

Таким чином, в онлайн-навчанні ЕА, представлені на Flip, забезпечують цілеспрямовану структуровану групову/ парну роботу, створюють спільне навчальне середовище для природного англомовного спілкування, зокрема дозволяють удосконалювати мовленнєві вміння говоріння, інтегрувати навчання інших умінь, можуть розвивати методичну компетентність в умовах асинхронного навчання.

#### ***Використана література:***

1. Salmon, G. (2002) *E-tivities: a key to active online learning*. Routledge, London
2. Karpenko, N., Smelianska, V. (2021) *How to design EFL online learning activities*. Матеріали VII Міжнародної наукової конференції «Стратегії міжкультурної комунікації в мовній освіті сучасних університетів»

DOI: <https://doi.org/10.31392/NPU-MKfpgoe-2022.37>

УДК 81'373.612.2:811.161.2:811.111

***Стрюк Н. В.***  
***Донецький національний університет***  
***імені Василя Стуса***

### **АРТЕФАКТОМОРФНА МЕТАФОРА У НАПИСАХ НА ОДЯЗІ В АНГЛОМОВНІЙ ТА УКРАЇНОМОВНІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРАХ**

Метафора традиційно потрактовується як «фігура мовлення, в якій слово чи вираз, що зазвичай використовується для називання певного предмета, дії чи явища, вживаються для позначення інших» (Matthews, 2014: 135). Таке перенесення значення ґрунтується на наявних подібностях або асоціаціях, які поділяють усі члени мовної спільноти, що відбиває їх універсальний характер (Kryshtal, 2015: 119). Написи на одязі як комунікативне явище демонструють цінності та уподобання власника такого вбрання. Відповідно, дослідження метафори на матеріалі текстових принтів дозволить визначити поняття та образи, до яких апелюють представники англомовної та україномовної лінгвокультур.

Матеріалом дослідження слугують 362 метафоричні написи англійською та 190 написів українською мовою, відібрані методом суцільної вибірки з мережі Інтернет, зокрема інтернет-магазинів та сайтів-аукціонів.

Існування *homo sapiens* нерозривно пов'язано зі створенням різноманітних матеріальних речей та пристроїв, які покликані покращити життя людини. Цілком логічно, що предмети, а також процеси залучені до їхнього виготовлення та функціонування, є популярним джерелом метафор. До артефактоморфних метафор у написах на одязі належать фігури мовлення, побудовані на асоціації людських рис, абстрактних уявлень і психічних процесів з матеріальними об'єктами, артефактами та діями, пов'язаними з їхнім створенням. У результаті аналізу виявлено 74 (20,5%) англомовних та 18 (9,5%) україномовних написів, що характеризуються вживанням артефактоморфних метафор. Серед аналізованих фігур мовлення виділяємо три підгрупи: «Машини та інструменти», «Цінності та економічні операції», «Стиль і мода».

Написи на одязі підгрупи «Машини та інструменти становлять» 38 (52%) англомовних та 5 (28%) україномовних одиниць. Джерелом метафор даної підгрупи служать машини, знаряддя та пов'язані з ними дії. Наприклад, у текстовому принті англійською мовою *I'm feeling supersonic give me gin & tonic* 'Я почуваюся надзвуковим, дайте мені джин з тоніком' метафора побудована на асоціації людини з реактивним літаком. Такий повітряний транспорт є *supersonic* 'надзвуковим', тобто «перевищує швидкість звуку» (OALD), відповідно, аналізований текст описує власника одягу як надзвичайно активну та енергійну особистість. В україномовному написі «*А часики то тікають...*» *#носи\_футболку\_не\_ярлик* цокаючий годинник, який асоціюється з плином часу, є метафорою, що вживається, щоб наголосити, що часу залишилося обмаль. Хештег *#носи\_футболку\_не\_ярлик*, котрий використовується українською інтернет-спільнотою для позначення теми гендерних стереотипів, уточнює метафору «цокаючого годинника», підкреслюючи обмежений час здатності жінки реалізувати себе у ролі дружини та матері.

У метафорах підгрупи «Цінності та економічні операції», що становлять 18 (24%) англомовних та 13 (72%) україномовних написів, для опису та зображення абстрактних речей використовуються поняття, які позначають економічні операції та цінності. Наприклад, у тексті англійською мовою *CAN I BORROW A KISS? I PROMISE I'LL GIVE IT BACK* 'Можна я позичу у тебе поцілунок? Обіцяю, я його поверну' *kiss* 'поцілунок' асоціюється з предметом комерційної операції, який можна *to borrow* 'позичити' – «взяти у особи чи банку з умовою повернути пізніше» (OALD). В україномовному написі *НЕ ПОТРІБНА СОЛОВ'Ю ЗОЛОТА КЛІТКА, КРАЩЕ ЙОМУ ЗЕЛЕНА КВІТКА* метафоричне перенесення у виразі *золота клітка* – «закритий простір для птахів зі стінами з дорогого дорогоцінного металу» (СУМ) – базується на

асоціації з обмеженням свободи, навіть якщо замість дають щось цінне матеріально.

Підгрупа «Стиль і мода» є аломорфною для англомовних написів на одязі і налічує 18 (24%) одиниць. Джерелами метафори виступають різні поняття, пов'язані з модою, такі як візерунки, аксесуари чи макіяж. Наприклад, метафора у написі *Spots are the new stripes* 'Цятки – це нові смужки' побудована на твердженні, що *spots* 'смужки' «довгі вузькі кольорові лінії» (OALD), як візерунок на тканині є нейтральними і пасують майже всім людям із зайвою вагою. Щоб не дискримінувати людей з ожирінням, метафора вживається замість не толерантного вислову «одяг із цятками підходить навіть людям із зайвою вагою». У написі *Happiness looks gorgeous on you* 'Тобі надзвичайно пасує щастя' стан щастя, що вживається з дієсловом *to look* 'виглядати', асоціюється з чимось, що можна носити, наприклад одягом чи макіяжем. Отже, такий метафоричний напис наголошує, що люди стають гарними тоді, коли відчують себе щасливими.

Отже, артефактоморфні метафори вдвічі частіше використовуються в англомовних написах на одязі. Аналіз емпіричного матеріалу дає підстави вважати, що тексти на вбранні англійською мовою відображають тенденції масової урбанізаційної культури. Наявність аломорфної підгрупи фігур мовлення, джерелом яких є поняття з царини стилю та моди, також може бути зумовлена цим фактом. Водночас для носіїв одягу з текстовими принтами в україномовній лінгвокультурі характерним є фігуральне використання понять, пов'язаних з матеріальними цінностями.

Перспективи подальших наукових досліджень з цього напрямку полягають у вивченні, аналізі та порівнянні інших фігур і тропів (антитези, епітетів, метонімії) у написах на одязі в англомовній та україномовній лінгвокультурах.

#### **Використана література:**

1. Kryshchal, S. M. (2015). Metaphor as a product of language and thinking (comparing English and Russian metaphors). *International Humanitarian University Herald. Philology*, 14, 119–122.
2. Matthews, P. H. (2014). *The Concise Oxford Dictionary of Linguistics*. Oxford: Oxford University Press. Oxford Advanced Learner's Dictionary. Retrieved from <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/>
3. Словник української мови. Академічний тлумачний словник (1970–1980). Відновлено з <http://sum.in.ua/>