations, educational institutions, internet blogs, etc. (Bayley, 2004; Bayley, 2005; Fairclough, 1992; Fairclough, 2000; Fairclough & Wodak, 1997; Jenks, 2021; Machin and van Leeuwen 2016; Partington, 2002; Pennycook, 2010;).

As for the notion of a political discourse addressee, our understanding is based on the idea of a text and discourse listener/reader/ recipient, collective or individual, who is a subject of manipulative influence on the side of a political discourse addressant. We accept a broad understanding of manipulation, according to which it is a speech influence considered as to its purposefulness and motivational predetermination (Issers, 2008, p. 21). This broad interpretation of speech influence presumes a change in the addressee's state of consciousness, a modification of his/her belief structure, and also the recipient's feedback in the shape of an action or the absence of an action as a response to a speech impetus (Shkitska, 2012, p. 24). And according to Zirka, manipulation (interpreted broadly) is a peculiar way of programming of thoughts, moods and psychological state of various social layers with the purpose of changing their behavior in a desirable line; it is an art of managing recipients' behavior with the help of a purposeful influence

on social psychology, consciousness and human instincts (Zirka, 2004, p. 87; Jenks, 2021). Manipulation in political discourse, and the manipulative character of journalistic work, closely connected with political elite interests and concerns, has been repeatedly analyzed and argued (Faiz Sathi Abdullah, 2014; Cottle, 2009; Kranert, 2018; Machin and van Leeuwen, 2016; Street 2019).

In fact, not each case of speech influence can and should be treated as manipulation. Drawing on Veretenkina's study (2004), the following factors should be considered: a) manipulative intention; b) communication being focused on obtaining one-sided psychological or financial gain; c) an addressant treats an addressee as if the latter must be cheated or misled; d) the manipulator's orientation on the addressee's addictions or weak points (Veretenkina, 2004, p. 60-61). Given the nature of communication in the political discourse, it comprises all the listed features of manipulative communication and proves that manipulation is, probably, its prime characteristic.

In light of the definitions presented, this article aims to make a review of the present state in the study of a political discourse addressee as one of the basic components of this discourse kind.

3. Political discourse addressee in critical discourse analysis (CDA)

One of widely developed linguistic trends that addresses issues of political discourse is critical discourse analysis (CDA), which has a history of about three decades. Within this time, CDA's disciplinary status has been well established through research journals and the influential work of key researchers associated with CDA: van Dijk who is generally recognized to be the founder of CDA, Fairclough, Wodak (who claimed that their linguistic ideas were based on and largely inspired by T. van Dijk), and van Leeuwen. With reference to the works of other scholars (Caldas-Coulthard & Coulthard 1996; Fairclough, 1995; Fairclough & Wodak, 1997, pp. 271-280), van Dijk introduced the highlights of CDA as follows:

- a) CDA addresses social problems;
- b) Power relations are discursive;
- c) Discourse constitutes society and culture;
- d) Discourse does ideological work;
- e) Discourse is historical;
- f) The link between text and society is mediated;
- g) Discourse analysis is interpretative and explanatory;
- h) Discourse is a form of social action (van Dijk 2004).

Researchers note that different scholars often have a somewhat different understanding of CDA with slightly different theoretical or methodological preferences (Lin, 2014; Zappettini, 2020). However, the cornerstone of this representative branch of contemporary linguistics is the interest towards different forms of social inequality, domination, and subordination that are being produced and reproduced through language and discourse. Particularly, CDA takes and supports the opinion that language should be treated as a boundary entity (both linguistic and social), as it is, in fact, an ideological and social construct, which is born of activities of political, nationalist, or colonial, segregating agendas (Pennycook, 2010). Summarizing the strategies of CDA succinctly, Carta and Wodak argue that all approaches in CDS draw on specific epistemologies and theories and are oriented towards investigating both theoretically and methodologically complex social phenomena (Carta & Wodak, 2015, p. 15). This idea is expressed clearly and point bank to contradict the view of some researchers who interpret CDA as a toolkit for linguistic and socio-linguistic analysis of discourse (Guzzini, 2005). In some papers on political discourse problems, CDA is understood as both a theory of discourse and a method for analyzing it (Chouliaraki & Fairclough, 1999, p. 16; Haig, 2009) or constellation of theories and methods to work with discourse (Wodak & Meyer, 2001). To this end, van Dijk claims that CDA is not a method of critical discourse analysis, as this direction of discourse study did not and does not have a single method, but comprises as many methods and research paradigms as are needed to fulfill the research goals expressed in CDA highlights (van Dijk, 1988). Supporting this point of view, van Leeuwen (2006, p. 234) emphasizes

that

“critical discourse analysts engage not only with a range of discourse analytical paradigms, but also with critical social theory. In more recent work social theory may even dominate over discourse analysis.”

The key CDA research was conducted by van Dijk, in which the author uses both linguistic and social-psychological approaches to analyze racial discourses of the White ruling elites in all parts of the world, from Europe to South Africa and New Zealand (van Dijk, 2005; Wodak & van Dijk, 2000), thus exercising the principle of multimodality in the research. Analysts observe that besides deconstructing the categories of race and racist representations, CDA researchers have also worked on uncovering the stereotypical representations of different social and cultural groups, using diverse methodologies, and in a variety of domains (Lin, 2014). With such a broad scale of socially oriented aspects, there is little wonder that the number of CDA papers is huge and the presentation of this direction's authors is geographically and nationally various. Van Dijk (2004) observes that the studies of political discourse in English are internationally best known because of the social and informational role of the English language, besides, much work was done in German, Spanish, and French which contributed into further development of CDA. According to van Dijk, in linguistics, pragmatics, and discourse studies, political discourse received attention as an object of multimodal applied studies (van Dijk, 2004).

However, the authors working in the CDA direction, focus their efforts on political messages and political figures, the latter having received special terminological names: 'political actors' (Bossetta et al. 2017; Filardo-Llamas & Boyd, 2018; Kranert, 2018; Zappettini, 2020), 'public actors' (Carta, 2013; Balabanova & Trandafoiu, 2020), 'actors' (Glynos et al., 2009), 'political agents' (Wieczorek, 2013), 'political representatives' (Karlsson & Åström, 2017), 'collective and individual agents' (Schroder, 2012), though at times these terms sound ironical, like 'national and institutional actors' (Carta & Wodak, 2015), while the addressee, to whom these messages are directed, is left on the sidewalk, away from their research attention. For instance, out of sixty-six research pieces in a four-volume edition of "Critical Discourse Analysis" (2013), published by SAGE with Wodak as an editor, none concerned a hearer, or listener, in other words, an addressee of political discourse (Wodak, 2013).

Given that CDA is a multimodal interdisciplinary direction of discourse studies, its links with linguistic disciplines are well-established and represent a bulk of the given approach. However, the introduction of cognitive linguistics into CDA deserves a special insight, from the standpoint of the study of political discourse addressee. Specialists claim that this introduction was pioneered by van Dijk and Wodak (McKenna, 2004) with their works devoted to the linkage of CDA and the linguistic study of cognition (van Dijk, 1995; van Dijk 2002; Wodak, 1996; Wodak, 2006) and considerably developed by P. Chilton and other CDA representatives (Chilton, 1996; Chilton, 2005; Hart, 2007; Hart, 2010; Hart, 2015; Musolff, 2011; O'Halloran, 2003; Santa Ana, 2002). Wodak (2006) argues that the ideas of cognitive linguistics may serve as a much required foundation, capable of arranging and blending sociological, cognitive and linguistic categories (mediation) in papers on discourse-analytical studies of text comprehension and comprehensibility, which are focused largely on issues of mediation, using different cognitive models to explain processes of understanding and text comprehension (Wodak, 2006). The scholar suggests viewing text production and text comprehension as recursive processes where constant feedback to mental models in episodic and long-time memories takes place as well as the updating of such models.

Hart (2006) convincingly advocates that the introduction of cognitive linguistic practices into the study of political discourse is natural, logical, and highly productive, as the study of cognitive operations observed in factual realizations of political discourse show how certain meanings, images, and values are created in the discursive worlds of listeners and readers, thus exercising intentional influence and

governing the development of ideology of the audience (Hart, 2006). The case studies of such processes, first of all, concerned metaphors functioning in political discourse and used conceptual metaphor theory (Chilton, 1996; Santa Ana, 2002; Koller, 2004; Maalej, 2007; Musolff, 2011; Musolff, 2017; Musolff, 2019). The productivity of the given approach is well-acknowledged.

Besides, Hart also highlights the use of the theory of blending for the study of discourse, and of political discourse in particular:

Blending networks and discourse space ontologies are inherently social since they are grounded in discourse, which according to the tenets of CDA is always socially situated. Furthermore, recalling that social cognition is defined as “the system of mental representations and processes of group members” (van Dijk 1995: 18), we may characterise entrenched spaces and networks of spaces as social cognitions in one particular form. Entrenched conceptual blending networks and discourse space ontologies are precisely mental representations and processes of group members (Hart, 2015, p.123).

I would like to point out the importance of this approach for the study of the political discourse addressee as a collective addressee, as the usage of the blending theory can allow the research of a perception process and the process of idea acceptance and sharing by a collective addressee. Until now, such attempts have not been made.

In recent decades, other approaches to political discourse analysis appeared, for instance, critical applied linguistics (CAL) and political discourse analysis (PDA) (Chilton, 2004; Dunmire, 2012, etc.), as well as combinations of these frameworks (Kazemian & Hashem, 2017). Lin notes that all these kinds of analyses share much in common, with CAL focusing more on social inequalities arising from language ideologies and legitimated ideological language policies and language education practices (Lin, 2014). It is also worth mentioning that multimodal analysis is widely employed by researchers working both in CDA, PDA, and CAL.

Because of the fact that all these kinds of analysis are focused on ‘main political actors’, i.e., on the addressant of political discourse and their messages, analyzed largely from the point of view of social studies, an addressee receives very little attention at all. In some pieces of research, one can see fragmentary mentioning of the political discourse addressee, or just some cursory observations (for instance, Haig, 2009; Wodak, 2016), if required by the context. It should be noted that research papers with special interest on political discourse addressee are few. Thus, Blackledge (2005) in Chapter 6 of his book referred to ‘ordinary people’ claiming that many pieces of information devoted to political events use the technique of recontextualization while presenting the feedback of political discourse recipients; with this a more authoritative speaker/author can make use of other voices in a way which suits the speaker’s own political direction and skews the likely interpretation on the part of the hearer or reader. The author claims that at the same time some opinions of ‘ordinary people’ are deleted altogether and thus remain unknown (Blackledge, 2005, pp.155-156). Though his study does not introduce any analysis of ‘ordinary’ people issue, it attracts attention by putting the feedback of the recipients into the focus of the research.

Coffin and O’Halloran show how the appraisal technique, created by the usage of specially chosen semantics of the lexicon in the article under analysis can direct the target readership in the direction chosen by the author. Therefore, while practically demonstrating the linguistic ways of manipulating the target readers, the authors do not suggest deeper specification of the recipients, as this was not their purpose; in their research, a target recipient was a part of socio-political-economic context (Coffin & O’Halloran, 2012). A more noticeable concern for the role of the addressee can be seen in the book “Clusivity: A New Approach to Association and Dissociation in Political Discourse” (Wieczorek, 2013), as the author herself argues in the ‘Introduction’ that the focus of the study is essentially on the relationship between the speaker (the political figure) and the addressees. However, this research, too, concentrates on the role of the speaker, the one “who may assign

inclusive or exclusive statuses to discourse entities and thus construct actors' identities in discursive representation of reality" (Wieczorek, 2013, p. xii).

4. Addressee of political discourse in other research paradigms

Closer attention to the addressee of political discourse underpins a number of papers on communication theory and PR practices with the use of modern high-tech media means (Karlsson and Åström 2017; Bossetta et al., 2017; Stopfner, 2021). One of the authors' (Karlsson & Åström, 2017) concerns is the degree of influence of definite political actions verbalized in the internet texts (namely, blogs) on citizens and the degree of importance of interactive communication between political figures (addressant) and Internet-users (addressee). Its chief characteristic is the development of interpersonal relationships where the identities of others matter. Still, the paper focuses on the characteristics of politicians, but not on their interlocutors.

In the paper dedicated to the analysis of the results of the Brexit elections and the prior Facebook publications (Bossetta et al., 2017), the addressee of the political discourse is a subject of political influence, and the researchers are interested in their activity in the Facebook comments on the issue. Other characteristics of this addressee remain outside the researchers' scope. Stopfner (Stopfner, 2021) investigates the Tweeter communication between Donald Trump and Boris Johnson, supported by their like-minded fans, as political rivals with opposed views, concerning social strategies. The author suggests pragma-rhetoric analysis of online communication of these two political clusters, and the analyses combine both a pragmatic and a rhetorical approaches in an attempt to exploit synergies that may lead "to a rhetorical perspectivisation of pragmatic analysis and to a pragmatic systematization of rhetorical practice" (Ilie, 2018, p. 92). The researcher introduces the notion of a 'speaker collective' as groups of online supporters of the politicians in question, naming among them in-groups and out-groups, by-standers and general audience. However, there is no specification of these collective online interlocutors, as the author's target was pragmatic and rhetoric speech tactics of the political figures.

Specification of political discourse addressees is undertaken when they are treated purely as potential or real voters, and the criteria of stratification may vary. Thus, one of the sites devoted to elections in the USA presented the following demographic features: race and ethnic belonging, age, marital status, and education (United States Elections Project), while another source introduced nine voter groups, called political in-groups. According to the data of the Pew Research Center, there exist four conservative groups in the US (Faith and Flag Conservatives, Committed Conservatives, the Populist Right, and the Ambivalent Right), four left voters groups (the Progressive Left, Establishment Liberals, the Democratic Mainstays, and the Outsider Left), and Stressed Sideliners who position themselves in the middle (Chinni, 2021). Interestingly, the analysis of General 2019 Elections in Britain provides no specification of voter groups, presenting only the voting results of all parties in question as well as age and general ethnic characteristics of the voters. The document contains a two-page reference to a voter survey (*Voter Turnout Demographics*, 2020), in which the following voter characteristics were pointed out: age and gender, ethnicity, social class, housing tenure, qualifications, and previous voting patterns (Briefing Paper, 2020). This brief overview shows that, firstly, the attempts of stratification of addressee-participants of the political discourse are fully grounded on the people's activity in the elections process, secondly, there is no universally developed approach to voter division and stratification, and thirdly, such stratifications have national specifics.

5. Conclusions

The review on contemporary political discourse studies shows that this kind of discourse is widely studied in many countries of the world, the main approach being a multimodal one, with a broad use of techniques of critical discourse analysis (CDA), critical applied linguistics (CAL) and political discourse analysis (PDA). These studies result in deeper and better understanding of the political discourse phenomenon in the aspects of linguistics, social studies and psychology.

Notwithstanding numerous convincing gains of political discourse studies, the addressee phenomenon in political discourse has lacked a due observation yet (Kuznyetsova, 2021). This present survey, however brief, demonstrates the necessity and importance to put it into the research focus. It also proves that the usage of statistic factors for clustering addressees and their possible stratification does not seem productive, as it embraces few characteristic features of addressee groups. In future, enlarging these issues with others, based on application of cognitive linguistics methodology (Bondarenko, 2020), is a challenge worth taking.

Finally, the observations made in this study may have broader linguistic and social implications that go beyond critical discourse analysis. I maintain that the use of a communicative-cognitive approach to the study of the political discourse addressee, included into a multimodal research paradigm, will provide a reliable foundation for further linguistic analysis.

REFERENCES

- Abdullah, F. S. (2014). Mass media discourse: a critical analysis research agenda. *Social Sciences & Humanities*, 22, 1-16. Retrieved from <http://www.pertanika.upm.edu.my/>
- Balabanova, E., & Ruxandra Trandafoiu, R. (2020). Media, migration and human rights: Discourse and resistance in the context of the erosion of liberal norms. *Journal of Language and Politics* (Published online: 24 Mar 2020), 1-12. <http://doi.org/10.1075/jlp.20007.bal> ISSN 1569–2159
- Baranov, A. (2017). *Vvedeniye v prikladnuyu lingvistiku* [Introduction to applied linguistics]. Moscow: Lenand (in Russian).
- Bayley, P. (2005). *Analysing language and politics*. Retrieved from https://www.academia.edu/855194/Analysing_language_and_politics
- Bayley, P. (Ed.) (2004). *Cross-Cultural perspectives on parliamentary discourse*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins.
- Beard, A. (2020). *The Language of Politics*. Retrieved November 25, 2021, from <https://people.unica.it/luisannafodde/files/2020/03/the-language-of-politics.pdf>
- Blackledge, A. (2005). *Discourse and power in a multilingual world (discourse approaches to politics, society and culture)*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins publishing Company. Retrieved November 28, 2021 from <https://books.google.la/books?id=41N0Dm34IIEC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Bondarenko, I. (2020). Tools of explicit propaganda: cognitive underpinnings. *Open Journal of Modern Linguistics*, 10, 23-48. <https://doi.org/10.4236/ojml.2020.101003>
- Bossetta, M., Dutceac Segesten, A., & Trenz, H.J. (2017). Political participation on facebook during brexit: does user engagement on media pages stimulate engagement with campaigns? *Journal of Language and Politics*, 17(2). <http://doi.org/10.1075/jlp.17009.dut>
- Briefing Paper (2020). *General Election 2019: results and analysis*. Retrieved from <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/CBP-8749/CBP-8749.pdf>
- Caldas-Coulthard, C. R., & Coulthard, M. (Eds.) (1996). *Texts and practices: readings in critical discourse analysis*. London: Routledge and Kegan Paul. Retrieved from <https://www.felsemiotica.com/descargas/Caldas-Coulthard-Carmen-Rosa-and-Coulthard-Malcolm-Eds.-Texts-and-Practices.-Readings-in-Critical-Discourse-Analysis.pdf>
- Cap, P., & Okulska, U (2013). *Analyzing genres in political communication. An Introduction*. Retrieved from https://www.academia.edu/3648323/Analyzing_Genres_in_Political_Communication_Theory_and_Practice
- Carta, C. (2013). “The EU in Geneva: The diplomatic representation of a system of governance.” *European Journal of Contemporary Research* 9(3), 406-423. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/289292798_The_EU_in_Geneva_The_Diplomatic_Representation_of_a_System_of_Governance
- Carta, C., & Wodak, R. (2015). *Discourse analysis, policy analysis, and the borders of EU identity*.

- Journal of Language and Politics* 14(1), 1-17. <http://doi.org/10.1075/jlp.14.1.01car>
- Chetvertak, Ye. (2016). Verbalizaciya nacional`noyi identy`chnosti SShA v anglomovnomu polity`chnomu dy`skursi [Verbalization of national identity of the USA in the English-language discourse]. Candidate thesis. Zaporizhzhia, Ukraine (in Ukrainian).
- Chilton, P. (1996). *Security metaphors: Cold war discourse from containment to common house*. New York, USA: Peter Lang. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/chilton-p-e-metafory-bezopasnosti-diskurs-holodnoy-voyny-ot-sderzhivaniya-k-obschemu-domu-chilton-p-a-security-metaphors-cold-war-discourse>
- Chilton, P. (2003). Introduction. *Journal of Politics and Language*, 2(1), 1–3. <https://doi.org/10.1075/jlp.2.1.02chi>
- Chilton, P. (2004). *Analysing political discourse: theory and practice*. London: Routledge. Retrieved January, 5, 2022, from https://books.google.com.ua/books/about/Analysing_Political_Discourse.html?id=un1buuNipQIC&redir_esc=y
- Chilton, P. (2005). Missing links in mainstream CDA: Modules, blends and the critical instinct. In R. Wodak, & P. Chilton (Eds.), *A New research agenda in critical discourse analysis: Theory and interdisciplinary* (pp. 19-53). Amsterdam, Netherlands: John Benjamins. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/247777477_Missing_Links_in_Mainstream_CDA_Modules_Blends_and_the_Critical_Instinct
- Chilton, P. (2008). Political terminology. In: R. Wodak, & V. Koller (Eds.) *Handbook of communication in the public sphere*. Berlin, New York: De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110198980.3.225>
- Chinni, D. (2021). *These nine voter groups show the political divide in America*. Retrieved January, 3, 2022, from <https://www.nbcnews.com/meet-the-press/news/these-nine-voter-groups-show-political-divide-america-n1283866>
- Choukiaraki, L., & Fairclough, N. (1999). *Discourse in late modernity: rethinking critical discourse analysis*. Edinburgh University Press. Edinburgh. Retrieved from <https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Feng.sagepub.com%2Fcontent%2F29%2F2%2F183>
- Coffin, C., & O'Halloran, K. (2012). *Finding the Global Groove: Theorizing and analysing dynamic reader positioning using Appraisal, corpus, and a concordance*. Retrieved January, 3, 2022, from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17405900500283607>
- Cottle, S. (2009). *Global crisis reporting*. Milton Keynes: Open University Press. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/268518701_Global_Crisis_Reporting_Journalism_in_the_Global_Age
- Dunmire, P. (2012). Political discourse analysis: exploring the language of politics and the politics of language. *Language and Linguistics Compass* 6(11), 735-751. <https://doi.org/10.1002/lnc3.365>
- Fairclough, N. L. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press. Retrieved from https://www.academia.edu/10844622/FAIRCLOUGH_Discourse_and_Social_Change
- Fairclough, N. (2000). *New labour, new language?* London: Routledge. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/12491151_New_Labour_New_Language
- Fairclough, N. (1998). Political discourse in the media: An analytical framework. In A. Bell & P. Garrett (Eds.), *Approaches to media discourse* (pp.142-162). London: Blackwell.
- Fairclough, N. L., & Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. In T. A. van Dijk (Ed.), *Discourse Studies. A Multidisciplinary Introduction. Vol. 2. Discourse as Social Interaction* (pp. 258-284). London: Sage. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/281506450_Critical_Discourse_Analysis
- Filardo-Llamas, L., & Boyd, M.S. (2018). Critical discourse analysis and politics. In J. Flowerdew, & J. Richardson (Eds.) *Handbook of critical discourse studies*.

<https://doi.org/10.4324/9781315739342>

- Glynos, J., Howarth, D., Norval, A., & Speed, E. (2009). *Discourse analysis: Varieties and methods*. ESRC National Centre for Research Methods Review paper. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/279668539>
- Guzzini, S. (2005). The Concept of power: a constructivist analysis. *Millennium – Journal of International Studies*, 33(3), 495-521. <http://doi.org/10.1177/03058298050330031301>
- Haig, E. (2009). *Media representations of political discourse: A critical discourse study of four reports of Prime Minister's Questions*. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/37510329>
- Hart, Ch. (2007). *Critical Discourse analysis and conceptualisation: mental spaces, blended spaces and discourse spaces*. Retrieved from https://www.academia.edu/152270/Critical_Discourse_Analysis_and_Conceptualisation_Mental_Spaces_Blended_Spaces_and_Discourse_Spaces?email_work_card=view-paper
- Hart, Ch. (2010). *Critical discourse analysis and cognitive science: New perspectives on immigration discourse*. Basingstoke, England: Palgrave Macmillan. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/309581217_Critical_discourse_analysis_and_cognitive_science_New_perspectives_on_immigration_discourse
- Hart, Ch. (2015). Cognitive linguistics and critical discourse analysis. In E. Dabrowska, & D. Divjak (Eds.), *Handbook of cognitive linguistics* (pp. 77-91). London: Routledge. Retrieved from <http://wp.lancs.ac.uk/christopherhart/files/2019/07/Cognitive-Linguistic-CDS-Flowerdew-Richardson.pdf>
- Ilie, C. (2018). Pragmatics vs rhetoric: political discourse at the pragmatics-rhetoric interface. In C. Ilie, & N. R. Norrick (Eds.), *Pragmatics and its interfaces* (pp. 85-119). Amsterdam: John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/pbns.294.05ili>
- Issers, O. (2008). Kommunikativnye strategii i taktiki russkoj rechi [Communicative strategies and tactics of the Russian speech]. Moscow: LKI Publishers (in Russian).
- Jenks, C. (2021) Mock news: On the discourse of mocking in U.S. televised political discussions. *Discourse & Communication*, 5. <https://doi.org/10.1177/17504813211043719>
- Karlsson, M., & Åström, J. (2017). Social media and political communication. Innovation and normalisation in parallel. *Journal of Language and Politics* (Published online: 30 Nov 2017), 17(2), 305-323. <http://doi.org/10.1075/jlp.17006.kar>
- Kazemian, B., & Hashemi, S. (2017). A radical shift to a profound and rigorous investigation in political discourse: an integrated approach. *International Journal of English Linguistics*, 7(3), 115-128. <http://doi.org/10.5539/ijel.v7n3p115>
- Koller, V. (2004). *Metaphor and gender in business media discourse: A critical cognitive study*. Basingstoke, England: Palgrave. <https://doi.org/10.1057/9780230511286>
- Kranert, M. (2018). Political myth as a legitimation strategy. The case of the golden age myth in the discourses of the Third Way. *Journal of Language and Politics*, 17(6), 882-902. <https://doi.org/10.1075/jlp.17059.kra>
- Kuznyetsova, G. (2021). Politychnyj dy'skurs u shidnoyevropejs'komu movoznavstvi: aspekt adresata [Political discourse in East-European linguistics: the addressee aspect]. *Visnyk Zhytomyr's'kogo derzhavnogo universytetu imeni Ivana Franka*, 1(94), 68-78 (in Ukrainian).
- Lin, A. (2014). Critical discourse analysis in applied linguistics: a methodological review. *Annual Review of Applied Linguistics*, 34, 213-232. <http://dx.doi.org/10.1017/S0267190514000087>
- Maalej, Z. (2007). Doing critical discourse analysis with the contemporary theory of metaphor: Toward a discourse model of metaphor. In C. Hart, & D. Lukeš (Eds.), *Cognitive linguistics in critical discourse analysis: Application and theory* (pp. 132-158). Newcastle: Cambridge Scholars Press.
- Machin, D., & van Leeuwen, T. (2016). Multimodality, politics and ideology. *Journal of Language and Politics*, 15(3), 243-258. <https://doi.org/10.1075/jlp.15.3.01mac>

- McKenna, B. (2008). Critical discourse studies: where to from here? *Critical Discourse Studies*, 1(1), 9-39. London: Routledge. <http://dx.doi.org/10.1080/17405900410001674498>
- Musolff, A. (2011). Metaphor in political dialogue. *Language and Dialogue*, 1(2), 191-206. <https://doi.org/10.1075/ld.1.2.02mus>
- Musolff, A. (2017). Metaphor and persuasion in politics. In E. Semino, & Z. Demjén (Eds.), *The Routledge Handbook of Metaphor and Language* (pp. 309-322). London, England: Routledge. Retrieved from https://www.academia.edu/30634964/METAPHOR_AND_PERSUASION_IN_POLITICS?email_work_card=view-paper
- Musolff, A. (2019). Metaphor framing in political discourse. *Mythos Magazine: Politisches Framing*, 1, 1-10. Retrieved from https://www.academia.edu/38266012/Metaphor_Framing_in_Political_Discourse
- O'Halloran, K. (2003). *Critical discourse analysis and language cognition*. Edinburgh, Scotland: Edinburgh University Press. Retrieved from <https://www.perlego.com/book/1708461/critical-discourse-analysis-and-language-cognition-pdf>
- Partington, A. (2002). *The linguistics of political argument: the spin-doctor and the wolf-pack at the White House*. London: Routledge.
- Pennycook, A. (2010). *Language as a local practice*. London: Routledge. <http://dx.doi.org/10.4324/9780203846223>
- Reisigl, M. (2008). Rhetoric of political speeches. In R. Wodak, & V. Koller (Eds.), *Handbook of Communication in the Public Sphere* (pp.243-270). Berlin, New York: Mouton De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110198980.3.243>
- Santa Ana, O. (2002). *Brown tide rising: Metaphors of Latinos in contemporary American public discourse*. Austin, USA: University of Texas Press.
- Schroder, K., & Phillips, L. (2012). Mediatised politics: political discourses and the media in contemporary Danish democracy. Retrieved from https://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/12_059_070.pdf
- Schroter, M. (2014). Addressee orientation in political speeches: Tracing the dialogical 'other' in argumentative monologue. *Journal of Language and Politics*, 13(2), 289-312. <https://doi.org/10.1075/jlp.13.2>
- Shevchenko, I., Alexandrova, D., & Gutorov, V. (2021). Impoliteness in parliamentary discourse: a cognitive-pragmatic and sociocultural approach. *Cognition, communication, discourse*, 22, 77-94. <http://doi.org/10.26565/2218-2926-2021-22-05>
- Shkitska, I. (2012). Manipulyaty`vna strategiya pozy`ty`vu v ukrayins`kij movi [Manipulative strategy of positive energy in Ukrainian]. Doctorate thesis. Ternopil, Ukraine, (in Ukrainian). Retrieved from <http://www.library.tnpu.edu.ua/index.php/presents/2013/86-individuals13/968-shkitska>
- Stopfner, M. (2021). Just thank God for Donald Trump – Dialogue practices of populists and their supporters before and after taking office. *Journal of Pragmatics*, 186, 308-320. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2021.10.002>
- Street, J. (2019). *Mass media, politics & democracy*. 2nd edition. London: Springer Nature Ltd.
- Van Dijk, T. (1995). Discourse analysis as ideology analysis. In Ch. Schäffner, & A. Wenden (Eds.), *Language and peace* (pp.17-36). Amsterdam: Harwood Academic. Retrieved November 15, 2021, from <https://hdl.handle.net/11245/1.117852>
- Van Dijk, T.A. (1988). *News as Discourse*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203062784>
- Van Dijk, T. (2002). Political discourse and political cognition. In P. Chilton, & A. Schäffner (Eds.), *Politics as text and talk: Analytic approaches to political discourse* (pp. 203-237). Amsterdam: John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/dapsac.4>
- Van Dijk, T.A. (2003). Critical discourse analysis. In D. Tannen, D. Schiffrin, & H. Hamilton

- (Eds.), *Handbook of discourse analysis* (pp. 352-371). Oxford: Blackwell.
- Van Dijk, T.A. (2005). *Racism and discourse in Spain and Latin America*. Amsterdam, Netherlands: John Benjamins. <https://doi.org/10.1075/dapsac.14>
- Van Leeuwen, T. (2006). Towards a semiotics of typography. *Information Design Journal*, 14(2), 139-155. <https://doi.org/10.1075/idj.14.2.06lee>
- Veretenkina, L. (2004). *Yazykovoe vyrazhenie mezhlichnostnyh manipulyacij v dramaturgii A. N. Ostrovskogo* [Linguistic expression of interpersonal manipulations in the dramaturgy of A. N. Ostrovsky]. Candidate thesis. Penza, Russia (in Russian). Retrieved from: <https://www.dissercat.com/content/yazykovoe-vyrazhenie-mezhlichnostnykh-man>
- Voter Turnout Demographics* (2020). United States Elections Project. Retrieved January 5, 2022, from <http://www.electproject.org/home/voter-turnout/demographics>
- Wieczorek, A.E. (2013). *Clusivity: A new approach to association and dissociation in political discourse*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing. Retrieved from https://www.academia.edu/3160940/_2013_Clusivity_A_New_Approach_to_Association_and_Dissociation_in_Political_Discourse_Newcastle_upon_Tyne_Cambridge_Scholars_Publishing
- Wodak, R., & van Dijk, T. A. (2000). *Racism at the top: parliamentary discourses on ethnic issues in six European states*. Klagenfurt, Austria: Drava. <https://doi.org/10.4324/9780203492741.ch25>
- Wodak, R., & Meyer, M. (2001). *Methods of critical discourse analysis*. SAGE Publications Ltd. <https://dx.doi.org/10.4135/9780857028020>
- Wodak, R. (2009). *The discourse of politics in action: politics as usual language policy 2009*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/263561029_Ruth_Wodak_The_Discourse_of_Politics_in_Action_Politics_as_Usual
- Wodak, R. (2013). (Ed.) *Critical discourse analysis*. In IV volumes. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: SAGE.
- Wodak, R. (2016). “we have the character of an island nation”. a discourse-historical analysis of david cameron’s “bloomberg speech” on the european union. EUI Working Paper. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/305709545_We_have_the_character_of_an_island_nation_A_discoursehistorical_analysis_of_David_Cameron's_Bloomberg_Speech_on_the_European_Union
- Zappettini, F. (2020). *Critical discourse analysis: concepts, methods and applications*. Presentation given at the intensive week methods training for postgraduate students. Open University, 13th-17th July 2020. Retrieved from https://www.academia.edu/5137901/Critical_Discourse_Analysis_Concepts_Methods_Applications
- Zirka, V. (2004). *Manipuljativnye igry v reklame: lingvisticheskiy aspekt: monografija* [Manipulative games in advertising: linguistic aspect: Monograph. Dnipro: National University of Dnipro (in Russian).

ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС В АСПЕКТІ АДРЕСАТА

Ганна Кузнєцова

кандидат філологічних наук, доцент,

Державний університет «Житомирська політехніка»

(вул. Чуднівська, 103, Житомир, 10005, Україна)

e-mail: maleadummin@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-3995-3568>

Анотація

Стаття презентує стан вивчення адресата політичного дискурсу як одного з базових компонентів дискурсу, у мовознавстві Західної Європи та Азії. Вона містить трактування поняття про реципієнта

політичного дискурсу, а також ідеї мовленнєвого впливу та маніпуляції в дискурсі, оскільки маніпулювання є найважливішою характеристикою досліджуваного виду дискурсу. Основна думка розвідки полягає в тому, що адресат політичного дискурсу не здобув донині достатнього вивчення, і цей факт розглядається як прогалина у дослідженні дискурсу. Цей висновок зроблений на основі огляду сучасних напрямків у вивченні політичного дискурсу західноєвропейськими та азійськими мовознавцями; серед них найбільш плідним й репрезентативним напрямком є критично-дискурсивний аналіз, з вагомим внеском політико-дискурсивного аналізу та прикладної критичної лінгвістики. Огляд показує, що дані дослідницькі напрямки зробили значний внесок у розвиток загальної дискурсології, зокрема, у розвиток вивчення політичного дискурсу, розвинувши мультимодальний підхід до об'єкту дослідження, використання якого принесло вагомий результат в теорії дискурсу та мультимодальності як наукової парадигми. У статті також показуються результати дослідження адресату політичного дискурсу як груп виборців, виконаного у роботах з теорії комунікації та PR-практик, та стверджується, що такий підхід недостатній без вивчення адресату з позиції когнітивної лінгвістики. Це дослідження також включає огляд незначної кількості робіт, присвячених вивченню реципієнта дискурсу. Стаття доходить висновку про те, що адресат політичного дискурсу наразі знаходиться поза фокусом уваги західноєвропейської лінгвістики, й тому потребує більш детального вивчення, яке може бути виконане з залученням комунікативно-когнітивного підходу до мультимодальної парадигми його дослідження.

Ключові слова: політичний дискурс, адресат/реципієнт політичного дискурсу, компонент дискурсу, дослідження дискурсу, мультимодальний підхід.

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В АСПЕКТЕ АДРЕСАТА

Анна Валерьевна Кузнецова

кандидат филологических наук, доцент,

Государственный университет «Житомирская политехника»

(ул. Чудновская, 103, Житомир, 10005, Украина).

e-mail: maleadummin@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-3995-3568>

Аннотация

Статья представляет состояние изучения адресата политического дискурса как одного из базовых компонентов дискурса, в языкознании Западной Европы и Азии. Она включает трактовку понятия о реципиенте политического дискурса, а также понятия о языковом воздействии и манипуляции в дискурсе, поскольку манипулирование является важнейшей характеристикой изучаемого вида дискурса. Основная мысль исследования состоит в том, что адресат политического дискурса не получил на данный момент достаточно глубокого изучения; данный факт рассматривается как пробел в дискурсологии. Данный вывод сделан на основании обзора современных направлений в изучении политического дискурса учеными Западной Европы и Азии; среди них наиболее плодотворным и репрезентативным является критико-дискурсивный анализ, с весомым вкладом политико-дискурсивного анализа и прикладной критической лингвистики. Обзор показывает, что названные исследовательские направления внесли значительный вклад в изучение политического дискурса, обеспечив развитие мультимодального подхода к объекту исследования, что принесло весомые результаты в теории дискурса и мультимодальности как научной парадигмы. В статье также демонстрируются результаты исследования адресата политического дискурса как группы избирателей, проведенного в работах по теории коммуникации и PR-практике, и утверждается, что такой подход представляется недостаточным без изучения адресата с точки зрения когнитивной лингвистики. Данное исследование также включает обзор незначительного количества работ, посвященных изучению реципиента дискурса. В статье делается вывод о том, что адресат политического дискурса в настоящее время находится вне фокуса внимания западноевропейских лингвистов, и потому заслуживает более детального изучения, которое может быть выполнено при условии привлечения коммуникативно-когнитивного подхода в мультимодальную парадигму его исследования.

Ключевые слова: политический дискурс, адресат/реципиент политического дискурса, компонент дискурса, исследование дискурса, мультимодальный подход.

GUIDELINES FOR CONTRIBUTORS 2020

General information

“Cognition, communication, discourse” (CCD) is an on-line open-access journal in Linguistics and languages, Literature, and Philology (UDC Subjects 80, 81, 82). Both its editorial team and the choice of authors are international.

Aims and scope. CCD focuses on language as an instrument for construing meaning, exchanging information and a form of social practice. It focuses on high-quality doctoral and post-doctoral research in cognitive linguistics, linguistic pragmatics, including cognitive pragmatics, corpus linguistics, and discourse analysis and on interdisciplinary approaches in neighboring research areas such as semantics, conversation analysis, ethnomethodology, sociolinguistics, and psycholinguistics.

Our aim is to publish innovative content, which contributes to cognitive and communicative linguistic theories drawing attested data from a wide range of languages and cultures in synchronic and diachronic perspectives. Alongside full-length articles, the journal welcomes discussion notes and book reviews on topics which are at the cutting-edge of research.

Mission. CCD presents a forum for linguistic research on the interaction between language and cognition, structures and strategies of discourse, communication studies.

The journal is aimed at linguists, teachers, graduate and post-graduate students who are doing their researches in Philology and conjoint spheres.

Article formats: Research article, Book review.

Language of publication: English, multiple. Summaries in English, Ukrainian, Russian.

Reviewing. CCD is a double-blind peer-reviewed journal. All research articles in this journal undergo rigorous double-blind peer review, based on initial editor screening and refereeing by anonymous referees. The journal is committed to meeting high standards of ethical behaviour approved by the Ethical Code of The Scientist of Ukraine (Етичний кодекс ученого України) and by the Committee on Publication Ethics (COPE) (<https://publicationethics.org/about>) at all stages of the publication process.

The editorial board reserves the right to reject an article that does not meet the established requirements or the subject matter of the journal. In case of rejection of the article, the editorial board gives the author a reasoned conclusion.

The term of reviewing the article does not exceed 2 months. The author is to make necessary changes in his / her material in two-week' time.

An article which was not recommended for publication by the reviewer is not accepted for reconsideration. The text of the negative review is sent to the author by e-mail.

Publishing ethics. In accord with the principles of academic integrity, all articles undergo the process of plagiarism checking using modern software and plagiarism online detector “Strikeplagiarism.com” (owner “Plagiat.pl”). The system establishes similarity coefficient 1 (the percentage of text that determines the level of borrowing found in certain sources, consisting of text fragments, containing at least 5 words) and similarity coefficient 2 (percentage of text that determines the level of borrowing found in certain sources that consist of text fragments containing at least 25 words). The recommended indicators of originality of articles are:

- similarity coefficient 1 – no more than 20%,
- similarity coefficient 2 – no more than 5%.

The editorial board of the journal takes the final decision on the presence of plagiarism or the lawfulness of borrowings found by the anti-plagiarist system.

Submission. Submission of the article is understood to imply that the article neither has been published before nor is being considered for publication elsewhere. The manuscript should be submitted by e-mail to the following address: cognition.discourse.journal@karazin.ua with a copy sent to the editor-in-chief (iryna.shevchenko@karazin.ua), executive secretary

(alevtyna.kalyuzhna@karazin.ua) and technical editor (mykhailo.kotov@karazin.ua).

Important. No parts of the articles submitted to “Cognition, communication, discourse” should be posted on the Internet prior to publication. Pre-publishing is possible with a corresponding reference to CCD after the article is accepted and confirmed to be published.

Content arrangement of the paper

- Title of the paper in English (12 pts, bold, CAPITAL letters, align center).
- Name and surname of the author(s) (12 pts, align center).
- Institution, place, country (12 pts, align center).
- Abstract with key words (minimum 250 words or 1800 signs, 11 pts).
- Titles of the chapters (12 pts, bold).
- Text of the paper (12 pts).
- Notes if any.
- Abbreviations if any.
- References and Sources for illustrations (if any) (12 pts, bold, CAPITAL letters, align right).
- Contact details – name(s) of the author(s) with their academic degree(s), name and address of the affiliated organization, e-mail(s) and ORCIDS of the author(s).

Text format

All materials should be Times New Roman, 12, font 1; indentation 1,0 cm, margins: left – 2 cm., right – 2 cm., top & bottom – 2.5 cm. The first lines in all sections are not indented.

Manuscripts may be submitted as email attachments in Microsoft Word 97-2003/2010 (author’s name.doc/docx) if they do not contain unusual fonts. If special symbols are used their fonts should be sent separately.

Contributions should be in English, may include multilanguage examples. Spelling should be either British or American English consistently throughout the paper. If not written by a native speaker of English it is advisable to have the paper checked by a native speaker.

Papers should be reasonably divided into numbered sections and, if necessary, sub-sections.

The title is preceded by the universal decimal classification (UDC) bibliographic code. Example:

UDC code (left on top)

TITLE (TIMES NEW ROMAN, 12, BOLD, CAPITAL LETTERS, CENTERED)

First Author Name and Surname (Times New Roman, 12, Bold)

(Affiliation, City, Country)

Next Author Name and Surname (Times New Roman, 12, Bold)

(Affiliation, City, Country)

Abstract: (in English, Ukrainian, Russian, Times New Roman, 11)

Author’s name surname. Title of the article (bold). An abstract is a brief, comprehensive summary of the contents of the article; it allows readers to survey the contents of an article quickly. The abstract should normally be a single paragraph *between 200 and 250 words* (minimum 1800 signs, key words included). A good abstract is accurate, nonevaluative, coherent and readable, clear and concise. It uses verbs rather than their noun equivalents and the active rather than the passive voice; uses the present tense to describe conclusions drawn or results with continuing applicability; uses the past tense to describe specific variables manipulated or outcomes measured. An abstract for *a theory-oriented paper* should describe: how the theory or model works and/or the principles on which it is based; what phenomena the theory or model accounts for; and its linkages to empirical results. An abstract for *a methodological paper* should comprise the general

class of methods being discussed; the essential features of the proposed method; and the range of application of the proposed method. Given the small amount of words allowed, each word and sentence included in your abstract needs to be meaningful. In addition, all the information contained in the abstract must be discussed in the main body of the paper.

Keywords: List five to ten pertinent keywords specific to the article; use singular nouns.

1. Introduction

The body of a manuscript opens with an introduction that presents the specific problem under study and describes the research strategy. The structure of the introduction should necessarily comprise the author's aims / tasks / objectives, the subject-matter and the material of the study.

Exploring the importance of the problem the article should state how it is related to previous work in the area. If other aspects of this study have been reported previously, how does this report differ from, and build on, the earlier report?

Describe relevant related literature. This section should review studies to establish the general area, and then move towards studies that more specifically define or are more specifically related to the research you are conducting. Your literature review must not be a series of quotations strung together; instead it needs to provide a critical analysis of previous work.

State hypotheses and objectives, their correspondence to research. The statement of the hypothesis should logically follow on from your literature review and you may want to make an explicit link between the variables you are manipulating or measuring in your study and previous research. The present tense is used to state your hypotheses and objectives.

Sections and subsections of the paper. Divide your article into clearly defined sections. Any labeled sections / subsection should be numbered (i.e., 2. or 2.1, 2.2 if necessary) and given a brief heading marked in bold (Times New Roman, 12 without full stops at the end). Each heading should appear on its own separate line.

A good paragraph should contain at least the following four elements: transition, topic sentence, specific evidence and analysis, and a brief concluding sentence. A transition sentence acts as a transition from one idea to the next. A topic sentence tells the reader what you will be discussing in the paragraph. Specific evidence and analysis support your claims that provide a deeper level of detail than your topic sentence. A concluding sentence tells the reader how and why this information supports the paper's thesis.

2. Method

The Method section describes in detail how the study was conducted, including conceptual and operational definitions of the variables used in the study. It also permits experienced investigators to replicate the study.

The method section should be written in paragraph form with as little repetition as possible. This section will often be broken down into subsections such as participants, materials and procedure. The subsections you use will depend on what is useful to help describe and explain your experiment.

In the method section of the paper you should use the past tense since you are describing what you did; for example, e.g. *An experiment was performed...*, *The participants were instructed to ...* .

3. Results

This section describes but does not explain your results; it provides the reader with a factual account of your findings. You can, however, draw attention to specific trends or data that you think are important. Your aim in your Results section is to make your results as comprehensible as possible for your readers.

If you are presenting statistical results, place descriptive statistics first (means and standard deviations) followed by the results of any inferential statistical tests you performed. Indicate any

transformations to the data you are reporting; for example, you may report percentage correct scores rather than straight scores. Raw data and lengthy whole transcripts of qualitative data should be put in the appendices, only excerpts (descriptive statistics or illustrative highlights of lengthy qualitative data) should be included in the results section.

In the results section you will need to use both the past tense and the present tense. The past tense is used to describe results and analyses; for example, *The knowledge scores were analyzed ..., The results indicated ...*

The present tense is used with results that the reader can see such tables and figures; for example, *The data of growth rate in Table 3 illustrates how ...*

Authors should refer in the text to all tables and figures used and explain what the readers should look for when using the table or figure. Focus only on the important point the readers should draw from them, and leave the details for the readers to examine on their own. Each table and figure must be intelligible without reference to the text, so be sure to include an explanation of every abbreviation (except the standard statistical symbols and abbreviations).

Give titles to all tables and figures, number all tables sequentially as you refer to them in the text (Table 1, Table 2, etc.), likewise for figures (Figure 1, Figure 2, etc.).

4. Discussion

If necessary an article may have more sections and subsections.

All examples are italicized. One word or word-combination examples are given within the body of a paragraph.

Sentence or textual examples, preferably numbered through the article, are given in separate paragraphs in italics (their source is given straight) with indentation 1,0 cm for the whole paragraph and separated from the previous / following text by one blank line. Example:

- (1) *"I'm Prendergast," said the newcomer. "Have some port?"*
"Thank you, I'd love to." (Waugh, 1980, p. 46)

5. Conclusions

This section simply states what the researcher thinks the data mean, and, as such, should relate directly back to the problem/question stated in the introduction. By looking at only the Introduction and Conclusions sections, a reader should have a good idea of what the researcher has investigated and discovered even though the specific details of how the work was done would not be known. After moving from general to specific information in the introduction and body paragraphs, your conclusion should restate the main points of your argument.

Conclusions should finish up with an overview of future possible research.

Acknowledgments (not obligatory and not numbered paragraph). Identify grants or other financial support (and the source, if appropriate) for your study. Next, acknowledge colleagues who assisted in conducting the study or critiquing the manuscript. End this paragraph with thanks for personal assistance, such as in manuscript preparation.

Footnotes should be avoided. Any essential **notes** should be numbered consecutively in the text and grouped together at the end of the paper.

In-text citations. The journal uses APA-6 format ([APA style](#)). If you are directly quoting from a work and the author is not named in a signal phrase, you will need to include the author, year of publication, and the page number for the reference: (Pocheptsov, 1976, p. 15; Leech, 1985, pp. 373-4).

If the quotation includes the author's last name, it is simply followed by the date of publication in parentheses; if no last name is mentioned in the text it is given in parentheses. For example: According to Jones (2005), "Students often had difficulty using Gerunds and Infinitives, especially when it was their first time" (p. 156). Or "Students often had difficulty..." (Jones, 2005, p. 156).

If you cite a work of two to five authors (use ‘&’ within parentheses; use ‘and’ outside parentheses):

a) Becker and Seligman’s (1996) findings contradicted this result. This result was later contradicted (Becker & Seligman, 1996). Mind no comma before & in citing two authors!

(b) Medvec, Madey, and Gilovich (1995) examined a group of Olympic medalists. Or medalists were examined in (Medvec, Madey, & Gilovich, 1995) (Mind a comma before & in citing three to five authors in parenthesis!) A subsequent citation would appear as (Medvec et al., 1995).

In case of six or more authors, cite only the last name of the first author, followed by “et al.” and the year of publication: Barakat et al. (1995) attempted to ...

APA-6

In-Text and Parenthetical Citation Examples

Quote with author’s name in text	Smith (2019) states that, “...” (p. 112).
Quote with author’s name in reference	This is quoted as, “...” (Smith, 2019, pp. 112-4).
Paraphrasing with author’s name in text	Smith (2019) stated these facts, too.
Paraphrasing author’s name in reference	This fact has been stated (Smith, 2019).
No author – give title of work abbreviated to first major word	This book is true (<i>Long</i> , 2019).
<i>Italics for books & journals</i> , “quotation marks” for articles & web pages	This article is true (“Long,” 2019).
Citing entire website – put URL	This has evidence (www.pubmed.gov).
Quote from website – use paragraph number	According to, “...” (Smith, 2019, para. 4).
More than one author with same last name	P. L. Smith (2018) and J. M. Smith (2019)
Source has more than one author in text	Smith and Lee agree that (2019)
Source has more than one author in reference	This is agreed upon (Smith & Long, 2019).
Citing more than one work	We all agree (Smith, 2019; Lee, 2018).
Citing more than one work by same author published in the same year	We all agree (Smith, 2019a, 2019b, 2019c) Smith (2019a) believes
	It has been reported ... (Smith, 2019c)

The quotations longer than three lines should constitute a separate block, indented 1.0 cm paragraph(s), single spaced, font 12 pts, italics, with no quotation marks, e.g., Kövecses (2018, p. 133) writes:

In sum, the intratextual use of conceptual metaphor does not necessarily produce metaphorically homogenous discourse. In most cases, a variety of different conceptual metaphors is used in particular media and other texts.....

For such quotations their author may be cited in a parenthesis below, not italicized, e.g.:

In sum, the intratextual use of conceptual metaphor does not necessarily produce metaphorically homogenous discourse. In most cases, a variety of different conceptual metaphors is used in particular media and other texts. This is a natural phenomenon, given the nature of conceptual metaphors as based on the general structure of concepts (i.e., that the concepts have various aspects and we use the conceptual metaphors to comprehend those aspects). (Kövecses, 2018, p. 133)

Quotation marks. Single quotation marks should be used for the translation of non-English words, e.g., *cogito* ‘I think’.

Double quotation marks should be used in all other cases, i.e., direct quotations in running text.

Please always use rounded quotation marks (“...”) not "straight" ones.

Dashes. Spaced EM dashes (long English dashes) are used as parenthetical dashes (“text —

text”). Please do not use double hyphens (--).

Unspaced EN dashes (a short dash corresponding to the Ukrainian dash) should be used between inclusive numbers to show a range), e.g., 153-159, 1975-1979.

A long dash (EM dash, —) without spaces on the left or right in English texts might set off a phrase at the end of a sentence—like this one. Or, EM dashes may set off a phrase midsentence—a technique that really draws a reader’s attention—as they do in this sentence.

Italics should be used for:

- Words, phrases, and sentences treated as linguistic examples
- Foreign-language expressions
- Titles of books, published documents, newspapers, and journals
- Drawing attention to key terms in a discussion at first mention only. Thereafter, these terms should be set straight.
- Emphasizing a word or phrase in a quotation indicating [emphasis mine]

Bold or underlining may be used sparingly to draw attention to a particular linguistic feature within numbered examples (not in the running text).

Please keep the use of italics and boldface type to an absolute minimum. CAPITAL LETTERS and SMALL CAPS should not be used for emphasis.

Punctuation. Please use a serial comma (an Oxford comma or a Harvard comma) placed immediately before the coordinating conjunction (and or or) in a series of three or more terms as in “France, Italy, and Spain” (with the serial comma), but “France or Spain” (two terms only).

Put a comma before ‘which’ to introduce attributive clauses (“Tom’s book, which he spent ten years writing, is now a best seller.”). Do not use a comma to introduce questions and prepositional phrases (“in which”).

Abbreviations. List of Common Latin Abbreviations for APA Style

Abbreviation	Meaning	Used inside of parentheses only
cf.	“compare” or “consult” (to contrast information)	Never put a comma after “...in (cf. Zeller & Williams, 2007)”.
e.g.,	“for example,” (<i>exempli gratia</i>)	Always put a comma after: “Some studies (e.g., Macmillan, 2009)...”
etc.	“and so on” / “and so forth”	Put a comma before if used to end a list of at least two other items: “ (chemistry, math, etc.). In other cases do not use a comma “(biology etc)”.
i.e.,	“that is,” (<i>id est</i> ; specific clarification)	Always put a comma after: “(i.e., first, second, or third)”
vs.	“versus”	Put a full stop after: “(low vs. high)”, do not italicize.
ibid.	“ <i>ibidem</i> ” for citations	Not used in APA to refer again to the last source previously referenced. Instead give each citation using author names as usual.

References (Times New Roman 12, bold, caps, not numbered)

A reference list (usually about 30 authors, preferably of the last decade) must comprise all the references cited in the text of your paper, listed in alphabetical order at the end of the paper and not numbered. Each reference in the reference list needs to contain all of the bibliographic information from its source (citation style APA-6). In each new item, its first line is aligned right, other lines (if any) are indented 1,0 cm. Please make your URL and DOI active.

For materials in Latin:

Books (authored work) & e-books:

Langacker, R.W. (2008). *Cognitive grammar: A basic introduction*. New York: Oxford University Press.

Chandler, D. (1998). Semiotics for beginners. Retrieved September, 1, 2018, from <http://www.users.aber.ac.uk/dgc/Documents/S4B> or doi: 10xxxx

Book chapter:

Mind that editors' first names are cited before their family names, with a comma before "&" for two or more editors:

Haybron, D.M. (2008). Philosophy and the science of subjective well-being. In M. Eid, & R. J. Larsen (Eds.). *The science of subjective well-being* (pp. 17–43). New York, NY: Guilford Press.

E-book not from a database and without a DOI: in the URL field include the full URL or the homepage URL. Leave out Place and Publisher:

Austen, J. (1853). *Pride and prejudice: A novel*. Retrieved from <https://books.google.co.nz/books?id=ZXY1CwAAQBAJ&lpg=PP1&dq=pride%20and%20prejudice&pg=PT4#v=onepage&q=pride%20and%20prejudice&f=true>

E-book from a Library database: In the URL field include the URL but remove the ezprozy details:

Best, A., Hanhimaki, & Schulze, K. E. (2015). *International history of the twentieth century and beyond* (3rd ed.). Retrieved from <https://ebookcentral-proquest-com>

Journal articles:

Gibbs, J. P. (1989). Conceptualization of terrorism. *American Sociological Review*, 54(3), 329-340. doi: 10xx.xxxxx or Retrieved month, day, year, from journal URL.....

On-line newspaper article:

Brody, J. F. (2007, December 11). Mental reserves keep brain agile. *The New York Times*. Retrieved from <http://www.nytimes.com>

Several volumes in a multivolume work:

Koch, S. (Ed.). (1959-1963). *Psychology: A study of science* (Vols. 1–6). New York, NY: McGraw-Hill.

Reference book:

VandenBos, G. H. (Ed.). (2007). *APA dictionary of psychology*. Washington, DC: American Psychological Association.

Print journal article. Article titles use sentence style capitalization, i.e., capitalize the first word of the title and subtitle (after a colon, if there is one), and any proper nouns (names). Journal/magazine and newspaper titles use headline style capitalization, i.e., capitalize each significant word but not articles and prepositions. In the year field for reference type Article in press enter the words: (in press). Mind a comma before "&" to cite more than one authors!

Where relevant, enter data in either the DOI or URL. In 2017, Crossref updated their DOI display guidelines, their new recommended format looks like this: <https://doi.org/10.1037/arc0000014>

Wilson, S., Spies-Butcher, B., & Stebbing, A. (2009). Targets and taxes: Explaining the welfare orientations of the Australian public. *Social Policy & Administration*, 43, 508-525. <https://doi.org/10.1037/arc0000014>

Fennimore, D. L. (1981). American neoclassical furniture and its European antecedents. *American Art Journal*, 13(4), 49-65. Retrieved from <http://www.jstor.org>

Webpage, with author but no date:

Flesch, R. (n.d.). *How to write plain English*. Retrieved October 3, 2017, from http://www.mang.canterbury.ac.nz/writing_guide/writing/flesch.shtml

Webpage with corporate author (an organisation or group):

New Zealand Government. (2008). *Digital strategy*. Retrieved April 12, 2009, from <http://www.digitalstrategy.govt.nz/>

Dissertation. Print/Hardcopy format

Knight, A. (2001). *Exercise and osteoarthritis of the knee* (Unpublished master's dissertation). Auckland University of Technology, Auckland, New Zealand.

Thesis or dissertation, online from an institutional repository or a website

Thomas, R. (2009). *The making of a journalist* (Doctoral thesis, Auckland University of Technology, Auckland, New Zealand). Retrieved from <http://hdl.handle.net/10292/466>

Conference paper in regularly published proceedings, retrieved online:

Houzel, S., Collins, J. H., & Lent, R. (2008). The basic nonuniformity of the cerebral cortex. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 105, 12593-12598. doi: [10.1073/pnas.0805417105](https://doi.org/10.1073/pnas.0805417105)

Film/movie

Scorsese, M. (Producer), & Lonergan, K. (Writer/Director). (2000). *You can count on me* [Motion picture]. United States: Paramount Pictures.

Blog post:

Author, A.A. (2019, December 12). Title of post [Description of form]. Retrieved from <http://www.xxxx>

For more details go to:

EndNote for PC: A comprehensive guide to the reference management software EndNote. Retrieved October 3, 2019, from http://aut.ac.nz.libguides.com/endnote/APA_and_EN_Books

For materials in languages other than English:

Standard format: Author, Initials. (year). *Title of book* (Edition if later than first e.g. 3rd ed.) [Title translated into English]. Place of publication: Publisher.

!All titles other than English (French, Spanish, etc.) are to be translated!

Book:

Piaget, J. (1966). *La psychologie de l'enfant* [The psychology of the child]. Paris, France: Presses Universitaires de France.

Bennahmias, J.-L., & Roche, A. (1992). *Des verts de toutes les couleurs: Histoire et sociologie du mouvement ecole* [Greens of all colours: history and sociology of the ecology movement]. Paris: Albin Michel.

Journal articles (brackets contain an English translation of the article's title, not the journal):

Janzen, G., & Hawlik, M. (2005). Orientierung im Raum: Befunde zu Entscheidungspunkten [Orientation in space: Findings about decision points]. *Zeitschrift für Psychologie*, 213 (4), 179–186. doi: [10.1026/0044-3409.213.4.179](https://doi.org/10.1026/0044-3409.213.4.179)

Zhabotynska, S. (2018). Dominantnist` ukrayins`koyi movy` v umovax bilingvizmu: nejrokognity`vni chy`nny`ky` [Dominance of Ukrainian in the bilingual setting: neurocognitive factors.]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina*, 87, 5-19 (in Ukrainian)

E-materials:

Zagurenko, A. A. (2002). Ekonomicheskaya optimizatsia [Economic optimization]. *Neftyanoe khozyaistvo*, 11. Retrieved from <http://www.opus>

Conference papers:

Zagurenko, A. A. (2002). Osobennosti proektirovaniya [Features of design]. Trudy 6 Mezhdunarodnogo Simpoziuma: *Novye tekhnologii*. Kyiv, 267-272 (in Russian).

Dissertations:

Zagurenko, A. A. (2002). *Ekonomichna optymizatsia*. [Economic optimization]. Unpublished candidate dissertation, National Teachers' Training University of Ukraine, Kyiv, Ukraine (in Ukrainian)

Dissertation thesis (abbreviations: dokt./ kand.):

Zagurenko, A. A. (2002). *Ekonomichna optymizatsia*. [Economic optimization]. Unpublished candidate dissertation thesis, National Teachers' Training University of Ukraine, Kyiv, Ukraine (in Ukrainian)

For transliteration use <http://translit.kh.ua> (from Ukrainian) and <http://www.translit.ru> (from Russian). Use <http://apareferencing.ukessays.com/generator/> to create reference list according to APA citation style.

DOIs. When DOIs are available, include them in the reference information. Place the DOI at the end of the reference, and don't add a period at the end of it. Here's an example:

Author, A.A., & Author, B. B. (Date of publication). Title of article. *Title of Journal*, volume number, page range. [doi: 10.0000/0000](https://doi.org/10.0000/0000)

SOURCES FOR ILLUSTRATIONS (bold, CAPS, not numbered)

All textual examples cited in the article should have full bibliographic information about their sources listed in alphabetical order and not numbered (citation style APA-6).

Author's research profile. All articles are followed by the author's research profile in English, Ukrainian, Russian, containing information about his/her name and surname, title, position, affiliation and work address (please take it from the official site), e-mail, ORCID. Example:

Petrenko Petro – PhD in Linguistics, Associate Professor, Kyiv National Linguistic University (73, Velyka Vasylykivska St., Kyiv, 03680, Ukraine); e-mail: name@gmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0399-5811>.

SCHOLARLY JOURNAL
COGNITION, COMMUNICATION, DISCOURSE

International on-line scholarly journal. 2021, # 23
Series "Philology"

English and multilanguages

Computer version

L. P. Z'abchenko

Journal web-site

V.O. Shevchenko

4, Svobody sq., Kharkiv 61022, Ukraine
V. N. Karazin Kharkiv National University