

Outcomes. It was determined that the first papers on the cooperation between Poland and the European Union were published by Ukrainian researchers during the 1990s. At the start of the 21st century, on account of official Warsaw's successful advance along the chosen path and further consolidation of its stand as a lobbyist of Ukrainian interests in the leading European Union's institutions, specific scientific interest to the issue heightened considerably. Thus, the existing complex of sources is represented by an array of scientific articles, conference proceedings, theses and monographs.

Academic novelty. By means of historiographical analysis of historical works on the subject in question conclusions were drawn as regards the study of the development of current relations between Ukraine and Poland by Ukrainian scientists in the light of Poland's preparation and subsequent accession to the European Union. Prior scientific achievements have been classified and summarized in this paper.

Practical implications. Taking into consideration the extended coverage of this issue in concrete historical works and a relatively low share of historiographical studies on the subject, as well as the importance of Ukrainian-Polish relations in the state's foreign policy, this article, alongside other works of the author, to some extent fill the gap in the specified area of national historiography.

Key words: *Ukraine, Poland, the European Union, the Ukrainian-Polish relations, the European Union, European integration.*

УДК 811'06'373.7:159.922

ВПЛИВ НА СВІДОМІСТЬ ЛЮДИНИ ЧЕРЕЗ СУЧАСНІ ФОРМИ ФРАЗЕОЛОГІЇ

ГЕРЦОВСЬКА Н.О., ЗАНІК М.В.

Мукачівський державний університет

Фразеологія завжди була і залишається об'єктом дослідження лінгвістики, оскільки ця галузь є багатим джерелом для вивчення не лише мови народу, а також і його культури. Через фразеологію можна вивчити культурну спадщину народу, його звичаї, традиції, національні ідеї та досвід. Не дивлячись на значну кількість робіт з фразеології, на сьогодні з'являються нові питання в межах цієї галузі, які потребують дослідження. До таких актуальних питань відносимо анти-прислів'я як сучасну форму фразеологічних одиниць, метовживання яких є встановити зв'язок через натяк на відому фразеологічну одиницю та викликати комічну або іронічну реакцію у співрозмовника. На сьогодні виявлено зв'язок між вживанням прислів'їв та роботою мозку таким чином прислів'я стають об'єктом дослідження ще й нейрохірургії та психіатрії. Вплив фразеологічних одиниць на мислення людини дозволяє журналістам формувати ті чи інші ідеї у читачів чи слухачів через застосування сучасних прислів'їв, а особливо анти-прислів'їв. Джерелами утворення анти-прислів'їв є не лише твори письменників (Дж. Толкієн, Дж. Роулінг), але й фільми, рекламні салогани, преса, інтернет. Анти-прислів'я не входять до системи мови, тобто не можна з точністю припустити, що вони ввійдуть у словники, однак у живому спілкуванні вони передають новаторське вираження мудрості на основі традиційної структури прислів'їв. Через широке застосування анти-прислів'їв у мові преси, а особливо реклами, можна говорити про їхній вплив на свідомість громадськості. Анти-прислів'я викликають комічний ефект, створюють певну алузію або натяк на загальновідомий факт, синтезують старі та нові ідеї в єдиній інтерпретації.

Ключові слова: *прислів'я, анти-прислів'я, фразеологія, свідомість, реклама, іронія, гумор.*

Прислів'я завжди були відображенням нації. Вони також є невід'ємною частиною культурної спадщини. Прислів'я збагачували національні словники з давніх часів до наших днів. Велика кількість досліджень було зроблено для того, щоб з'ясувати походження прислів'їв і класифікувати їх. Ми зустрічаємо прислів'я всюди. Можна взяти будь-яку тему визначити, яку роль грають прислів'я в ній. Прислів'я все частіше використовуються при вивченні таких хвороб як шизофренія, хвороба Альцгеймера з метою з'ясування впливу метафори на мозок людини. Журналісти також люблять працювати з прислів'ями, як із засобом впливу на суспільну свідомість. Німецький науковець Вольфганг Мідер, професор Вермонтського університету в одній зі своїх робіт використав термін «анти-прислів'я» [5].

Постановка завдання. Анти-прислів'я є актуальним терміном сьогодення, сфера вживання якого стає все ширшою. Таким чином, з цього випливає актуальність нашого дослідження. Мета статті полягає в тому, щоб проаналізувати феномен анти-прислів'їв в англійській мові. Для досягнення мети необхідно вирішити наступні завдання:

- визначити значення прислів'я та анти-прислів'я;

- проаналізувати історичний розвиток прислів'я;
- розглянути зміни в прислів'ях в наш час;
- проаналізувати анти-прислів'я як основний потік виразів у сучасній англійській мові.

Результати та їх обговорення. У різний час різні люди давали пояснення слова «прислів'я» по-різному. Ми досліджували деякі з них:

- Прислів'я – це старе і загальне висловлювання. (Сократ)
- Прислів'я являє собою короткий вислів, яке представляє істину або хоч трохи корисної мудрості. (Вільям Шекспір)
- Прислів'я – короткий добре відомий вислів, що дає поради або висловлює те, що в цілому вірно. (Словник сучасної англійської мови Лонгмана) [3].

Прислів'я та приказки, будучи невід'ємною частиною народного фольклору, і в свою чергу, атрибутом культури нації, відображенням життя народу, його поглядів та характерів. Прислів'я попереджають, підводять підсумки національного досвіду, критично висміюють інстинкти людей, ехидно коментують зовнішній вигляд, дають найяскравіші та незабутні поради, вчать мудрості життя, подають гумор у саркастичному вигляді і збирають думки.

«Прислів'я – це мудрість народів», як говорить італійське прислів'я. Аналізуючи матеріали по цій темі ми вибрали кілька джерел походження прислів'їв: національні (судження звичайних людей), літературні (судження інтелігентних людей), сприйняття (Біблія, прислів'я і приказки з інших мов).

Англійські прислів'я походять з різних джерел. Деякі з них, насправді, є результатом інтелектуальної діяльності людей, які формують мову і розмірковують про неї, таких, як Конфуцій, Платон, Грасіан і т.д. Інші взяті з таких різноманітних джерел, як поезія, пісні, реклама, кіно, література і т.д. А кількість відомих висловлювань Ісуса, Шекспіра та інших стали прислів'ями, хоча їх творці були відомі. Багато з цих висловлювань не вважалися прислів'ями, коли вони були вперше придумані. Багато прислів'їв також засновані на історіях, вони часто зустрічаються в кінці розповіді. Наприклад, прислів'ям «*Who will bell the cat?*» закінчується історія про мишей, які планували, як вберегтися від кішки.

Деякі автори, як наприклад Дж. Р. Р. Толкієн, створили прислів'я у своїх працях, і деякі з цих прислів'їв ввійшли до більш широкого загалу, такі як *the bumper sticker pictured here*. Отримала цінність і притча про *a lobster in a pot* створена К.С. Льюїсом в Хроніках Нарнії. У подібних випадках, навмисно створені прислів'я для вигаданих товариств стали прислів'ями в реальних суспільствах. У вигаданій історії, що сталася в реальному суспільстві, фільм «Форрест Гамп» представив прислів'я «*Life is like a box of chocolates*» широкому загалу.

Хоча багато прислів'їв стародавні, всі вони були знову створені у певний момент ким-небудь. Іноді легко виявити, що прислів'я знову придумане з посиланням на щось нове, так як гаїтянське прислів'я «*The fish that is being microwaved doesn't fear the lightning*». Кажуть, що більш ніж 1400 нових англійських прислів'їв були придумані в ХХ столітті. Процес створення прислів'їв неперервний, тож нові прислів'я з'являються постійно. Ті висловлювання, які були прийняті і використані значною кількістю людей стають прислів'ями у даному суспільстві. Наприклад [1]:

Crime doesn't pay (Якщо займатися незаконною діяльністю, ви не довго будете заробляти гроші.) – Вперше, використаний в США ще в 1927 році, цей вислів став гаслом Федерального бюро розслідування в США і американського детектива Діка Трейсі з коміксу, створеного мультиплікатором Честером Гулдом в 1931 році.

Make love not war (1. Секс між людьми краще, ніж боротьба між країнами 2. Мир краще, ніж війна.) – Американське студентське гасло 1960-х років, пізніше використовувалося в основному тими, хто виступав проти американської війни у В'єтнамі.

Згодом він з'явився у пісні Джона Леннона *Mind Games* (1973), і з тих пір використовувався противниками американської війни в Іраку і війни в цілому.

Put the pedal to the metal (Їдь так швидко, як це можливо.) – Це висловлювання бере свій початок від ідеї натискання педалі акселератора автомобіля до підлоги настільки сильно, щоб машина їхала на максимальній швидкості.

Would you buy a used car from this man? (Ви довіряєте цій людині? Тому що я ні.) – Це висловлювання приписується американському коміку Мерту Салі (що народився в 1927 році). Воно часто відносилось до президента США Річарда Ніксона, і сьогодні використовується по відношенню до тих, хто, здається, не цілком заслуговує на довіру.

There's no such thing as a free lunch (Ми не можемо отримати щось задарма. Ми повинні платити за все. Ніщо в житті не є безкоштовним...) – Часто приписується американському економісту, лауреату Нобелівської премії Мілтону Фрідману (1912-2006), цей вислів був у вжитку принаймні, до 1950-их. Фрідман популяризував, але не створив його.

У сучасному суспільстві з'явилося таке поняття, як анти-прислів'я або перекручені прислів'я, оскільки вони є спотворенням оригіналу. Анти-прислів'я – це перетворення стандартного прислів'я для гумористичного ефекту. Пареміограф Вольфганг Мідер визначає їх як «спародійовані, перекручені або зламані прислів'я, які розкривають гумористичну або сатиричну мовленнєву гру з традиційною мудрістю прислів'я» [4]. Вони також були визначені як «алегоричне спотворення, пародія, неправильне застосування або несподівана контекстуалізація відомого прислів'я, як правило, для комічного чи сатиричного ефекту» [1]. Для повного ефекту, анти-прислів'я повинно базуватися на відомому прислів'ї. Наприклад «*If at first you don't succeed, quit*» звучить смішно, якщо слухач знає оригінал «*If at first you don't succeed, try, try again*». Анти-прислів'я використовуються зазвичай в рекламі, наприклад, як «*Put your burger where your mouth is*» від Red Robin [1]. Анти-прислів'я також поширені на футболках, такі як «*Taste makes waist*» та «*If at first you don't succeed, skydiving is not for you*».

Стандартні прислів'я – це по суті, певні фрази, добре відомі багатьом людям, наприклад «*Don't bite the hand that feeds you*». Коли значення трохи змінюється – *Don't bite the hand that looks dirty* – воно стає анти-прислів'ям.

Такі змінені прислів'я упізнавались і використовувались довгий час, хоча термін «анти-прислів'я» не існувало, поки у 1982 році його не створив Вольфганг Мідер [5]. Термін було визнано після публікації книги «Викривлена Мудрість: Сучасні анти-прислів'я Вольфганга Мідера і Анни Т. Літовкіної».

Вони були одним з багатьох експериментальних стилів досліджуваних французьким літературним рухом УЛПО. Термін «perverb» або «перекручене прислів'я» приписується Максіну Грофскі. Виклав цю ідею учасник УЛПО Гаррі Метьюз в його декларації «Вибрані залежності» (1977).

Анти-прислів'я використовуються відомою британською письменницею Дж. К. Роулінг в її популярній серії романів "Гаррі Поттер". Вона змінює стандартне англійське прислів'я на «*It's no good crying over spilt potion*» і Дамблдор радить Гаррі «*close your owls before they are delivered*».

Мідер і Літовкіна запропонували таку класифікацію функціонування анти-прислів'їв [2]:

Пом'якшення: сенс здається зберігається, але кваліфікується доповненнями «*Everything has an end, but a pudding has two*».

Апологія: оригінальне прислів'я захищене від критики: німецький приклад перекладений «*Art (Kunst) comes from 'able' (können), not from 'will' (wollen), or we'd better call it wirt (Wulst, fantasy word)*».

Протиставлення: повідомлення оригінального прислів'я руйнується, але не встановлюється нове значення «*Guns don't kill – ammunition does*».

Збереження: значення те ж саме, як з доповненням, так і без нього «*There is no such thing as a free lunch, but there is always free cheese in a mousetrap*».

Контраст: первісне значення співвідноситься до іншої сфери життя «*All we need is love – all we get is homework*».

Перетворення метафори: метафори інтерпретуються буквально «*Duty is calling? We call back*».

Регенерація: значення нового твердження є повністю незалежним від вихідного «*An onion a day keeps everybody away*».

Відторгнення: оригінальне твердження відкидається «*When marriage is outlawed, only outlaws will have in-laws*».

Синтез: змістовне твердження складається з деяких фраз «*Some of these classes are divided into sub-classes*».

Немає жодних сумнівів в тому, що більшість анти-прислів'їв одноденні, тому що вони ніколи не ввійдуть в загальну народну мову, отримавши певну цінність та традиційність. Тим не менш, є принаймні, деякі анти-прислів'я, які висловлюють нову мудрість і, які до цього часу були прийняті в якості новаторського вираження мудрості на основі традиційних структур прислів'їв. Все це відбувається в широкій області засобів масової інформації (газети, журнали, радіо, телебачення та Інтернет), що дозволяє такій ново-виявленій мудрості, сягнути тисячі людей, які, в свою чергу, використовують ці вирази достатньо часто, щоб можна було вважати їх новими прислів'ями. Ось деякі приклади цих анти-прислів'їв:

- *No news is the mother of invention*
- *What doesn't kill you makes you stranger.*
- *Don't count your chickens in midstream*
- *The road to Hell wasn't paved in a day or the road to Hell is the spice of life.*
- *When in Rome, do it yourself.*
- *A bird in the hand is a dangerous thing.*
- *A rolling stone gets the worm.*
- *A penny saved is a penny indeed or a penny saved is a penny taxed.*
- *A fool and his money is a friend indeed.*
- *Laughter is the best medicine for when you cannot afford health insurance.*

Висновки. Прислів'я залишаються одними з найпопулярніших виражень мови. Хоча багато прислів'їв були забуті, все ще є деякі, які завжди будуть використовуватися. Вони можуть бути представлені у нових формах, таких як анти-прислів'я – один із сучасних форм фразеології. Такі одиниці змінюють уявлення про старі прислів'я, надаючи їм нове гумористичне значення. Через широке застосування анти-прислів'їв у мові преси, а особливо реклами, можна говорити про їхній вплив на свідомість громадськості. Анти-прислів'я викликають комічний ефект, створюють певну алюзію або натяк на загальновідомий факт синтезують старі та нові ідеї в єдиній інтерпретації і т.д. Перспективою подальших досліджень вважаємо вивчення способів перекладу анти-прислів'їв на українську мову.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Doyle C.C. The Dictionary of Modern Proverbs / C. Doyle, W. Mieder, F. Shapiro. – New Haven: Yale University Press, 2012. – 248 p.
2. Litovkina A. T. Old proverbs never die, they just diversify: a collection of anti-proverbs / A. T. Litovkina. W. Mieder. – 2006. – p. 17–26
3. Mayor M. Longman dictionary of contemporary English / M. Mayor. – Pearson education, 2006. – 844 p.
4. Mieder W. Proverbs : A Handbook / Wolfgang Mieder. – Greenwood Press, 2004. – p. 28
5. Mieder W. Twisted Wisdom : Modern Anti-Proverbs / W. Mieder, A. T. Litovkina. – University of Vermont: 1999. – 112 p.

АННОТАЦІЯ**ВЛИЯНИЕ НА СОЗНАНИЕ ЧЕЛОВЕКА С ПОМОЩЬЮ СОВРЕМЕННЫХ ФОРМ ФРАЗЕОЛОГИИ**

Фразеология всегда была и остается объектом исследования лингвистики, поскольку эта отрасль является богатым источником для изучения не только языка народа, а также и его культуры. Через фразеологию можно изучить культурное наследие народа, его обычаи, традиции, национальные идеи и опыт. Несмотря на значительное количество работ по фразеологии, сегодня появляются новые вопросы в рамках этой отрасли, требующие исследования. К таким актуальным вопросам относим анти-пословицы как современную форму фразеологических единиц, целью использования которых является установить связь с уже известной фразеологической единицей и вызвать комическую или ироническую реакцию у собеседника. Сегодня выявлена связь между употреблением пословиц и работой мозга, таким образом пословицы становятся объектом исследования еще и нейрохирургии и психиатрии. Влияние фразеологических единиц на мышление человека позволяет журналистам формировать те или иные идеи у читателей или слушателей путем применения современных пословиц, особенно анти-пословиц. Источниками образования анти-пословиц является не только произведения писателей (Дж. Толкиен, Дж. Роулинг), но и фильмы, рекламные слоганы, пресса, интернет. Анти-пословицы не входят в систему языка, то есть нельзя с точностью предположить, что они войдут в специализированные словари, однако в живом общении они передают новаторское выражение мудрости на основе традиционных структур пословиц. Из-за широкого применения анти-пословиц в языке прессы, особенно рекламы, можно говорить об их влиянии на сознание общественности. Анти-пословицы вызывают комический эффект, создают определенную аллюзию или намек на общеизвестный факт, синтезируют старые и новые идеи в единой интерпретации.

Ключевые слова: пословицы, анти-пословицы, фразеология, сознание, реклама, ирония, юмор.

SUMMARY**THE IMPACT ON HUMAN CONSCIOUSNESS THROUGH MODERN FORMS OF PHRASEOLOGY**

Phraseology has always been the object of linguistic study, because this sphere is a rich source for the study of not only people's language, but also their culture. With the help of phraseology it is possible to explore the cultural heritage of the people, their customs, traditions, national ideas and experience. Despite the considerable amount of works in phraseology, today there appear new issues within this sphere that require further investigation. These urgent issues include anti-proverbs modern form of phraseological units; the purpose of their usage is to make a connection via an allusion to the famous phraseological unit and cause some comic or ironic reaction from the interlocutor. Nowadays there have been found an association between the use of proverbs and the work of the brain; thus proverbs have become the object of study of Neurosurgery and Psychiatry. The effect of idioms on human thought allows journalists to form certain ideas in readers' or listeners' mind; this becomes possible through the effective usage of modern proverbs, and especially anti-proverbs. The sources of the formation of anti-proverbs are not only the works of writers (e.g. J. Tolkien, J. Rowling), but also movies, advertising slogans, press, Internet. Anti-proverbs cannot become the part of the language as a system, that is not possible to assume that they would be registered in dictionaries, but in live communication they convey an innovative expression of wisdom based on traditional structures of proverbs. Due to wide usage of anti-proverbs in the language of media, especially in advertising, we can speak about their impact on the public consciousness. Anti-proverbs can cause comic effect, create some allusion or hint on some well-known fact, synthesize old and new ideas in a single interpretation.

Key words: proverb, anti-proverb, phraseology, consciousness, advertising, irony, humor.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>