

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

ГОЛОВАЧ ТЕТЯНА МИКОЛАЇВНА

УДК 811.111'373.613 (043.3)

**ЕКЗОТИЗМИ
ЯК МАРКЕРИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ
(на матеріалі сучасних англомовних медіатекстів)**

Спеціальність 10.02.04 – германські мови

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата філологічних наук

Львів – 2016

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано на кафедрі іноземних мов для природничих факультетів Львівського національного університету імені Івана Франка

Науковий керівник: доктор філологічних наук, доцент
Яхонтова Тетяна Вадимівна,
Львівський національний університет
імені Івана Франка,
професор кафедри іноземних мов
для природничих факультетів

Офіційні опоненти: доктор філологічних наук, професор
Самохіна Вікторія Опанасівна,
Харківський національний університет
імені В. Н. Каразіна,
завідувач кафедри англійської філології

кандидат філологічних наук, доцент
Чугу Світлана Дмитрівна,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-
економічного університету,
доцент кафедри іноземної філології та перекладу

Захист відбудеться «27» жовтня 2016 р. о 10 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 35.051.15 у Львівському національному університеті імені Івана Франка за адресою: 79000, м. Львів, вул. Університетська, 1.

З дисертацією можна ознайомитися у Науковій бібліотеці Львівського національного університету імені Івана Франка за адресою: 79000, м. Львів, вул. Драгоманова, 5.

Автореферат розіслано «23» вересня 2016 р.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради,
кандидат філологічних наук, доцент

О. В. Татаровська

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Дисертацію присвячено виявленню, аналізу і узагальненню провідних характеристик і функцій екзотизмів як виду гетерогенної лексики в англійських медіатекстах на тлі сучасних процесів міжкультурної комунікації. Дослідження здійснено на перетині лексикології, стилістики і міжкультурної комунікації.

Характерними рисами розвитку сучасної цивілізації є соціальна і економічна глобалізація суспільства та міжкультурна комунікація, що супроводжуються інтенсивними процесами мовних запозичень. В умовах глобалізаційних процесів використання іншомовної лексики стає чинником, що, з одного боку, сприяє встановленню міжмовних контактів та зближенню з реаліями й культурними світами інших етнічних спільнот, а з іншого, допомагає усвідомленню та культивуванню власної національної ідентичності.

Серед мовних запозичень прийнято виокремлювати гетерогенні елементи, які вирізняються високим ступенем структурної та генетичної сторонності стосовно мови-реципієнта (В. С. Шиманський). Гетерогенні елементи можуть охоплювати різні мовні рівні, але найбільше їх у лексиці. Найвідоміший вид гетерогенної лексики – це екзотизми, тобто слова, запозичені як із індоєвропейських, так і з неіндоєвропейських, маловідомих мов, які асоціюються з чужою культурою та вживаються для відображення певних властивостей побуту, одягу та звичаїв іншого народу.

Екзотизми у різних мовах вже неодноразово привертали увагу дослідників (М. Л. Алексєєва, Л. М. Архипенко, В. В. Ваніна, Т. К. Вереніч, І. С. Воронкова, К. А. Єгорова, Т. М. Єфіменко, Л. П. Єфремов, Ю. А. Зацний, Р. П. Зорівчак, Т. П. Зюріна, Є. В. Марінова, І. М. Мозова, Т. В. Новікова, Л. Г. Самотик, А. Є. Супрун, В. П. Сімонок, Т. Ю. Тамерьян, С. А. Тіміна, Н. А. Філатова, Н. А. Чумак, Г. Є. Шилова, В. С. Шиманський, Т. В. Яхонтова, F. E. Daulton, F. R. González, H. Naarmann, G. Kay, A. Onysko). Однак аналіз їхніх функціональних властивостей в контексті міжкультурної комунікації залишається недостатньо дослідженим, особливо в англійській як мові-реципієнті.

Актуальність теми дослідження визначається: спрямованістю сучасного мовознавства на дослідження лінгвокультурних феноменів у глобальному контексті; потребою осмислення різних аспектів мовних процесів на тлі інтенсифікації міжмовних контактів; необхідністю глибшого розкриття функціональної ролі екзотичної лексики у медіатекстах; недостатнім знанням про функціонально-комунікативний потенціал екзотизмів у контексті міжкультурної комунікації.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано в межах наукової теми факультету іноземних мов Львівського національного університету імені Івана Франка «Сучасні напрями формування структурно-семантичних і когнітивно-дискурсивних парадигм германських, романських і класичних мов» (шифр теми 0114U004243). Тему дисертації затверджено на засіданні вченої ради Львівського національного університету імені Івана Франка, протокол №26/5 від 29 травня 2014 року.

Мета дисертаційного дослідження – виявити основні генетичні, графічні, структурні і семантичні характеристики екзотизмів та визначити їх стилістичні функції в сучасних англомовних медіатекстах.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- з'ясувати сутність міжкультурної комунікації як феномена сучасності;
- виокремити екзотизми з-поміж інших видів гетерогенної лексики;
- сформуванати корпус дослідження на матеріалі сучасних англомовних медійних текстів;
- виявити генетичні характеристики корпусу;
- описати фонетико-графічні особливості виокремлених екзотизмів;
- визначити їхні структурні особливості та синтаксичну сполучуваність;
- здійснити тематичну диференціацію екзотизмів;
- з'ясувати семантичні особливості та ступінь асиміляції екзоодиноциць;
- виявити провідні жанрові характеристики медіатекстів;
- проаналізувати функції екзотизмів у медійних текстах в контексті глобальної міжкультурної комунікації;
- концептуалізувати функціонально-комунікативний потенціал екзотизмів як маркерів міжкультурної комунікації в сучасних англомовних медіатекстах.

Об'єкт дослідження – екзотизми в англомовних медіатекстах.

Предмет дослідження – різнорівневі особливості та функції екзотичної лексики в сучасних англомовних медіатекстах в контексті міжкультурної комунікації.

Матеріалом дослідження послуговувало 600 одиниць екзотичної лексики, відібраних методом суцільної вибірки із текстів медіажанру *feature* (тематичних статей) британських і американських газет та туристичних путівників (загальним обсягом близько 3000 сторінок, приблизно 480000 слів). На їх основі укладено лінгвокраїнознавчий словник-довідник екзотизмів у сучасній англійській медіамові.

Теоретико-методологічне підгрунття дисертації становлять:

- синтез лексикологічних досліджень сучасних мовних процесів (В. Д. Бялик, Я. В. Бистров, А. Г. Гудманян, С. М. Єнікєєва, В. І. Заботкіна, Ю. А. Зацний, Р. К. Махачашвілі, О. Ю. Моїсеєнко, М. М. Полюжин, В. М. Ярцева, D. Crystal, В. В. Kachru, J. Jenkins);
- теорія мовних контактів (О. Ю. Жлуктенко, О. І. Чердниченко, Л. В. Щерба, U. Weinreich);
- напрацювання у галузі лінгвокультурології та теорії міжкультурної комунікації (Б. М. Ажнюк, А. Вежбицька, Є. М. Верещагін, В. Г. Костомаров, Ф. С. Бацевич, Т. Г. Добросклонська, П. М. Донець, В. В. Кабакчі, В. І. Карасик, А. Е. Левицький, І. Ю. М'язова, С. Г. Тер-Мінасова, Є. Г. Фалькова, С. Д. Чугу);
- жанрово-дискурсивний напрям досліджень медійних текстів (С. І. Потапенко, К. С. Серажим, С. І. Сметаніна, К. Г. Сіріньок-Долгарьова, D. Machin, T. van Leeuwen, M. Macdonald, A. O'Keeffe);

- провідні принципи функціональної стилістики (І. В. Арнольд, Ш. Баллі, В. В. Виноградов, Т. Г. Винокур, В. А. Кухаренко, О. М. Мороховський, В. О. Самохіна, К. Wales).

Методи дослідження. У дисертації застосовано низку загальнонаукових і лінгвістичних методів, які доповнюють один одного та забезпечують належний рівень достовірності результатів: *аналіз та синтез* (для виявлення та узагальнення основних критеріїв й ознак екзотичної лексики); *дефініційний аналіз* (для диференціації провідних термінів дослідження та виявлення відношень між ними); *суцільна вибірка* (для відбору екзотизмів з текстів); *описовий* (для інвентаризації виокремлених одиниць та з'ясування їхніх різноманітних особливостей); *тематична класифікація* (для з'ясування предметно-понятійної різноманітності корпусу); *структурно-семантичний аналіз* (для розгляду структури і семантики екзоодиноциць у їхньому взаємозв'язку); *частининомовний аналіз* (для стратифікування екзотичної лексики на формально-граматичному рівні); *кількісний аналіз* (для виявлення ступеня репрезентативності екзолексем та їхніх характеристик); *жанровий аналіз* (для показу жанрових характеристик текстів – джерел екзотичної лексики); *функціонально-стилістичний аналіз* (для визначення функцій екзотизмів, зумовлених жанрово-прагматичними характеристиками медіатекстів); поєднання *аналізу й синтезу, індукції та дедукції з функціональним аналізом* (для переосмислення функцій екзотизмів у медіатекстах на рівні сучасного глобального міжкультурного контексту).

Наукова новизна дисертаційного дослідження полягає у тому, що у дисертації *уперше*: здійснено комплексне дослідження екзотизмів в англійських текстах *feature* та путівниках; виявлено їхнє функціонально-комунікативне навантаження; запропоновано два типи стилістичних функцій екзотичної лексики, обумовлених, відповідно, жанрово-прагматичними характеристиками медіатекстів та глобальним контекстом міжкультурної комунікації.

На захист виносяться такі положення:

1. В сучасну епоху глобалізації та міжкультурної комунікації англійська мова відіграє роль лінгва франка міжкультурної взаємодії та активно збагачується різними національними особливостями завдяки контакту з іншими мовами. У цьому процесі важлива роль належить різноманітним запозиченням, зокрема екзотизмам. Екзотичну лексику визначає сукупність таких ознак, як безеквівалентність, номінативний характер смислів, відносна морфологічна гомогенність, тенденція до локалізації на мовній периферії, нездатність до мовного варіювання, слабкі парадигматичні зв'язки, неповна асимільованість мовою-реципієнтом, яскраво виражений національно-культурний колорит.

2. Екзотизми у газетних текстах *feature* і путівниках походять із 32 мов, які належать до 9 мовних сімей (індоєвропейської, сино-тибетської, семіто-хамітської, кушитської, конго-кордофанської, тюркської, уральської, ізольованої та австронезійської) і 17 мовних груп. Найчастотніші – екзотизми французького (*abattoir* – бійня, скотобійня; *bar à huîtres* – ресторан морепродуктів; *repas maigre* – пісна їжа), японського (*ryokan* – рюкан (традиційний готель); *midori-nomadoguchi* – каси бронювання квіток; *bijinga* – бідзінга (загальна назва для творів живопису, що зображають жіночу красу), іспанського (*tablao* – таблао (місце, де проводяться шоу

фламенко); *peña* – пенья (місце зустрічі музикантів чи художників); *gitanos* – цигани) та італійського (*panettone* – панеттоне (традиційний різдвяний пиріг); *carne cruda* – рублена яловичина; *pappardelle* – паппарделле (макаронні вироби у вигляді широких плоских стрічок) походження. Серед екзодиниць корпусу 15 % становлять екзотизми з культурно-специфічною графікою, яка сприяє формуванню медійного контексту, відкритого для інтеракції різних лінгвокультур.

3. У корпусі екзотизмів виявлено шість тематичних груп, об'єднаних гіперонімами: «Кулінарія», «Побут», «Культура й мистецтво», «Суспільно-політичне життя», «Філософія та релігія», «Спорт».

Переважну більшість екзодиниць становлять іменники або іменникові конструкції, значно рідше – прикметники. Екзотизми в реченні можуть виконувати роль підмета, бути частиною присудка, виступати додатком, означенням, або прикладкою.

Ступінь асиміляції екзотизмів невисокий, однак деякі екзотизми можуть функціонувати у медіатекстах самостійно та не потребувати додаткової експлікації.

4. Функції екзотичної лексики в медіатекстах належать до двох типів. Перший – це текстові функції екзотизмів, зумовлені жанрово-прагматичними характеристиками текстів, в яких вони використовуються. Другий – це функції, зумовлені контекстом міжкультурної комунікації, в якому текстові ролі екзотичної лексики переосмислюються як соціальні, характерні для мовного використання у глобалізованому суспільстві. Усі функції взаємопов'язані, перетинаються і взаємодіють під впливом різнорівневих чинників – від жанрово-текстових до соціокультурних і суспільних загалом.

5. Синкретичний газетний жанр *feature* спрямований на індивідуально-авторське висвітлення проблем сучасного суспільства. Він охоплює тексти широкого тематичного спектру – від політики та бізнесу до культури, спорту і освіти. В англійських текстах *feature* екзотизми виконують текстові функції інтродукції нових понять, досягнення семантичної точності, створення ефекту достовірності розповіді, колоритотвірну, декоративно-естетичну, емоційно-експресивну та аксіологічну. До соціальних функцій екзотизмів у текстах *feature* належать функції культурного перенесення, пізнавальна, ідеологічна та етнічної стереотипізації.

6. Сучасний друкований чи онлайнвий путівник – це медіажанр, створений в рамках і для міжкультурної комунікації. Провідна комунікативна інтенція путівника – показати та прорекламувати локації, що мають особливу або потенційну географічну, історичну, культурну цінність. Для путівників характерна креолізованість і гнучкість жанрових канонів, що зумовлена взаємодією в текстах путівників різних видів дискурсу. В англійських текстах путівників екзолексеми виконують атрактивну текстову функцію, яка базується на синергії інформаційної, декоративно-естетичної, емоційно-експресивної, колоритотвірної, розважально-пізнавальної, аксіологічної та рекламної функцій. До соціальних функцій екзотизмів у текстах путівників належать функції інкультурації, освітня та ідеологічна, які реалізується лише з позитивною оцінною конотацією.

7. Завдяки своїм соціальним функціям, екзолексеми в англійських медіатекстах виступають лінгвальною рушійною силою інтенсифікації діалогу

культур та лексично маркують усі важливі наслідки процесів сучасної міжкультурної комунікації: привнесення в англо-американську лінгвокультуру понять, що збагачують її концептосферу і мовну картину світу; створення і розвиток етнічних стереотипів, які характерні для формування міжкультурних контактів; формування ідеологічних орієнтацій і систем цінностей, пов'язаних з певними націями; прилучення носіїв англійської як мови-реципієнта до різних аспектів інших лінгвокультур.

Теоретичне значення дисертації полягає у концептуальному осмисленні особливостей і функцій екзотичної лексики в англомовних медіатекстах, що є внеском у теоретичні засади лексикології, функціональної стилістики, міжкультурної комунікації та лінгвокультурології.

Практична цінність дисертаційних результатів полягає у можливості їх використання для підготовки нормативних курсів з лексикології (розділ «Лексичні запозичення»), стилістики (розділ «Стилістична диференціація лексики»), міжкультурної комунікації (розділ «Мова і культура»), а також для викладання англійської мови на профільних та непрофільних факультетах. Укладений англо-український глосарій екзотизмів в сучасній англійській медіамові можна використовувати у навчальних цілях та у дослідницькій діяльності фахівців у галузях лексикології, лінгвокультурології і міжкультурної комунікації.

Особистий внесок здобувача. Усі результати дослідження є наслідком самостійної праці дисертанта. Робіт, написаних у співавторстві, немає.

Апробація результатів дисертаційного дослідження. Дисертацію обговорено на розширеному засіданні кафедри іноземних мов для природничих факультетів Львівського національного університету імені Івана Франка (протокол № 10 від 24 травня 2016 р.). Основні положення та результати дослідження апробовано на шести міжнародних конференціях: «Дні науки Європейського колегіуму польських і українських університетів» (Люблін, Польща, 2010), «Навчання англомовної академічної комунікації в Україні та у світі: проблеми і перспективи» (Львів, 2011), «Актуальні проблеми германської філології та прикладної лінгвістики» (Чернівці, 2013), «Актуальні проблеми германо-романської філології та освітній соціокультурний процес» (Тернопіль, 2013), «Urgent Problems of Philology and Linguistics» (Будапешт, Угорщина, 2014), «Мова та література у полікультурному просторі» (Львів, 2014), а також на всеукраїнській конференції «Освіта і наука в Україні» (Дніпропетровськ, 2013).

Публікації. Головні положення дисертаційного дослідження відображено у 5 статтях, опублікованих у фахових виданнях України, 2 статтях, опублікованих у міжнародних періодичних виданнях та 3 тезах доповідей міжнародних конференцій.

Структура і обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (321 позиція, з них 49 – іноземними мовами, 50 найменувань джерел ілюстративного матеріалу), двох додатків і 20 таблиць. Загальний обсяг роботи становить 239 сторінок (170 сторінок основного тексту).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У вступі обґрунтовується актуальність теми, формулюються мета і завдання дисертаційної роботи, визначаються предмет і об'єкт дослідження, розкриваються наукова новизна, теоретичне значення та практична цінність одержаних результатів, зазначаються методи і матеріали дослідження, наводяться дані про апробацію результатів, публікації та загальну структуру дисертації.

У першому розділі *«Теоретико-методологічні засади дослідження екзотизмів в контексті міжкультурної комунікації»* здійснено аналіз міжкультурної комунікації як суспільного явища і науки, висвітлено огляд досліджень екзотичної лексики в сучасній англійській мові, з'ясовано роль лексичних запозичень і проблеми диференціації гетерогенних лексичних елементів, а також обґрунтовано доцільність вживання терміна «екзотизм» та запропоновано його власну інтерпретацію.

Міжкультурну комунікацію можна визначити як процес вербального та невербального спілкування між представниками різних національних та мовно-культурних спільнот. У взаємодії з іншими культурами англійська мова збагачується національними особливостями тих чи інших мов. У цьому процесі особливу роль виконують різноманітні лексичні запозичення, серед яких помітні слова з яскравими національно-культурними компонентами, які в лексикології прийнято називати екзотизмами.

Термін «екзотизм» використовується лише у працях українських лінгвістів та науковців сусідніх країн (Росії, Білорусії). Саме на цих географічно-наукових територіях накопичено досить значний дослідницький матеріал, який роз'яснює особливості статусу екзотизмів та їх роль у лексико-семантичній системі мови і, меншою мірою, їх функціональний потенціал. Переважну більшість таких досліджень здійснено на основі національних мов зазначених країн (Е. А. Бурова, Г. М. Валєєва, Т. К. Вереніч, І. С. Воронкова, В. П. Гущина, Е. В. Марінова, Ш. Сешан), хоча є вже і певна сукупність мовознавчих розвідок, присвячених екзотичній лексиці англійської мови. Оскільки вони досить різноманітні за своєю тематикою, то їх доцільно класифікувати на певні групи, об'єднані спільністю дослідницьких цілей. До першої групи відносимо дослідження, здійснені у руслі лексикології і спрямовані на виявлення місця та особливостей певних груп екзотизмів в англійській мові (А. М. Антонова, Н. Г. Богаченко, В. Л. Нестерова, З. Г. Прошина, О. К. Тітова, Н. Г. Юзефович). Другу групу досліджень становлять праці у галузях лексикології, лексикографії і фразеології, у яких аналіз екзотичної лексики є субординативним стосовно головних дослідницьких цілей (Б. М. Ажнюк, В. М. Бутов, О. О. Ужова). До третьої групи відносимо дослідження екзотичної лексики та іншомовних запозичень як засобів конструювання етнічних уявлень (А. О. Барінова) та як елементів художніх текстів (Т. О. Лупачева, І. В. Лісіца, В. С. Шиманський, Т. В. Яхонтова). Четверту групу становлять незначні за кількістю дослідження екзотичної лексики в англомовних медійних текстах (Т. Ю. Редькіна, С. А. Тіміна, F. R. González).

Трактування запозичень у дисертації ґрунтується на ідеях і поглядах таких науковців, як Л. М. Архипенко, Н. М. Биховець, Л. Блумфільд, М. А. Брейтер, К. І. Войтенко, Е. Ф. Володарська, Е. М. Дубенець, Ю. А. Зацний, Ю. В. Керпатенко,

Л. П. Кислюк, Т. Г. Линник, І. М. Мозова, О. М. Мороховський, А. Д. Олійник, В. П. Сімонок, Т. Ю. Тамерьян, J. Grzega, E. Haugen, U. Weinreich. В процесах запозичення іншомовної лексики змінам піддається не лише мова-реципієнт, її лексико-семантична, граматична, фонетична системи, але й картина світу народу. Причини запозичення іншомовної лексики екстралінгвальні та інтралінгвальні.

У словниковому складі англійської мови диференціюють *активну* запозичену лексику (загальноновживані слова) та *пасивну* запозичену лексику (неасимільовані, рідковживані, слова, які зберігають ознаки свого іншомовного походження, а також слова, які позначають властиві іншим народам поняття). Пласт пасивної запозиченої лексики називають гетерогенними елементами (В. С. Шиманський), оскільки вони вирізняються високим рівнем структурної та генетичної сторонності стосовно мови-реципієнта.

Для номінації провідного типу гетерогенної лексики у мовознавстві найчастіше вживається термін *екзотизм*. Найхарактернішими ознаками екзотизмів є безеквівалентність, номінативний характер значення, відносна морфологічна гомогенність, локалізація на мовній периферії, нездатність до мовного варіювання, слабкі синтагматичні та парадигматичні зв'язки, неповна асимільованість мовою-реципієнтом, виражений національно-культурний колорит. Екзотизми бувають узуальними (фіксуються у словниках та входять у лексичну систему мови-реципієнта) та okazіональними (знаходяться за рамками словникового складу мови).

Дисертаційне дослідження здійснено на основі *комплексного структурно-функціонального підходу*, який органічно поєднує два різновиди функціонального підходу за І. П. Сусовим (1986): *внутрішньофункціональний*, на основі якого досліджуються мовні одиниці або категорії обраного рівня у середовищі, що утворено ширшою сукупністю одиниць і категорій того ж рівня, одиниць і категорій вищого рівня, мовною системою у цілому, текстом як лінійною системою мовних знаків; *зовнішньофункціональний*, що співвідносить мовні одиниці з об'єктами або феноменами позамовного середовища. Відповідно, застосування комплексного структурно-функціонального підходу у дисертації передбачає: 1) аналіз різних структурно-типологічних характеристик корпусу екзотичної лексики; 2) дослідження їх текстових функцій, які зумовлені жанрово-прагматичними характеристиками текстів; 3) виявлення соціальних функцій, які екзоодиноці виконують при переосмисленні їхньої ролі в контексті міжкультурної комунікації. Отже, специфіка застосування обраного підходу полягає у *виокремленні двох контекстуальних рівнів аналізу функціональної ролі екзотичних лексичних елементів*.

Проведене дослідження екзотизмів в англійських медіатекстах охоплює сім етапів (окреслення теоретико-методологічних засад, формування корпусу, аналіз характеристик екзоодиноці, виявлення провідних жанрових особливостей текстів *feature* та путівників, дослідження функцій екзотизмів на текстовому рівні, дослідження функцій екзотизмів у глобальному міжкультурному контексті, узагальнювальний), на кожному з яких застосовувались відповідні методи.

У другому розділі «*Характеристики екзотичної лексики в сучасних англійських медіатекстах*» розглядаються генетичні і графічні характеристики екзоодиноці досліджуваного корпусу, їх тематична диференціація, структура,

семантичні особливості, а також рівень узуальності, ступінь асиміляції і способи експлікації у медійних текстах.

Екзотизми – специфічна категорія лексики, яка, як засвідчив проведений аналіз, успішно адаптується до мовного середовища і зберігає при цьому певні ознаки, які, власне, і відрізняють її від інших типів лексики.

Екзотизми, виявлені в газетах і путівниках, походять із 32 мов, які належать до 9 мовних сімей і 17 мовних груп. Це вкотре засвідчує, що англійська мова активно відбиває етнічні реалії, події, факти й явища, що відбуваються на різних континентах. Найчастотніші – екзотизми французького (*gros souper* – велика вечеря), японського (*morotai* – стиль живопису), іспанського (*cazuela* – касуела (густий і ароматний бульйон, отриманий з декількох типів м'яса і овочів, змішаних разом) та італійського (*cannoli* – каннолі (тістечко з начинкою зі збитого сиру)) походження. Найменш уживані ті, що походять із транслітерованої китайської (*oolong* – улунг, сорт чорного чаю), болгарської (*ovcho kiselo mlyako* – йогурт з овечого молока), португальської (*pau-a-pique* – мазанка) мов, а також із ірландської (*claddagh* – клада, тип традиційного персня), непальської (*momo* – страва з тіста з начинкою), тибетської (*chorten* – чортен, будистський храм), угорської (*romkocsmá* – ромкосма, зруйнований паб) та африканських (*bonobo* – бонобо, мавпа, схожа на шимпанзе) мов. Більшість екзотизмів належить до індоєвропейської (67.5%) мовної сім'ї та до романської (46%), японсько-рюкюської (13.33%), слов'янської (8.5%), афразійської (6.33%) мовних груп. Закономірно, що найбільше екзотизмів походить із мов, найпоширеніших у світі, які відображають традиції та звичаї найрозвинутіших етнічних спільнот.

У мовах-реципієнтах екзотизми не втрачають диференційних ознак і зберігають свою унікальність. Нестача засобів англійської графіки компенсується завдяки графічним одиницям, які входять до складу інших мов. Екзотизми, які мають особливу графіку, належать до 12 мов. З-поміж 600 екзотизмів 15% мають особливу орфографію, яка не відповідає правилам і нормам сучасної літературної англійської мови. Найбільше екзотизмів, орфографія яких має графічні позначки, припадає на французьку і тайську мови. Серед корпусу прикладів ідентифіковано 11 видів діакритичних знаків. В одному слові чи словосполученні можуть траплятися один (*bar américain* (фр.) – коктейль-бар), два (*jamónería* (ісп.) – типовий іспанський ресторан), три (*ráan aahāan taam sàng* (тайськ.) – ресторан їжі на замовлення) або чотири (*zéi hǎn zhuō zéi* (кит.) – злодій кричить на жертву і стверджує, що остання – злодійка) діакритичні знаки, переважно одиничні (80%) і подвійні (16%).

Екзотизми описують і номінують найрізноманітніші сфери суспільного життя. Їхнє призначення – репрезентувати життєвий досвід спільноти, її менталітет, культуру, особливості характеру, світобачення, традиції, реалії, стереотипи, спосіб життя. Аналіз зібраного корпусу фактичного матеріалу дозволив виявити шість тематичних груп екзотизмів, об'єднаних гіперонімами. У текстах газет надзвичайно поширені екзотизми, що позначають культурні та мистецькі реалії різних народів (*cliché-verre* (фр.) – скляне кліше, графічна техніка; *raku* (яп.) – вид японської кераміки, який використовують у чайній церемонії; *objet d'art* (фр.) – витвір мистецтва), а у путівниках – куліроніми (*ragú* (італ.) – соус на основі м'яса до пасти; *mandorle atterrate* (італ.) – мигдаль, приправлений цукром, лимоном та анісом;

тото (непал.) – страва з тіста з начинкою). Певну різницю у тематичній диференціації екзотизмів можна пояснити відмінностями у жанровій спрямованості газет і путівників, зокрема націленістю перших на охоплення широкого кола тем та увагою других до культурно-побутових реалій різних народів.

Серед екзотизмів найпоширенішими є однослівні (**pu'erh** (кит.) – пуер, сорт чорного чаю), а друге і третє місце, відповідно, посідають дво- (**chag sameach** (івр.) – хаг самеах (зі святом; традиційне привітання) та трислівні (**plat du jour** (фр.) – страва дня).

Для екзотизмів загалом характерні атрибутивний, комплетивний, предикативний та копулятивний типи синтаксичного зв'язку. Найпоширенішими є атрибутивні конструкції (46 %), найменше використовуються копулятивні (6 %). На основі спільних ознак виокремлено 21 модель, які репрезентують синтаксичну сполучуваність екзотизмів.

Екзотизми – це, найчастіше, іменники або іменникові конструкції, значно рідше – прикметники. В англомовних медійних текстах екзотизми в реченні можуть виконувати синтаксичну роль підмета (***Khrusty** are deep-fried strips of sweet dough coated with sugar*), бути частиною присудка (*Early flamenco was **cante jondo** (deep song), an anguished form of expression for a people on the margins of society*), виступати додатком (*For the reasonable sum of 1300 **rubles** an hour, about \$40, we were able to rent a small wooden **banya** perched on the banks of a branch of the local river...*), означенням (*And since 2009, high ranking officials in the security services are now **nyevyездnie**, a term which means they must get specific permission to go abroad*), або прикладкою (*At some time Botín developed into that quintessentially Spanish restaurant, the **horno asador** (literally, roasting oven)*). Загалом розмаїття виявлених моделей синтаксичної сполучуваності показує, що екзолексика знаходиться у процесі активної адаптації до англійської медійної мови, передусім до її граматичної системи, що сприяє подальшому прагматичному освоєнню екзотизмів.

У переважній більшості екзотизми однозначні, однак 10% від загальної кількості мають кілька смислів, наприклад: **fin de siècle** (фр.) – 1) кінець століття, 2) «фін-де-сьєкль» (позначення характерних явищ періоду 1890–1910 рр. в історії європейської культури); **onsen** (яп.) – 1) онсен (назва гарячих джерел у Японії), 2) назва супутньої інфраструктури туризму – готелів, ресторанів, розміщених поблизу джерела.

Перевірка кожної одиниці корпусу за одним з найвідоміших лексикографічних видань – словником *Merriam-Webster* показала, що більшість екзоодиноць є оказіональними, тобто незафікованими у словниках. Серед 600 екзотичних одиниць більше половини (309, або 51.5%) супроводжуються поясненнями.

Розкриття семантики екзотизму – один із найважливіших чинників, здатних гарантувати йому функціонування у відповідній мовній системі. Експлікація екзотизмів у текстах англомовних газет і путівників реалізується так: на основі пояснення та порівняння (*The **biribandos**, as the hippies were known, interacted with the locals and began to purchase land*); за допомогою пояснення в дужках із можливим залученням англомовного еквівалента-пояснення (*“**Marshrutka**” (taxi vans) are also available for very inexpensive prices*); із використанням подвійного чи потрійного пояснення (використання пояснень й англомовного синоніму) (*In Bangkok, for*

example, a number of reua aahāan (food boat restaurants) operate dining boats, which leave the restaurant's pier once or twice nightly for a one- or two-hour cruise on the Chao Phraya River); через залучення іншого екзотизму (Crêperies (sometimes known as galetteries) specialise in crêpes and galettes); за допомогою англомовного синоніма в дужках чи за посередництвом сполучника or (Antonio Blas is the matarife, or slaughterman, who has come from the Montanera factory for the day, along with a couple of hands to help out). Трапляються також випадки, коли будь-яке пояснення чи англомовний синонім відсутні (So slow down, start taking note of life's details and enjoy your own bella vita), тобто екзотизми можуть функціонувати у медіатекстах самостійно та не потребувати додаткової експлікації.

У третьому розділі «Функції екзотичної лексики в сучасних англомовних медіатекстах» аналіз здійснюється у двох контекстуальних площинах – текстовому контексті англомовних медіажанрів *feature* і путівників та глобальному контексті міжкультурної комунікації.

Медіатексти є дискретними одиницями медіадискурсу, що фіксують події у межах динамічного соціокультурного простору, водночас навантажують їх додатковими інформаційними та культурними смислами. Для функціонування сучасних текстів медійної комунікації характерна реалізація особливостей світосприйняття, що виявляється у таких текстових особливостях, як інтертекстуальність, емоційність, мультиплікаційність (кліповість, колажність), персоніфікованість. Найважливішими характеристиками медіатексту є медійність та креолізованість. На композиційно-структурному рівні медіатексти є поліфункціональними. Вони характеризуються наявністю певного формату та особливим макетуванням.

В сучасних англомовних медіа постійно відбуваються трансформаційні процеси і, відповідно, змінюється мова засобів масової інформації та з'являються мовні інновації. До мовних процесів сучасної медійної комунікації та тенденцій плану вираження медіатекстів належать: креолізація; неологізація; використання оцінно-емоційної лексики та експресивно-оцінних засобів, синтактико-риторичних прийомів; вживання жаргонізмів та сленгу; вкраплення зниженої лексики та порушення стилістичних, граматичних і словотвірних норм.

Газета є найстарішим та найдоступнішим засобом масової інформації з різнобічною тематикою. Тексти жанру *feature* виражають авторське бачення проблем сучасного суспільства та є сприятливим матеріалом для дослідження функцій екзотичної лексики, які орієнтовані на здійснення помітного впливу на читачів.

До текстових функцій екзолексем у тексті *feature*, обумовлених його жанровими особливостями, належать:

– інтродукція нових понять: *And the area, which includes the former Jewish Quarter, has become a hip meeting point for youth from all over Europe – well-known for its unpretentious restaurants... and “romkocsma”, literally translated as “ruin pubs”, in some of the rundown buildings.* У наведеному прикладі угорське слово *romkocsma* уводить нове для англомовної культури поняття – зруйнований паб;

– досягнення семантичної точності: *This idea of a hybrid: ready to wear but with this couture mentality; that's the secret ingredient, Mr. McCarthy says.* Цю функцію у

текстах *feature* реалізують, зазвичай, узуальні екзотизми. Таким є, наприклад, французьке слово *couture* (одяг високого класу) у вищенаведеному уривку;

– створення ефекту достовірності розповіді: *The number of vigneronns in the Languedoc-Roussillon has plummeted from 43,000 in 2000 to 25,800 in 2010, with most of those driven or bribed off the land, or at least out of viticulture, being those who had been growing high-yielding vines on the plains and taking their less-than-inspiring produce to the local co-op.* Використання екзотизму французького походження *vigneronns* поруч із кількісними даними і достатньо детальним описом ситуації створює відчуття вірогідності викладеного, компетентності автора у презентації матеріалу;

– колоритотвірна: *When the sakura is at its peak (mankai), businesses vary their trading hours to give staff the time to enjoy hanami.* Зосередження в одному реченні трьох екзотизмів з японської мови, що стосуються культурно-маркованої, ритуальної для Японії події – цвітіння вишні (*sakura* – вишня, символ Японії, *mankai* – пік цвітіння сакури, *hanami* – японська традиція милування квітами) створюють необхідний «японський» колорит повідомлення, що дозволяє читачам зануритись у культурно-специфічну атмосферу, відчуті її мовні особливості;

– декоративно-естетична: *A perfect day in Cisternino would start at a pasticceria called Cremeria History Vignola for a glass of prosecco and a plate of mandorle atterrate, or “landed almonds”, a local treat of almonds flavored with sugar, lemon and anis.* Стилiстичну перспективу, яке задає слово з меліоративною конотацією *perfect*, підтримують слова і вирази італійського походження (*pasticceria* – кондитерська, *mandorle atterrate* – мигдаль, приправлений цукром, лимоном та анісом), які не лише створюють потрібний колорит, а і «прикрашають» текст, наповнюють його приємним звучанням, викликають естетичні емоції;

– емоційно-експресивна: *The Part Alta (upper town) is a warren of medieval streets punctuated by delightful squares such as the Plaça del Rei, the Plaça del Pallol and the Plaça de la Font, where locals gather to sip vermouth (an important element of tarraconense life) and nibble the local almonds.* Вживання іспанського прикметника *tarraconense* (тараконський) в одному контексті зі словом позитивної оцінки *delightful* підкреслює захоплення автора тексту специфікою міста і стилем життя його мешканців;

– аксіологічна: *Experts trace the roots of Austria’s dissent as far back as the Reformation, which swept across Austrian territories only to be brutally repressed by the Habsburgs under the Counter-Reformation, turning the country Catholic again but leaving lingering resentment and distrust of church hierarchy and diktats.* Слово німецького походження *diktat* (диктат, вжите у множині) має пейоративну конотацію, яка передає негативну оцінку подій.

У текстах *feature* екзотичні лексичні одиниці у контексті глобалізаційних процесів та міжкультурної комунікації виконують такі соціальні функції:

– культурного перенесення: *In the suite, a man wearing a dishdasha, the traditional gown, and an Arab headdress, walked among the high-powered fans pouring sips of bitter coffee from a golden spout into tiny porcelain cups.* Використане екзослово арабського походження (*dishdasha* – традиційна чоловіча довгопола сорочка з довгими рукавами) переносить в англійську мову і глобальну англо-американську лінгвокультуру іншокультурну номінацію;

– пізнавальна: *Mr. Berezovsky never owned a stake in Sibneft, he asserts; instead, his role in that and other deals was to provide “krysha”, literally “roof”, or protection.* У наведеному уривку екзолексема номінує нове для англо-американської культури поняття *krysha* (рос.) – захист бізнесу від правохоронних або кримінальних структур за винагороду на постійній основі;

– ідеологічна: *One pro-government businessman says that chicken farms have been deliberately destroyed by takfiris, a word denoting Gulf-backed Sunni extremist rebels but often used to describe the opposition in general.* Екзотизм арабського походження *takfiri*, що має у сучасному глобалізованому політичному дискурсі очевидну пейоративну конотацію і вживається в одному контексті зі словами негативної оцінки (*destroyed, extremist*), відіграє ідеологічну роль, формує образ небезпечного мусульманського світу.

Групи екзотизмів одної мовної етимології можуть створювати у текстах *feature* деякі інтегральні уявлення про країну-донора цих лексем через домінування певних текстових і соціальних функцій; наприклад, образ Росії має переважно негативний відтінок завдяки ідеологічній функції таких росіянізмів, як *Soviet* або *KGB*. Це надає підстави стверджувати, що екзотизми у текстах сучасних англomовних газет реалізують узагальнену соціальну функцію *етнічної стереотипізації*, яку підтримують сучасні медіа.

Сучасний англomовний туристичний путівник – це друковане чи онлайнове інформаційне видання про місце, призначене для туристів та відвідувачів, важливе джерело інформації про природні, економічні та культурно-побутові особливості локацій, що сприяє комунікації між представниками різних країн (Н. В. Філатова). Одне з провідних комунікативних завдань будь-якого путівника – чітко пояснити читачеві, про яке місце йдеться, тому для його тексту характерні точність і ясність висловлення, а також використання додаткових невербальних компонентів повідомлення. Водночас путівник не є історичним чи навіть краєзнавчим дослідженням. Інформаційна та освітня функції путівника підпорядковані рекламному завданню – залучити туристів та відвідувачів до певного місця (Л. Кисельова). Для путівників характерна гнучкість жанрових канонів, зумовлена спектром комунікативних цілей і взаємодією в текстах путівників різних видів дискурсу.

Провідною текстовою функцією екзолексем у сучасному англomовному туристичному путівнику є *атракативна функція*, яка спрямована на здійснення експліцитного впливу на читачів з метою зацікавити їх описуваною локацією та спонукати її відвідати. Атракативна функція базується на синергії таких функцій:

– інформаційної: *In provincial towns with rivers or lakes, you’ll come across the similar phae aahāan (food raft), a floating platform moored to the bank.* У наведеному прикладі екзотизм тайського походження інформує читачів про певні побутово-кулінарні реалії, а експлікація його семантики у тексті за допомогою англomовного еквівалента-пояснення у дужках допомагає читачеві краще збагнути зміст повідомлюваної інформації;

– декоративно-естетичної: *Despite incessant praise, Italy continues to surprise and delight. If you get it right, travelling in the bel paese (beautiful country) is one of those rare experiences in life that cannot be overrated.* Використання італійського

словосполучення *bel paese* як синоніма слова «Італія» в оточенні лексем позитивної оцінки та у контексті усього висловлення акцентує привабливий, естетичний імідж країни;

– емоційно-експресивної: *Japan is a treasure-trove of traditional performing arts of which it can boast, without modesty, to the rest of the world. Take **Kabuki**, for example.* Назва традиційного японського театру набуває у меліоративно-забарвленому контексті особливої конотації, сприймається як своєрідний символ культурної цінності Японії;

– колоритотвірної: *In early morning, Central Java, you'll see old women in **sarongs** selling regional dishes like **pecel** (peanut sauce with spinach and bean sprouts) to office workers and **becak** drivers.* У текстовому фрагменті зосереджено три екзотизми індонезійського походження, які передають національно-марковану атмосферу острова Ява;

– розважально-пізнавальної: *Real Thai restaurants – with full menus of **kaeng**, **yam**, **tôm yam** and **phât** dishes – didn't appear until the beginning of the Cold War, when Indochinese conflict brought an influx of foreigners with diplomatic, military or commercial interests.* Зосередження в одному реченні оказіональних екзоодиниць тайського походження, що номінують різні види їжі без пояснень або перекладу викликають інтерес адресата, стимулюють його довідатись про особливості кулінарії Тайланду;

– аксіологічної: *The highly stylized theater of Noh exudes the world of **yugen**, a deeply aesthetic value based on a profound and refined beauty that goes beyond words and concrete shapes.* Японське слово **yugen** (естетична категорія, що позначає інтуїтивне, передбачуване сприйняття сутності об'єкта) має очевидну меліоративну конотацію, яка сприяє формуванню образу Японії;

– рекламної: *A **zacharoplastio** provides tables where you can sit and enjoy a piece of cake and coffee. This is where you'll find Greeks in the late afternoon, especially on summer evening.* Наведений приклад вирізняється експліцитним спонукальним характером (що об'єктивується кризь імперативні конструкції та займенник *you*) та оцінністю, створювану лексемою позитивної оцінки (*enjoy*). Вживання екзолексеми **zacharoplastio** (з грецької мови – кондитерська) підсилює рекламний ефект, повертає увагу читачів до реалій країн, що презентуються, встановлює зв'язок між цією номінацією та позитивними враженнями і емоціями адресата.

В контексті глобалізаційних процесів екзотизми у текстах путівників виконують такі соціальні функції:

– інкультурації – занурення індивіда у світ іншої культури: *Translated as "little doves", **holubtsi** are cabbage rolls stuffed with seasoned rice and meat or buckwheat. The dish is usually topped with a tomato-based sauce.* Екзотичний термін-куліронім української етимології **holubtsi** дає читачеві загальне уявлення про одну з найпопулярніших страв в Україні;

– освітню: *Japanese archery, **Kyudo**, is considered to be as much for individual spiritual refinement and the development of concentration as it is for competition.* Екзотизм японського походження **Kyudo** інтродукує та популяризує опис бойового мистецтва Японії, сприяє поширенню знань про культурні грані країни;

– ідеологічну, що реалізується з позитивною оцінною конотацією: *Traditional cultural pursuits such as the tea ceremony and “ikebana” flower arranging are much more than simple pursuits in skills. They embody spiritual “ways” seeking the traditional values of “wabi” (elegant stillness) and “sabi” (antiquated elegance with calm).* Екзотизми *ikebana* (мистецтво аранжування квітів), *wabi* (елегантна тиша), *sabi* (спокійна елегантність минулих часів), що номінують специфічні цінності Японії, поширюють у глобальному контексті японський естетичний світогляд.

Отже, екзотизми в текстах путівників на тлі процесів міжкультурної комунікації виконують *функцію позитивної етнічної стереотипізації*, сприяють створенню привабливих уявлень про країни, культури і народи. Гетерогенні елементи лексично маркують аспекти і наслідки міжкультурного спілкування, що дозволяє називати їх *маркерами міжкультурної комунікації*.

ВИСНОВКИ

В сучасну епоху мовою міжкультурної комунікації стала англійська, яка зараз активно контактує з мовними і концептуальними картинами світу інших народів, стає своєрідним центром перетину, у якому стикаються та взаємодіють різні лінгвокультури.

У запозиченому словниковому складі англійської мови диференціюють: *активну* запозичену лексику (загальноживані слова) та *пасивну* запозичену лексику (неасимільовані, рідковживані, слова, які зберігають ознаки свого іншомовного походження, а також слова, які позначають властиві іншим народам поняття). Пласт пасивної запозиченої лексики прийнято називати *гетерогенними лексичними одиницями*, оскільки вони відрізняються високою мірою структурної та генетичної сторонності стосовно мови-реципієнта. Термін «екзотизм» є найбільш придатним, звичним та універсальним для номінації провідного типу гетерогенної лексики у мовознавстві.

Екзотизми – це слова, запозичені як із неіндоєвропейських мов, так і з індоєвропейських, які асоціюються з чужою культурою, та вживаються для передачі певних властивостей побуту, одягу та звичаїв іншого народу. Найхарактернішими ознаками екзотизмів є безеквівалентність, номінативний характер значення, відносна морфологічна гомогенність, тенденція до локалізації на мовній периферії, нездатність до мовного варіювання, слабкі парадигматичні зв'язки, неповна фонетична асимільованість мовою-реципієнтом, збереженням яскраво вираженого національно-культурного колориту.

Екзотизми можуть бути узуальними (фіксуються у словниках) та okazіональними (знаходяться за рамками словникового складу мови). Вони є досить нестійкою, постійно поповнювальною групою гетерогенної лексики.

Екзотизми, виявлені в текстах двох англійських медіажанрів – *feature* і путівника, походять із 32 мов, які належать до 9 мовних сімей (індоєвропейської, сино-тибетської, семіто-хамітської, кушитської, конго-кордофанської, тюркської, уральської, ізольованої та австронезійської) і 17 мовних груп. Найчастотніші – екзотизми французького, японського, іспанського та італійського походження. Серед екзоодиноць корпусу 15 % становлять екзотизми з культурно-специфічною

графікою, які сприяють формуванню медійного контексту, відкритого для інтеракції різних лінгвокультур. Екзотизми, які мають особливу графіку, належать до 12 мов. У корпусі ідентифіковано 11 видів діакритичних знаків, причому в одному екзотичному слові чи словосполученні можуть траплятися один, два, три, або чотири діакритичних знаки, переважно одиничних і подвійних. Найбільшу групу складають екзотизми, що походять з французької і тайської мов, орфографія яких має особливі графічні позначки.

Тематична поліспрямованість екзотизмів зумовила виявлення шести окремих груп, у межах яких виокремилися кілька підгруп. Така рубрикація дає змогу побачити орієнтовний «портрет» типового француза, італійця, іспанця, з опертям на переваги, цінності, уподобання й орієнтири у світі культури, мистецтва, медіа, кулінарії, спорту тощо. У текстах *feature* абсолютними лідерами є екзотизми, що позначають культурні та мистецькі реалії різних народів (29.6 %), а у путівниках – куліроніми (50.7 %). Певну різницю у тематичній диференціації екзотизмів можна пояснити відмінностями у жанровій спрямованості газет і путівників, зокрема націленістю перших на охоплення широкого кола тем та увагою других до культурно-побутових реалій різних народів.

Найпоширеніші синтаксичні конструкції серед екзотичної лексики – атрибутивні; найменш використовувані – копулятивні. На основі спільних ознак виокремлено 21 модель, які репрезентують синтаксичну сполучуваність екзотизмів. Серед них найчастотнішими є моделі типу $A + \underline{N}$; $A + \text{prep.} + \underline{N}$; $\underline{N} + V$; $\underline{N} + \underline{N}$. Найчастіше, екзотизми – це іменники або іменникові конструкції, значно рідше – прикметники. В англійських медіатекстах екзотизми в реченні можуть виконувати синтаксичну роль підмета, бути частиною присудка, виступати додатком, означенням або прикладкою. Розмаїття виявлених моделей синтаксичної сполучуваності показує, що екзотизми знаходяться у процесі активного адаптування до англійської медійної мови, передусім до її граматичної системи. Семантика більше ніж половини екзотизмів корпусу експлікується на основі безпосереднього пояснення або порівняння.

Медіатексти – це дискретні одиниці медіадискурсу, що фіксують події у межах динамічного соціокультурного простору і водночас навантажують їх додатковою інформацією. Для функціонування сучасних текстів медійної комунікації характерна певна діалектичність, що виявляється у таких текстових особливостях, як інтертекстуальність, емоційність, мультиплікаційність (кліповість, колажність), персоніфікованість. Найважливішими характеристиками медіатексту є медійність, масовість, креолізованість, текстова вторинність, відкритість тексту на смислового, композиційно-структурного та знакового рівнях, поліфункціональність, наявність певного формату та особливе макетування. Тексти медійної комунікації класифікують за способом продукування тексту, видом медіатексту, каналом розповсюдження, тематичною домінантою, сферою функціонування та функціонально-жанровим типом тексту.

Газета є найдоступнішим засобом масової інформації з різнобічною проблематикою та достатнім інформаційним обсягом. Мові сучасної англійської газети властива стислість викладу у поєднанні з інформаційним навантаженням та використанням мовних засобів, зрозумілих широкому колу читачів. Публіцистичні

твори в англomовних газетах позначаються словом *feature*. Цей синкретичний газетний жанр, що спрямований на індивідуально-авторське висвітлення нагальних проблем сучасного суспільства, охоплює тексти широкого тематичного спектру – від політики та бізнесу до культури, спорту і освіти.

Послідовний розгляд функціонального навантаження екзотизмів у медіатекстах дозволяє узагальнити їхні функції у вигляді двох типів під умовними назвами текстові та соціальні. Текстові функції – це функції екзолексем у тексті, обумовлені його жанровими особливостями, а соціальні – функції екзотичних лексичних одиниць у контексті міжкультурної комунікації.

До текстових функцій екзолексем у текстах *feature*, обумовлених його жанровими особливостями, належать: інтродукція нових понять, досягнення семантичної точності, створення ефекту достовірності розповіді, колоритотвірна, декоративно-естетична, емоційно-експресивна та аксіологічна. У текстах *feature* екзотичні лексичні одиниці у контексті глобалізаційних процесів та міжкультурної комунікації виконують й соціальні функції, до яких належать функції культурного перенесення, пізнавальна, ідеологічна та етнічної стереотипізації. Всі функції взаємопов'язані, вони перетинаються і взаємодіють під впливом низки чинників – від комунікативно-текстових до соціокультурних і суспільних.

Сучасний англomовний туристичний путівник – це оригінальний, друкований чи онлайновий медіатекст, створений в рамках і для міжкультурної комунікації, що містить інформацію про місце, призначене для туристів та відвідувачів. Для путівників характерна гнучкість жанрових канонів, зумовлена спектром комунікативних цілей і взаємодією в текстах путівників різних видів дискурсу.

Провідною текстовою функцією екзолексем у сучасному англomовному туристичному путівнику є атрактивна функція, яка базується на синергії інформаційної, декоративно-естетичної, емоційно-експресивної, колоритотвірної, розважально-пізнавальної, аксіологічної та рекламної функцій. Екзотичні лексеми реалізують аксіологічну функцію лише позитивної оцінки, що зумовлено прагматичною спрямованістю путівника на створення привабливого образу країни.

Соціальними функціями екзотичних лексичних одиниць в текстах путівників в контексті глобалізаційних процесів є функції інкультурації, освітня та ідеологічна, що реалізується лише з позитивною оцінною конотацією. Екзотизми в текстах путівників на тлі процесів міжкультурної комунікації виконують також функцію позитивної етнічної стереотипізації, сприяють створенню позитивних стереотипних уявлень про країни, культури і народи.

У реалізації соціальних функцій у контексті міжкультурного спілкування екзотизми лексично маркують усі важливі наслідки процесів міжкультурної комунікації: привнесення нових понять, що збагачують концептосферу і мовну картину світу англійської лінгвокультури; створення і розвиток етнічних стереотипів, що характерно для міжкультурних контактів; формування ідеологічних орієнтацій і систем цінностей, пов'язаних з певними націями; інкультурування носіїв англійської як мови-реципієнта, їх прилучення до різних аспектів інших лінгвокультур. Це дозволяє трактувати екзотичні одиниці як маркери міжкультурної комунікації. Вони привчають до перебування іншомовних слів в англійській мові та

лібералізують її норми, сприяють толерантності щодо культурних експансій та дещо пом'якшують відмінності між англійським та іншими етносоціумами.

Проведене дослідження відкриває перспективи для подальшого аналізу гетерогенної лексики в текстах інших англомовних жанрів, зокрема політичних, рекламних, у сфері моди. Майбутні розвідки можуть бути також спрямовані на зіставні дослідження екзоодиноць в англомовних та українських медіатекстах.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Головач Т. М. Диференціація гетерогенної лексики сучасної англійської мови / Т. М. Головач // *Studia Germanica et Romanica: Іноземні мови. Зарубіжна література. Методика викладання*: [науковий журнал / голов. ред. В. Д. Каліущенко]. – Донецьк : ДонНУ, 2011. – Т. 8. – №2 (23). – С. 15–23.
2. Головач Т. М. Гетерогенні елементи в контексті міжкультурної комунікації / Т. М. Головач // *Лінгвістика*. – Луганськ : ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2012. – №2 (26) – С. 5–11.
3. Головач Т. М. Особливості функціонування екзотизмів в текстах сучасних англомовних путівників / Т. М. Головач // *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка : Філологічні науки*. Випуск 32. – Кам'янець Подільський : “Аксіома”, 2013. – С. 94–97.
4. Головач Т. М. Генетичні особливості екзотизмів у текстах сучасних англомовних газет / Т. М. Головач // *Одеський лінгвістичний вісник*. – Вип. 4. – Одеса, 2014. – С. 45–47.
5. Головач Т. М. Графічні особливості екзотизмів у сучасній англійській мові (на матеріалі медійних текстів) / Т. М. Головач // *Science and Education a New Dimension. Philology*. – II(5). – Issue : 28. – Budapest, 2014. – P. 56–59.
6. Головач Т. М. Тематична диференціація екзотизмів у текстах сучасних англомовних газет / Т. М. Головач // *Одеський лінгвістичний вісник*. – Вип. 6. – Том 1. – Одеса, 2015. – С. 7–11.
7. Holovach T. English travel guide as a genre of intercultural communication [Electronic resource] / T. Holovach / *SocioBrains. International Scientific Online Journal*. – March 2016. – Iss. 19. – P. 10–15. – Mode of access: www.sociobrains.com
8. Головач Т. Функціонування екзотизмів у сучасному англомовному медіа-дискурсі / Т. Головач // *Second International Conference “Teaching English Academic Writing in Ukraine and Elsewhere : Problems and Prospects”* (Nov.18-19, 2011, L’viv). Program and Abstracts / L’viv : Publishing Centre of the Ivan Franko National University of L’viv, 2011. – P. 172.
9. Головач Т. Особливості вживання екзотизмів у текстах сучасних англомовних газет / Т. Головач // *Актуальні проблеми романо-германської філології та освітній соціокультурний процес : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції* (Тернопіль, 4-5 жовтня 2013 р.) / За ред. Б. І. Гінки, І. П. Задорожної, І. Я. Яцюка. – Тернопіль : ТНПУ ім. Володимира Гнатюка, 2013. – С. 81–82.
10. Головач Т. М. Роль екзотизмів у глобальному комунікативному просторі (на матеріалі сучасного англомовного медійного дискурсу) / Т. М. Головач // *Мова та література у полікультурному просторі : Матеріали міжнародної науково-*

практичної конференції : м. Львів, 31 січня – 01 лютого 2014 р. – Львів : ГО «Наукова філологічна організація «ЛОГОС», 2013. – С. 38–41.

АНОТАЦІЯ

Головач Т. М. Екзотизми як маркери міжкультурної комунікації (на матеріалі сучасних англомовних медіатекстів). – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук зі спеціальності 10.02.04 – германські мови. – Львівський національний університет імені Івана Франка. – Львів, 2016.

Дисертацію присвячено виявленню, аналізу і узагальненню провідних характеристик і функцій екзотизмів як виду гетерогенної лексики в англомовних медіатекстах на тлі сучасних процесів міжкультурної комунікації. Дослідження екзотизмів як маркерів міжкультурної комунікації у руслі комплексного структурно-функціонального підходу дозволило проаналізувати структурно-типологічні характеристики корпусу екзотичної лексики, дослідити їх текстові функції, зумовлені жанрово-прагматичними характеристиками текстів, в яких екзотизми використовуються, та виявити соціальні функції, які екзоєдиниці виконують при переосмисленні їхньої ролі в контексті міжкультурної комунікації за посередництвом медійних текстів.

Екзотизми у медіатекстах привчають до перебування іншомовних слів в англійській мові та лібералізують її норми, сприяють толерантності щодо культурних експансій та дещо пом'якшують відмінності між англо-американським та іншими етносоціумами.

Ключові слова: екзотизм, міжкультурна комунікація, медіатекст, текст *feature*, путівник, текстова функція, соціальна функція.

АННОТАЦИЯ

Головач Т. М. Экзотизмы как маркеры межкультурной коммуникации (на материале современных англоязычных медиатекстов). – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук по специальности 10.02.04 – германские языки. – Львовский национальный университет имени Ивана Франко. – Львов, 2016.

Диссертация посвящена выявлению, анализу и обобщению ведущих характеристик и функций экзотизмов как вида гетерогенной лексики в англоязычных медиатекстах на фоне современных процессов межкультурной коммуникации. Исследование экзотизмов как маркеров межкультурной коммуникации в русле комплексного структурно-функционального подхода позволило проанализировать структурно-типологические характеристики корпуса экзотической лексики, исследовать их текстовые функции, обусловленные жанрово-прагматическими характеристиками текстов, в которых экзотизмы используются, и выявить социальные функции, которые экзоєдиницы выполняют при переосмыслении их роли в контексте межкультурной коммуникации посредством медийных текстов.

Экзотизмы в медиатекстах приучают к пребыванию иностранных слов в английском языке и либерализуют его нормы, способствуют толерантности относительно культурных экспансий и несколько смягчают различия между англо-американским и другими этносоциумами.

Ключевые слова: экзотизм, межкультурная коммуникация, медиатекст, текст *feature*, путеводитель, текстовая функция, социальная функция.

ABSTRACT

Holovach T. M. Exotic Borrowings as Markers of Intercultural Communication (on the basis of English media texts). – Manuscript.

Thesis for a candidate degree in philology: speciality 10.02.04 – Germanic Languages. – The Ivan Franko National University of Lviv. – Lviv, 2016.

The thesis focuses on the analysis of prominent features and functions of exotic borrowings in English media texts against the background of current processes of intercultural communication.

Exotic borrowings are the words from relatively unknown as well as known Indo-European languages, which are associated with a foreign culture and are used to describe the peculiarities of clothes, manners and customs of other nations. The most characteristic features of exotic borrowings are the absence of equivalents, nominative character of meaning, relative morphological homogeneity, localization at the linguistic periphery, inability to vary, weak syntagmatic and paradigmatic relations, incomplete assimilation, and distinct national and cultural coloring. Exotic borrowings can be common (fixed in the dictionaries and included into the lexical system of the recipient language) and occasional (located outside the vocabulary of the language). They are a quite unstable, although dynamic and constantly replenishable group of heterogeneous vocabulary.

English media texts provide a favorable environment for exotic borrowings, in which they can explicitly implement their functions. The most frequent exotic borrowings are of French, Japanese, Spanish and Italian origin. The least used are borrowings from transliterated Chinese, Bulgarian and Portuguese languages. Most exotic borrowings belong to the Indo-European language family and to the Romance language group. Among exotic lexical items, the most common are one-word ones, the second and third places being occupied by two- and three-word borrowings.

Syntactic relationships of exotic borrowings are marked by dominance of the attributive type, whereas the copulative one is the least frequent. Exotic borrowings are often nouns or noun constructions, less frequently – adjectives.

Media texts are discrete units of the media discourse that record events within the dynamic sociocultural space and at the same time fill them with additional information and cultural meanings. Newspapers are the oldest and the most accessible media, which cover versatile issues and provide a sufficient amount of information. The *feature* genre of English newspapers expresses the subjective vision of the problems of modern society.

The textual functions of exotic borrowings in the *feature* texts determined by their genre characteristics include the functions of introducing new concepts, of reaching semantic accuracy, of creating the effect of authenticity, of producing the coloring effect as well as aesthetic, expressive and axiological functions.

In the *feature* texts, exotic lexical items also perform the following social functions

in the context of globalization and intercultural communication: the function of cultural transfer, the cognitive, ideological and that of ethnic stereotyping functions. All functions are interrelated, they intersect and interact under the influence of various factors – from communicative and textual to sociocultural and social in general.

The English travel guide is a printed or online informational edition about the locations for tourists and visitors. The leading textual function of exotic borrowings in the travel guide is an attractive one. It aims at producing the explicit impact on readers in order to interest them in the described location and encourage to visit it.

The attractive function is based on the synergy of informational, aesthetic, expressive, coloring, cognitive, axiological and advertising functions. The exotic lexemes perform the axiological function only of positive evaluation due to the pragmatic focus of the travel guide on the formation of the attractive image of the country.

In travel guides, exotic borrowings perform a number of social functions in the context of globalization, namely, the function of enculturation, educational and ideological functions. The last of the abovementioned functions is realized only with a positive connotation. Against the background of the processes of intercultural communication, exotic borrowings in the texts of travel guides also perform the function of positive ethnic stereotyping, thus promoting positive stereotypes of countries, cultures and people.

Exotic borrowings can therefore be treated as markers and agents of intercultural communication. In English media texts, they customize foreign words, liberalize language norms, promote the tolerance towards cultural expansion and slightly mitigate the differences between global Anglo-American and other societies.

Keywords: exotic borrowing, intercultural communication, media text, *feature* text, travel guide, textual function, social function.