

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

На правах рукопису

КОТОВА ІРИНА АНВЕРІВНА

УДК 811.111'42

**КОНЦЕПТИ *ГЕРОЙ* ТА *АНТИГЕРОЙ* В АМЕРИКАНСЬКОМУ
КІНОДИСКУРСІ: КОГНІТИВНИЙ І ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТИ**

Спеціальність 10.02.04 – германські мови

ДИСЕРТАЦІЯ

на здобуття наукового ступеня

кандидата філологічних наук

Науковий керівник –
Бондаренко Євгенія Валеріївна
доктор філологічних наук, професор

Харків – 2016

ЗМІСТ

ЗМІСТ.....	2
ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	5
ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕПТІВ <i>ГЕРОЙ</i> ТА <i>АНТИГЕРОЙ</i> В АМЕРИКАНСЬКОМУ КІНОДИСКУРСІ.....	14
1.1. Кінодискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень.....	14
1.2. Архетипи та міфологічне мислення: витоки формування концептів <i>ГЕРОЙ</i> та <i>АНТИГЕРОЙ</i>	22
1.3. Лінгвокогнітивні, лінгвокультурологічні та когнітивно-поетологічні засади дослідження концептів <i>ГЕРОЙ</i> та <i>АНТИГЕРОЙ</i> в американському кінодискурсі.....	27
1.3.1. Дискурсивний вимір вивчення концепту.....	27
1.3.2. Концепт з позицій когнітивної лінгвістики, лінгвокультурології та когнітивної поетики	30
1.3.3. Опозиція <i>концепт :: антиконцепт</i> як втілення реляції між концептами <i>ГЕРОЙ</i> та <i>АНТИГЕРОЙ</i>	39
1.3.4. Номінації героя та антигероя в аспекті вербалізації відповідних концептів у американському кінодискурсі.....	41
1.4. Герой та антигерой як дискурсивні особистості.....	44
1.4.1. Мовна, комунікативна та дискурсивна особистості – носії мовної свідомості.....	45
1.4.2. Прагматикон дискурсивних особистостей героя та антигероя.....	49
1.5. Методологічне підґрунтя та процедура дослідження концептів <i>ГЕРОЙ</i> та <i>АНТИГЕРОЙ</i> в американському кінодискурсі.....	54
1.5.1. Методологічні принципи дослідження концептів <i>ГЕРОЙ</i> та <i>АНТИГЕРОЙ</i> в американському кінодискурсі.....	54
1.5.2. Етапи та методи дослідження концептів <i>ГЕРОЙ</i> та <i>АНТИГЕРОЙ</i> в	

американському кінодискурсі.....	62
Висновки до розділу 1.....	71
РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПТИ <i>ГЕРОЙ</i> ТА <i>АНТИГЕРОЙ</i> В АМЕРИКАНСЬКОМУ КІНОДИСКУРСІ.....	73
2.1. Передконцептуальні підвалини концептів <i>ГЕРОЙ</i> та <i>АНТИГЕРОЙ</i> : психологічні та культурні архетипи.....	73
2.2. Когнітивне підґрунтя номінації героя та антигероя як засобу портретування відповідних персонажів.....	83
2.3. Поняттєва складова концептів <i>ГЕРОЙ</i> та <i>АНТИГЕРОЙ</i> та її еволюція з XIII-XIV ст. по XXI ст.....	93
2.4. Еволюційні тенденції у засобах актуалізації ціннісної та образної складових концептів <i>ГЕРОЙ</i> та <i>АНТИГЕРОЙ</i> у кінодискурсі у 1977–2001 рр. та 2002–2012 рр.....	100
2.4.1. Ціннісна складова концептів <i>ГЕРОЙ</i> та <i>АНТИГЕРОЙ</i> у 1977–2001 рр. та 2002–2012 рр.....	101
2.4.2. Образна складова концептів <i>ГЕРОЙ</i> та <i>АНТИГЕРОЙ</i> у 1977–2001 рр. та 2002–2012 рр.....	108
2.5. Актуалізація ціннісної та образної складових концептів <i>ГЕРОЙ</i> та <i>АНТИГЕРОЙ</i> у наративних патернах американського кінодискурсу.....	122
2.5.1. Зміни в ціннісній складовій концептів за етапами наративу.....	125
2.5.2. Зміни в образній складовій концептів за етапами наративу.....	132
Висновки до розділу 2.....	145
РОЗДІЛ 3. <i>ГЕРОЙ</i> ТА <i>АНТИГЕРОЙ</i> ЯК ДИСКУРСИВНІ ОСОБИСТОСТІ.....	149
3.1. Дискурсивна поведінка героя та антигероя як реалізація прагматикону відповідних персонажів.....	149
3.2. Особливості дискурсивної поведінки героя в американському кінодискурсі.....	164
3.2.1. Кооперативно спрямовані стратегії у дискурсивній поведінці героя.....	164

3.2.2. Некооперативно спрямовані стратегії у дискурсивній поведінці героя.....	175
3.2.3. Специфічні стратегії у дискурсивній поведінці героя.....	184
3.3. Особливості дискурсивної поведінки антигероя в американському кінодискурсі.....	188
3.3.1. Некооперативно спрямовані стратегії у дискурсивній поведінці антигероя.....	188
3.3.2. Специфічні стратегії у дискурсивній поведінці антигероя.....	195
3.3.3. Кооперативно спрямовані стратегії у дискурсивній поведінці антигероя.....	201
Висновки до розділу 3.....	208
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	211
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	216
СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	255
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	257
ДОДАТКИ.....	259

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ЛКК – лінгвокультурний концепт

ХК – художній концепт

МО – мовна особистість

ДО – дискурсивна особистість

ВН – власна назва

ВСТУП

Дисертацію присвячено дослідженню структурно-змістових характеристик і комунікативних особливостей втілення концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ в американському ігровому кінодискурсі героїчної тематики.

Американська кіногероїка та відповідна міфологія, яка зазнала суттєвих змін після подій 11 вересня 2001 р. [367], є вельми популярною. Це зумовлює вирішальну роль ігрового кіно у формуванні сучасної американської культури [270, с. 33; 344, с. 6]. Особливе місце в американському кінематографі посідають фільми, сюжет яких розгортається навколо взаємодії (*супер*)героя та антигероя (або лиходія) як образів, які репрезентують певні набори цінностей [270, с. 33; 307, с. 16–17; 349, с. 25; 360, с. 8–9].

З одного боку, відповідні риси образів героя та антигероя постійно перебувають у сфері інтересів міжнародної наукової спільноти. Їх репрезентації вивчалися у психології [323; 374], а також культурології та політології [183; 249]. З іншого боку, сучасні лінгвістичні студії фокусуються на кіно як особливому типі дискурсу [130; 139; 201 та ін.] або актуалізації різних ментальних структур в дискурсі [31; 36; 100; 153; 167; 194; 252 та ін.]. Однак у лінгвістиці еволюційні тенденції розвитку образів героя та антигероя, втілених в американській культурі, досі системно не розглядалися. Тож, науковим завданням цієї роботи є вивчення характерних тенденцій еволюції структури, змісту та засобів комунікативного втілення концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, вербалізованих у американському кінодискурсі протягом двох періодів: 1977–2001 рр. та 2002–2012 рр.

Актуальність роботи зумовлена, по-перше, глобальним впливом американської кіногероїки на світову культуру; по-друге, вирішальною роллю людської когніції у формуванні національно-культурної картини світу; та по-третє, необхідністю урахування у лінгвістичних студіях взаємозв'язку когнітивних, дискурсивних та комунікативних процесів, а також наратологічних особливостей побудування художнього твору. Запропонований підхід сприяє вирішенню **наукової проблеми** співвідношення когнітивного та комунікативного вимірів вербалізації

концепту у контексті історичної мінливості культури, а також художньої репрезентації результатів пізнання дійсності.

Зв'язок із науковими темами. Проблематика дисертації відповідає профілю досліджень, які проводяться на факультеті іноземних мов Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна в межах наукових тем “Когнітивно-дискурсивні дослідження мови як регулятора соціальної поведінки”, номер держреєстрації 0111U010009, та “Когнітивно-дискурсивні дослідження мови та перекладу”, номер держреєстрації 0114U004320.

Метою дослідження є виявлення структурних і змістових характеристик та комунікативних особливостей втілення концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ в американському кінодискурсі у 1977–2001 рр. та 2002–2012 рр. Реалізація означеної мети вимагає розв’язання таких **завдань**:

- уточнити у межах когнітивно-комунікативної парадигми методологію та принципи дослідження концептів з точки зору їх структури та змісту, актуалізації в дискурсі та історичного варіювання у мікродіахронії;
- виявити психологічні та культурні архетипи у якості передконцептуальних підвалин концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, актуалізованих в ігровому американському кінодискурсі героїчної тематики;
- визначити статус антропонімів-номінацій героя та антигероя в кінодискурсі як засобу первинного портретування персонажів, що об’єктивують відповідні концепти; описати мотиваційне підґрунтя та онтологічні властивості означених номінацій;
- установити еволюційні тенденції розвитку поняттєвої, ціннісної та образної складових концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ; означити залежність актуалізації ознак ціннісної та образної складової концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ в американському кінодискурсі від етапу розгортання наративу;
- схарактеризувати прагматикон героя та антигероя, тобто стратегії і тактики їх комунікативної поведінки як дискурсивних особистостей.

Об'єктом дослідження є концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, вербалізовані в американському кінодискурсі у вигляді лексичних одиниць, а також фрагментів ігрового кінодискурсу.

Предметом є історична та наративна динаміка структурних і змістових характеристик відповідних концептів, а також комунікативні аспекти актуалізації означених концептів у дискурсі.

Матеріалом дослідження слугував 1631 текстовий фрагмент, дібраний зі сценаріїв та транскриптів діалогів 17 кінофільмів. У таких фрагментах, по-перше, актуалізуються ознаки змісту концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ або архетипів, що становлять їх передконцептуальне підґрунтя (2602 приклади), а по-друге, маніфестується дискурсивна поведінка героя та антигероя (2643 приклади). Для аналізу змісту поняттєвої складової та її еволюції залучено дефініції лексем *hero*, *antihero* та *villain* з 13 тлумачних та етимологічних словників та тезаурусів, а для дослідження номінацій персонажів проаналізовано 42 відповідні власні назви.

Методологічним підґрунтям для когнітивного та комунікативного вимірів дослідження є набутки *когнітивно-дискурсивного* та *когнітивно-комунікативного* напрямів лінгвістичної науки [30; 103; 155; 167; 194; 253 та ін.]; *когнітивно-семантичного* напрямку [67; 135; 288; 315; 322; 339; 343 та ін.] та *лінгвокультурологічного* напрямку лінгвістики [44; 92; 214; 221; 334 та ін.]; *теорії дискурсу* [63; 148; 247; 280; 295; 302 та ін.]; *комунікативної* та *прагмалінгвістики* [13; 81; 107; 204; 210; 226; 241 та ін.]; *когнітивної поетики* [14; 48; 176; 293; 365; 369; 370; 375 та ін.]; *ономасіології* та *ономастики* [207; 225; 276; 312; 330 та ін.]; *лінгвоперсонології* [95; 129; 170; 181; 217; 227 та ін.]; *наратології* [18; 260 та ін.].

У роботі використовується метод *суцільної вибірки* для добору матеріалу; елементи методики *поетапної експлікації архетипів* для виявлення передконцептуальних підвалин ГЕРОЯ та АНТИГЕРОЯ. Методика *когнітивно-ономасіологічного аналізу* застосовується для виявлення мотиваційного підґрунтя антропонімів-номінацій відповідних персонажів. *Контекстуально-ситуативний аналіз* використовується для визначення онтологічних особливостей функціонування означених антропонімів та дискурсивних смислів, релевантних для

когнітивного або комунікативного аспекту вербалізації концептів. Методи *етимологічного, дефініційного та компонентно-семантичного аналізу* дозволяють виокремити поняттєву складову концептів. *Інтерпретаційно-текстовий аналіз та когнітивно-дискурсивна інтерпретація* залучаються для вивчення особливостей вербалізації ціннісної та образної складових концептів. Методика *моделювання лінгвальних мереж* дозволяє структурувати образну складову як персонажне втілення концептів у ігровому кінодискурсі. *Прагмалінгвістичний аналіз* використовується для дослідження комунікативного аспекту вербалізації концептів, елементи *кількісного аналізу* – для визначення змін у ступені фокусування уваги на концептуальних ознаках, зумовлених історичною динамікою (у межах мікродіахронії) та розгортанням наративу.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ уперше розглянуто як похідні гібридні концепти, які поєднують в собі ознаки лінгвокультурного та художнього концепту. Установлено передконцептуальні підвалини відповідних концептів, що дозволяє уточнити знання про архетипове підґрунтя образності в кінодискурсі. Уперше проаналізовано онтологічні властивості антропонімів-номінацій героя та антигероя та застосовано когнітивно-ономасіологічний аналіз для визначення мотиваційного підґрунтя їх формування. Структуру досліджуваних концептів уперше представлено як нерозривну сукупність поняттєвої, ціннісної та образної складових, які втілюються в цілісному художньому образі. Також уперше визначено історичне варіювання концептуальних ознак ціннісної та образної складових, вербалізованих у кінодискурсі, з позицій мікродіахронії та окреслено тенденції вербалізації змісту концептів, зумовлені наративною структурою ігрового кінофільму як художнього твору. Новизною відзначається також метод визначення ступеню фокусування уваги на окремих концептуальних ознаках, який розроблено на підґрунті теорії градуйованої відміченості. У дисертаційній роботі також уперше розглянуто комунікативний аспект актуалізації відповідних концептів у кінодискурсі, де відповідні персонажі розглядаються як дискурсивні особистості.

Наукова новизна узагальнена в таких **положеннях, які виносяться на захист**:

1. Концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ є гібридними автохтонними концептами американського ігрового кінодискурсу, які мають ознаки як лінгвокультурного, так і художнього концепту. Означені концепти знаходяться у відношенні “концепт :: антиконцепт” за такими характеристиками: наявність точок дотику на поняттєвому, ціннісному та образному рівні та у комунікативному вимірі; наявність протилежних рис та розбіжностей у полюсах оцінки, а також у змісті образної складової.

2. Концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ об’єктивуються у відповідних архетипових образах. Передконцептуальним підґрунтям образу героя є архетипи Героя, Тіні, Дитини, Духу, Відродження, Самості та Анімусу, а образу антигероя – архетипи Тіні, Трікстера та Аніми. Експлікований архетип Персони/Маски є загальним підґрунтям обох концептів.

3. Номінації героїв та антигероїв є первинним засобом портретування персонажів, що імплікують окремі ознаки змісту відповідних концептів.

4. Концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ мають нерозривно пов’язані поняттєву, ціннісну та образну складові.

4.1. Зміст відповідних понять розкривається у семантичних комплексах лексем *hero :: villain* та *antihero*. Результатом еволюції обох понять є виокремлення двох ознак: людська природа героя та антигероя та художній дискурс як сфера їх буття. В інтенціонал обох понять включений компонент стереотипної оцінки: позитивної – для поняття “герой” і негативної – для поняття “антигерой”.

4.2. Для обох концептів протилежні полюси оцінки пов’язані з внутрішнім конфліктом, динамікою образу та сюжетної лінії, різним ступенем інтенсивності ознак, характерних для героя, а також оцінкою соціальної маски, характерної для антигероя.

4.3. Ознаки образної складової концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ відрізняються за щільністю актуалізації у 1977–2001 рр. та 2002–2012 рр. та на послідовних етапах наративу.

4.3.1. У 1977–2001 рр. для концепту ГЕРОЙ максимальна щільність актуалізації спостерігається серед ознак, пов’язаних зі здібностями та вміннями (ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ), характеристикою як учасника боротьби

(ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ) та функцією захисника громади (ГЕРОЙ РЯТУЄ / ЗАХИЩАЄ / ДОПОМАГАЄ). У 2002–2012 рр. фокус уваги поширюється на ознаки, пов'язані з обов'язком (ГЕРОЙ МАЄ (ВАЖКИЙ) ОБОВ'ЯЗОК) та самопожертвою (ГЕРОЙ ЖЕРТВУЄ).

4.3.2. У 1977–2001 рр. для концепту АНТИГЕРОЙ найбільша щільність актуалізації спостерігається серед ознак, пов'язаних із потенційною загрозою антигероя для громади (АНТИГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ) та негативними наслідками його дій (АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА). У 2002–2012 рр. фокус залишається на наслідках дій антигероя, тоді як щільність актуалізації ознаки АНТИГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ суттєво знижується.

4.3.3. Розгортання наративу передбачає зміщення фокусу уваги у змісті концепту ГЕРОЙ з буттєвої ознаки ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ на функціональні ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ та ГЕРОЙ РЯТУЄ / ЗАХИЩАЄ / ДОПОМАГАЄ. Для концепту АНТИГЕРОЙ максимальною щільністю актуалізації послідовно відзначаються нейтральна характеристика (АНТИГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ), ознака, пов'язана з негативними наслідками дій антигероя (АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА) та покаранням (АНТИГЕРОЙ ОТРИМУЄ ПОКАРАННЯ).

5. Герой та антигерой як дискурсивні особистості мають ідентичний прагматикон, але у героя переважають стратегії кооперативного спрямування, а у антигероя – некооперативного. Найбільш характерними для героя є стратегії зближення та домінування а для антигероя – домінування і маніпулювання. Регулятивний потенціал концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ формується за рахунок прямої кореляції між деонтичними нормами та ціннісною складовою відповідних концептів.

Теоретична значущість роботи зумовлена її внеском у когнітивну лінгвістику (з'ясування можливостей поєднання в межах одного концепту ознак лінгвокультурного та художнього концепту; виявлення щільності актуалізації ознак ГЕРОЯ та АНТИГЕРОЯ у кінодискурсі; ступеня цілісності ознак лінгвокультурного концепту, що є основою художнього образу; виокремлення наратологічного виміру вербалізації концепту); історичну концептологію (співвіднесення історичного

варіювання змісту концепту з динамікою його розгортання в художньому дискурсі); когнітивну ономасіологію (визначення когнітивного підґрунтя антропонімів як засобу портретування персонажів); теорію комунікації (виокремлення регулятивного потенціалу концепту); лінгвоперсонологію (встановлення прагматикону дискурсивних особистостей героя та антигероя).

Практична цінність дисертації полягає у можливості використання її результатів у теоретичних курсах з лексикології (розділ “Лексична семантика”), теоретичної граматики (розділ “Прагматика речення”), лінгвокраїнознавства (розділ “Лінгвокраїнознавство США”), спецкурсах з когнітивної лінгвістики, дискурсології, теорії мовної комунікації, міждисциплінарних дослідженнях медіа- та кінодискурсу та у наукових розвідках студентів та аспірантів.

Апробацію результатів дослідження здійснено на засіданнях кафедри англійської філології факультету іноземних мов Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна та на 11 наукових конференціях, а саме: 9 **міжнародних конференціях**: Третя міжнародна наукова конференція “Когнітивно-прагматичні дослідження професійних дискурсів” (Харків, 2011); Четвертий міжнародний науковий форум “Сучасна англістика: Традиції. Сьогодення. Перспективи” (Харків, 2011); Міжнародна науково-практична конференція, присвячена пам’яті академіка АН ВШ України, доктора філологічних наук, професора, Заслуженого професора Львівського національного університету імені Івана Франка Катерини Яківни Кусько “Дискурсні стратегії лінгвістики XXI століття” (Львів, 2011); VI Міжнародна наукова конференція “Актуальні проблеми германської філології” (Чернівці, 2012); П’ятий міжнародний науковий форум “Сучасна англістика і романістика: перший рубіж нового тисячоліття” (Харків, 2013); Шостий міжнародний науковий форум “Сучасна англістика: до 85-річчя кафедри англійської філології” (Харків, 2015); Міжнародна наукова конференція “Сучасна філологічна наука в міждисциплінарному контексті” (Київ, 2015); заочна конференція “Philology and Linguistics in the Digital Age 2016” (Budapest, 2016); 2nd Conference of the International Association for Cognitive Semiotics (Lublin, 2016) та 2 наукових **конференціях з міжнародною участю**: XIV наукова конференція з

міжнародною участю “Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація” (Харків, 2015); XV наукова конференція з міжнародною участю “Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація” (Харків, 2016).

Публікації. Основні положення роботи висвітлено у 16 одноосібних публікаціях: 8 статтях (7 – у фахових виданнях України, 1 – у закордонному виданні, яке включено до міжнародної наукометричної бази даних Index Copernicus) та 8 тезах доповідей на конференціях загальним обсягом 6,4 авт. арк.

Обсяг і структура роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів із висновками, загальних висновків, списку наукових джерел (383 позиції), довідкових (24 позиції) та ілюстративних матеріалів (17 позицій) і додатків. Загальний обсяг дисертації – 279 стор., обсяг основного тексту – 210 стор., у т.ч. 3 малюнки та 1 таблиця.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОНЦЕПТІВ *ГЕРОЙ* ТА *АНТИГЕРОЙ* В АМЕРИКАНСЬКОМУ КІНОДИСКУРСІ

З одного боку, американський кінодискурс перебуває у тісному зв'язку з відповідною культурою та соціумом, а з іншого – у ньому породжуються і в його межах актуалізуються концепти *ГЕРОЙ* та *АНТИГЕРОЙ*. З цього випливає потреба з'ясувати, перш за все, сутнісні риси американського кінодискурсу як джерела породження й унікального середовища функціонування означених концептів. Дослідження структурних та онтологічних особливостей концепту вимагає критичного омислення наявних підходів до його потрактування та моделювання, а існування комунікативного виміру вербалізації концептів *ГЕРОЙ* та *АНТИГЕРОЙ* дозволяє залучити поняття дискурсивної особистості.

1.1. Кінодискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень

Вивчення засобів вербалізації характеристик героя та антигероя в американському кінодискурсі у межах когнітивного та комунікативного напрямів лінгвістики потребує уточнення та визначення взаємозв'язку понять “кінодискурс” та “кінотекст”, оскільки в роботах вітчизняних та іноземних лінгвістів кінофільм розглядається і як текст [49; 66; 78; 80; 147; 213], і як особливий тип дискурсу [57; 74; 130; 139; 201].

У межах функціонального підходу до визначення та вивчення дискурсу фокус на аспекті вживання мови утворює дихотомію *текст-як-продукт* :: *дискурс-як-процес* [12, с. 9; 280, с. 24; 385, с. 15]. Аналіз “продукту”, тобто друкованого тексту, не передбачає вивчення процесу його створення та сприйняття, втім, аналіз дискурсу як процесу надає таку можливість. Початковим етапом в дискурсивному аналізі є рівень конкретної системної (мовної) реалізації дискурсивного змісту, рівень тексту. Лінгвістична інтерпретація на цьому рівні здійснюється в рамках традиційного стилістичного аналізу, а власне дискурсивний аналіз полягає у

співвіднесенні з елементами змістовно-змістової та композиційно-мовної організації тексту психологічних, політичних, національно-культурних, прагматичних та інших факторів [247, с. 89–90].

Дискурс також можливо тлумачити як мовлення або, зокрема, текст, який постає перед інтерпретатором у його мисленні. Завдяки попередньо отриманій або проміжній інтерпретації зникає референтна неоднозначність, визначається комунікативна ціль кожного речення та поступово розгортається драматургія всього дискурсу. Інтерпретатор реконструює ментальний світ автора (*universe of discourse*), яким він йому видається та який є джерелом характеристик дійових осіб, об'єктів, обставин певних дій та явищ, а також деталей та оцінок, які домислюються інтерпретатором на підґрунті його неповторного життєвого досвіду [63, с. 49–50].

У якості емпіричної підвалини вивчення дискурсу певного типу використовуються тексти, які об'єднуються за змістово-смысловими та інтенціональними критеріями. Залежно від комунікативно-прагматичних та когнітивних цілей, межі дискурсу можуть встановлюватися по-різному відповідно до певного періоду, сфери людської практики, галузі знань, типології текстів та інших параметрів [247, с. 92–93]. Отже, **дискурсом**, за В.Є. Чернявською, називається **“сукупність тематично схожих текстів, кожний з яких сприймається та ідентифікується як мовний корелят соціально-культурної практики”** [там само, с. 93]. Ми тлумачимо соціокультурну практику як “процес соціального та культурного характеру, частиною якого є комунікативна подія” (тут і далі переклад іншомовних джерел мій – *І.К.*) [303, с. 57]. Кінофільм є одночасно засобом повідомлення інформації (тобто, різновидом комунікативної події) та інструментом впливу на глядача (що визначає його соціально-культурну значущість – *І.К.*) [277, с. 2]. Ураховуючи наявність двостороннього впливу між соціально-культурним контекстом та дискурсом, який у ньому породжується [302, с. 17], вважаємо, що кінематограф є соціально-культурною практикою. Такий підхід дає змогу розглянути як комунікативний, так і когнітивний аспекти функціонування досліджуваних явищ.

Наявність різних підходів до визначення дискурсу, а також залучення одночасно кількох каналів для передачі інформації в кінофільмі спричиняють варіантність у визначенні власне кінодискурсу відповідно до цілей дослідження. Спираючись на наведене вище визначення дискурсу В.Є. Чернявської, визначаємо **кінодискурс як комплекс сукупності кінотекстів, яких може бути безкінечно багато і які перебувають у взаємодії**. У свою чергу кінотекст, услід за Г.Г. Слишкіним та М.О. Єфремовою розуміємо як “зв’язне, цілісне та завершене повідомлення, виражене за допомогою вербальних (лінгвістичних) та невербальних (іконічних та/або індексальних) знаків, організоване відповідно до задуму колективного, функціонально-диференційованого автора за допомогою кінематографічних кодів, зафіксоване на матеріальному носії і призначене для програвання на екрані та аудіовізуального сприйняття глядачами” [213, с. 32]. Кінотексту повною мірою властиві універсальні текстові категорії, які дослідники вважають обов’язковими для художнього тексту, а саме: можливість членування, зв’язність, перспекція та ретроспекція, антропоцентричність, локальна та темпоральна віднесеність, інформативність, системність [там само]. Якщо розглядати поняття дискурсу як таке, що охоплює і результат мовної діяльності (текст), і процес її реалізації [216, с. 307], кінотекст як продукт кінодискурсу виконує комунікативну функцію за умов взаємопроникнення двох принципово відмінних семіотичних систем (лінгвістичної та нелінгвістичної), тобто, є специфічною формою креалізованого тексту [213, с. 32].

Кінотекст має низку властивостей, які є прямим наслідком складності кінофільму як багаторівневої семіотичної системи [146; 236; 282; 298; 354; 355; 359; 368]. Особливості цієї системи можуть бути пояснені тим, що кінофільм можна інтерпретувати як повідомлення, в основі якого лежить акт комунікації [146, с. 48]. Обов’язковими елементами цього акту комунікації є:

- 1) адресант (той, хто передає інформацію);
- 2) адресат (той, хто приймає інформацію);

3) канал зв'язку між ними, роль якого можуть виконувати всі структури, що забезпечують комунікацію, у тому числі природна мова, системи звичаїв, норм мистецтва тощо;

4) повідомлення (текст).

Будь-який акт комунікації можна презентувати за допомогою схеми, запропонованої Р. Якобсоном [325, с. 353] (Рис. 1.1):

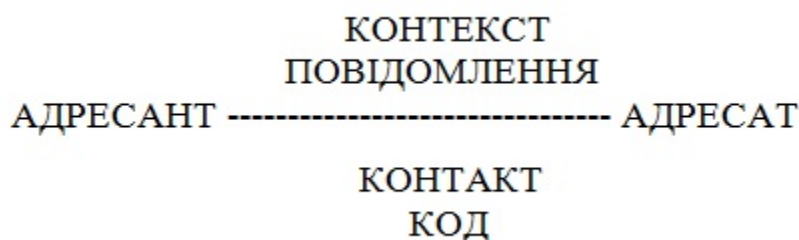


Рис. 1.1. Модель комунікативного акту за Р. Якобсоном

Залучаючи терміни обох систем (за Ю.М. Лотманом та Р. Якобсоном), розглядаємо взаємодію між колективним автором кінотексту та глядачем. Це акт комунікації між адресатом та адресантом, у межах якого повідомлення (кінотекст) передається за допомогою каналу зв'язку та певного коду (аудіовізуальний код кінотексту) у конкретному культурно та соціально детермінованому контексті. Одночасно в межах певного кінематографічного оповідання (кінотексту) персонажі взаємодіють одне з одним, між ними також відбувається дискурсивна взаємодія, через яку розкривається характер персонажа, його уподобання, душевний стан, ставлення до оточуючих людей та явищ, ціннісні орієнтири та настанови. Така дискурсивна взаємодія також є актом комунікації, де персонажі виконують роль адресата та адресанта, використовують певний канал зв'язку та передають конкретне повідомлення. Таким чином, вважаємо за можливе говорити про взаємодію персонажів кінофільму як **мікрорівень**, а взаємодію колективного автора та глядача – як **макрорівень** такої комунікації. Виокремлені нами рівні комунікації в кінофільмі корелюють з рівнями **кінематографічного дискурсу** та **дискурсу у кіно**, де дискурсом у кіно є мовленнєва діяльність персонажів, а кінематографічним дискурсом – комунікація між автором та глядачем [327].

Означимо семіотичне підґрунтя комунікації на макро- та мікрорівнях. Щодо **макрорівня**, кінематограф є особливою системою фігуральної мови, яку можливо порівняти з системою мовних тропів [368, с. 29]. Кожне зображення на екрані є знаком, але його значення може мати подвійний характер. З одного боку, образи на екрані відтворюють певні предмети реального світу. Між цими предметами та образами на екрані встановлюються семантичні відношення, оскільки предмети набувають значення образів, що відтворюються на екрані. З іншого боку, образи на екрані можуть наповнюватися додатковими (символічними, метафоричними, метонімічними) значеннями, створюваними освітленням, монтажем та ін. Перший тип значень наявний в окремо узятому кадрі, а другорядні знакові одиниці можливо виокремити тільки з послідовності декількох кадрів [146, с. 42–43].

Кінематограф подібний до “широких, складних, фундаментально соціокультурних ‘мовних систем’, які не можна звести до єдиного коду, а саме найдавніших видів мистецтва, таких як міфи, соціальні ритуали, вірування, колективна репрезентація, казкові оповідання, символічна поведінка, ідеологія та інше” [354, с. 38]. Кінотекст не є виключно звуковим або візуальним, тому досить важко виділити його окремі індивідуальні знаки [284, с. 67]. Означуване, набір тем, що розкриваються у фільмі, кодуються у кіносценарії за допомогою кінематографічних кодів (візуальної та звукової аналогії, монтажу та ін.) та некінематографічних кодів, наприклад, мовлення у звукових фільмах [355, с. 28]. Характерною особливістю кіно є *симультанність* кількох ліній глядацьких уявлень, на основі якої жест та рух отримують цілком нове тлумачення [236, с. 328].

Кінофільм є креолізованим текстом з точки зору гетерогенності семіотичних систем, що входять до його складу [49]. Відеоряд кінотексту репрезентовано портретним або іконічним кодом, звуковий код оперує знаками музичної або шумової природи та відповідними комбінаторними правилами, лінгвальний код включає знаки, за допомогою яких утворено усі вербальні повідомлення в кінотексті [298, с. 9–13]. Для нашого дослідження засобів вербалізації концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ у мікродіахронії релевантною є інформація, репрезентована знаками лінгвального коду (репліки персонажів та оповідача) та іконічного коду (релевантна

інформація про контекст, у якому актуалізуються ознаки зі змісту досліджуваних концептів, а також інформація немовного характеру, яка є елементом комунікативної взаємодії між персонажами або автором та глядачем).

Далі звернімося до семіотичних засад **мікрорівневої** комунікації у кінодискурсі та мовних характеристик його вербальної складової. Вербальним компонентом кінотексту є кінодіалог [56; 271; 335; 363]. Кінотекст створюється з розрахунку на сприйняття глядачами [74, с. 8]. Це веде до створення ефекту “підслуховування”, який виникає через те, що глядач чує повідомлення, які адресовано іншим, але насправді такі повідомлення призначені й для глядачів [335, с. 14].

Кінодіалог має точки дотику як із сценічним, так і повсякденним мовленням [363, с. 21]. По-перше, кінодіалог не продукується спонтанно та є перманентним (як сценічне мовлення, яке є вербалізованим попередньо створеним текстом), але має видаватися спонтанним, створювати ілюзію ефемерності подібно до повсякденного мовлення, яке імітується. Окрім цього, сприйняття глядача вибудовує ланцюжок з вимовлених реплік, які йдуть одна за одною в рамках часу, обмеженого тривалістю вистави (або кінострічки). Глядач сприймає прихований зміст, який не є безпосередньо релевантним для мовця та його співрозмовника [289, с. 7–8; 335, с. 16]. Контекст, відомий глядачеві, завжди ширший, ніж контекст, відомий будь-якому з персонажів. У результаті, інтерпретація глядачем кожного рядку з кінодіалогу відрізняється від інтерпретації його будь-яким з персонажів, який бере участь у розмові [335, с. 16].

Кінодіалог імітує розмовне мовлення на фонетичному, лексичному та синтаксичному рівні, модифікуючи його відповідно до задуму авторів кінофільму. Проте існує думка, що кінодіалог є штучним відбиттям природного мовлення через відсутність повторів та перепитувань, характерних для природнього спілкування; також наявна велика кількість дотепів, використовуються теми, що не є типовими для звичайного мовлення, лексичні штампи, що традиційно властиві певним жанрам, короткі, прості речення. Ще однією відмінністю кінодіалогу від природнього діалогу є його “музичність”, яка виникає через те, що репліки у фільмах ретельно підібрані, збалансовані та ритмічно організовані як у межах

окремих висловів, так і під час зміни ролей у діалозі. Такі характеристики спонтанно продукованого мовлення як, наприклад, накладання реплік одна на одну або вагання створювали б враження погано змонтованого фільму або невмілої акторської гри. Через такі аспекти діалог, прописаний у сценарії, завжди матиме відмінності від природнього мовлення [74, с. 8–9; 271, с. 66; 363, с. 22, 45].

Мікрорівнева комунікація персонажів здебільшого залучає не тільки вербальний, але й іконічний код як релевантний компонент комунікації. Тому вважаємо за доцільне вести мову про **дискурсивну взаємодію** між персонажами, спираючись на тлумачення дискурсу як ситуативно обумовленої інтерактивної діяльності [385, с. 21].

У кінофільмах героїчної тематики сюжетна лінія зазвичай репрезентує історію героя, антигероя та їх протидію [340, с. 129; 347, с. 34]. З цієї причини важливою для нашого дослідження характеристикою кінодискурсу є наративність, яка є однією з ознак художнього твору [260]. Повнометражний ігровий фільм як тип художнього твору можна розглядати як особливий тип наративу, подібний до літературного, але з унікальними характеристиками, які визначаються специфікою кінодискурсу [268; 356; 380].

Кінематографічний наратив функціонує як на вербальному, так і на візуальному рівні, але, на думку фахівців, найбільше пов'язаний не з живописом або навіть драмою, а з романом. Схожість між цими типами художнього тексту полягає в тому, що обидва типи наративу оповідають довгу історію з численними деталями з точки зору певного оповідача [356, с. 29, 44]. Навіть так званий ненаративний кінематограф має оповідальні характеристики, оскільки їх повна відсутність передбачала б неможливість інтерпретації глядачем іконічного коду або темпоральних чи причинно-наслідкових зв'язків між кадрами чи елементами зображуваного на екрані [268, с. 71]. Утім, суттєвою відмінністю є те, що тривалість фільмів обмежується приблизно двома годинами. Відповідно, об'єм кіносценарію зазвичай не перевищує 125-150 сторінок, тоді як пересічний роман втричі більший за обсягом. Це обмеження можливо подолати лише в жанрі телесеріалу [356, с. 45].

Для кожного типу наративу притаманним є залучення особливого лексикону для ефективного донесення інформації до адресата [380, с. 17]. Однією з найбільших переваг роману у цьому аспекті є можливість вербальних маніпуляцій. Кінофільми також функціонують на вербальному рівні, але лексичні засоби, які використовуються в них, наявні в меншій кількості, та ефект їх використання відрізняється за силою. Водночас, фільми мають зображувальні можливості, відсутні в романі, через що оповідання у кіно є більш стислим. Також, наявність зображення на екрані робить кінонаратив досить динамічним, через що глядачі постійно змушені перефокусувати свою увагу [356, с. 45–46].

Вірогідно, що мовні, динамічні та зображувальні властивості кінонаративу впливають на особливості формування образності в кінодискурсі, в тому числі на використання вербальних засобів для втілення концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ у відповідних персонажах у різні періоди.

Таким чином, кінодискурс розглядаємо як особливий вид дискурсу, що зумовлено його комунікативною природою та соціально-культурною значущістю. Поняття кінодискурсу співвідноситься з поняттям кінотексту в тому, що кінодискурс репрезентує комплекс необмеженої кількості кінотекстів.

З іншого боку, в кінодискурсі виокремлюються два типи комунікації – між колективним автором та глядачем (макрорівень) та між персонажами (мікрорівень). Для макрорівневої взаємодії адресантом залучається комбінація з іконічного, звукового та лінгвального кодів. Мікрорівнева комунікативна взаємодія персонажів маніфестується на вербальному рівні (кінодіалог), але урахування контексту та релевантних елементів іконічного коду дозволяє залучити поняття дискурсивної взаємодії персонажів у кінодискурсі.

Характерною особливістю кінофільму як художнього твору є наративність, але кінонаративу, порівняно з літературним, притаманне залучення більш лаконічних вербальних засобів оповідання та подієва динамічність, пов'язана з обмеженням тривалості фільму.

Наведені характеристики кінодискурсу визначають специфіку вербалізації змісту концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ в кінофільмах героїчної тематики американського кінодискурсу.

1.2. Архетипи та міфологічне мислення: витоки формування концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ

Для розуміння витоків формування певного концепту важливо розуміти, якими є його передконцептуальні підвалини. Для концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ таким підґрунтям є колективне позасвідоме [261] та міфологічне мислення [160], які відображено у психологічних та культурних **архетипах**.

Нерозривний зв'язок міфу та слова досліджувався у філософії [274; 287] та лінгвістиці [145; 161; 163; 191]. О.О. Потебня вважав, що “мова є головне й первісне знаряддя міфічного мислення. Але немислиме знаряддя, яке своїми властивостями не визначало б властивостей діяльності, що відбувається з його допомогою <...>. Отже, вплив мови на міфи безперечний” [191, с. 195].

Підґрунтям для розуміння витоків формування того чи іншого концепту слугує психологічна теорія архетипів К.Г. Юнга [261; 262; 263; 264; 265], розвинена та переосмислена як у подальших психологічних розвідках [138; 285], так і в межах літературознавчого [309], культурологічного [98; 158; 160; 232] та лінгвістичного [14; 15; 220] напрямів досліджень.

У межах теорії К.Г. Юнга архетипи – це складові елементи колективного позасвідомого, єдиного психологічного субстрату надособистісної природи, наявного у кожному індивіді. Поверхневий шар позасвідомого, тобто особисте позасвідоме, індивідуальне та набуте протягом життя, ґрунтується на колективному позасвідомому як глибшому, вродженому шарі. Позасвідомий зміст архетипу видозмінюється у процесі сприйняття та осмислення; він використовує особливості індивідуальної свідомості, у якій вони маніфестуються [261, с. 172–173]. Кожна суттєва ідея або світогляд, що нині існують, походять від архетипових праформ (першооснов), чий образи народилися ще в ті часи, коли свідомість людини радше

сприймала дійсність, ніж осмислювала її [262, с. 122]. Архетип є певним “постійним ядром значення”, але не є носієм поглядів, він лише бере участь у їх формуванні. Первинні образи можна побачити лише після того, як структура, яка ними сформована, наповнюється матеріалом усвідомленого досвіду. Форму архетипу можна порівняти з осявою системою кристалу як передосновою формування кристалу, яка сама не має матеріальної реалізації [263, с. 216]. У системі цінностей окремої людини, нації або людства в цілому архетип є пріоритетним орієнтиром, домінантою, оскільки саме він скеровує та зумовлює вибір, що робиться, рішення, що приймається, породжує бажання та прагнення [27, с. 8].

Архетипи знаходять відображення у різних культурних формах, де нечіткі та розпливчасті образи поступово шліфуються та трансформуються у конкретні теми, сюжети, символи [309]. К.Г. Юнг уточнював, що попри поширене, але некоректне тлумачення архетипу як певного досить чіткого міфологічного образу або мотиву, така репрезентація є другорядною. Архетип визначає тенденцію до формування означених форм, і вони можуть значною мірою різнитися в деталях, а базова схема залишається незмінною [262, с. 65]. У різних культурах та епохах архетипи варіювали засоби вираження, що зумовлено різницею соціальних та культурних контекстів та історичних умов [285, с. 61]. Втім, незалежно від зовнішнього контексту, архетипи “постійно шукають кращі і більш влучні засоби, у яких вони могли б втілитися” [372, с. x].

У сучасній лінгвістиці розрізняють психологічні та культурні архетипи [14, с. 12–13]. Психологічні архетипи породжуються емоційним досвідом людини. Коло психологічних архетипів, окреслених К.Г. Юнгом, було розширено, і нині воно включає такі архетипи: Самість, Его, Тінь, Дух, Аніма, Анімус, Мати/Жінка, Світло, Темрява, Вогонь, Земля, Повітря, Море, Орієнтація, Регенерація або Трансформація [там само, с. 13]. У свою чергу, культурний архетип – це свідомо перероблений психологічний архетип у судженнях та оцінках індивідів. До його складу входять концептуальні ознаки, що проявляються у словесних образах та символах через співвіднесення з міфом, релігійним вченням, казкою. До культурних архетипів відносяться архетипи Трійці, Богоматері/Мадонни, Персони/Маски,

Героя/Трікстера, Вічного Мандрівника, Світового Дерева, Світового Яйця, Мудрого Старого/Старої, Життя, Смерті, Розвитку, Метаморфози та ін. [там само, с. 13].

Також розмежовуються архетип як колективне позасвідоме та архетиповий образ як проявлена свідомість. Усвідомлене втілення імплікаційних ознак архетипу у творенні текстового конструкту є **архетиповим образом**, концептуальні ознаки якого є підґрунтям конструювання конкретного персонажного образу в художньому тексті [15, с. 9]. Наприклад, виявлено, що праформою для архетипових образів у кінематографі, якими є герой та антигерой, виступають архетипи Дитини, Героя, Духу, Відродження (Регенерації), Трікстера, Аніми, Анімусу, Самості, Тіні. Водночас такі архетипи утворюють певну систему, в межах якої взаємодіють таким чином: Герой протидіє Трікстеру, йому в цьому допомагає Дух, Герой Відроджується в Самість. Архетип Дитини виконує допоміжну роль, слугуючи ніби метафоричним втіленням початку шляху до цілісної особистості. Архетипи Аніми та Анімусу також є допоміжними, оскільки впливають на особистості персонажів, перебіг їх боротьби з Тінню та шлях до цілісності [98]. Ключова роль наведених архетипів у архітектоніці кінодискурсу дозволяє припустити наявність кореляції між ними та архетиповими образами героя та антигероя як центральними постатями американської кіногероїки. Наведімо відповідні вербальні характеристики.

Для культурного архетипу Героя властиві різноманітні чесноти (сильний, справедливий, сміливий, чесний, добрий, вправний, хоробрий), зв'язок з військовою діяльністю (воїн) та конструктивною діяльністю (творець) [1; 77; 112]. Його антипод, Трікстер, втілює позитивні риси (веселий, смішний, вправний), нейтральні (хитрий, такий, що грає й прикидається) та відверто негативні (підступний, брехливий, нещирий, деструктивний, аморальний) [1; 50; 77]. Архетип Тіні втілює характеристики, пов'язані з її неусвідомленим статусом (пригнічена, інстинктивна, стихійна), наявністю в структурі кожної особистості як протилежності его (двійник, відображення) та негативним сприйняттям (темна, демонічна) [205; 235; 261; 263]. У змісті архетипу Анімусу – уявлення про ідеал чоловіка з жіночої точки зору (сильний, розумний, гарний, мужній, дбайливий, люблячий) та маскулінні характеристики, які маніфестуються в жіночій психіці (владність, вимогливість,

раціональність, тверді принципи, рішучість) [77; 192; 224; 235]. Водночас, для архетипу Аніми характерні уявлення про еталонну жінку з точки зору чоловіка (гарна, жіночна, добра, любляча, розумна, сильна) та прояви жіночності в чоловічій психіці (м'якість, невротичність, ірраціональність, примхливість, некеровані емоції) [77; 224]. Архетип Дитини включає характеристики, пов'язані з віком або фізичними параметрами (маленька), позитивним сприйняттям (мила, ніжна, добра, гарна, смішна), відсутністю проблем і негараздів (весела, безтурботна) та непоінформованістю (наївна, необізнана) [1]. У змісті архетипу Духу активуються розумові (мудрий) та фізичні характеристики (швидкий, нематеріальний, світлий, легкий, вогненний) [358]. Архетип Відродження есплікується за подієво-ситуативними ознаками (переселення душ, перевтілення, воскресіння, реновація) [263]. Нарешті, архетип Самості реалізується у таких характеристиках особистості як самоздійснення, самореалізація, цілісність, єдність, почуття власної ідентичності, впорядкованість, завершення [77; 235; 263]. Означені характеристики підсумовано у Додатку А.

Попри те, що юнгівські архетипи є переважно образами й персонажами, які асоціюються з певними ролями і у значно меншій мірі із сюжетами [158, с. 6], сучасне героїчне кіно тісно пов'язане з архетипом. Ця проблема розглядалася, зокрема, в рамках концепції героїчного **мономіфу** [138].

Концепція мономіфу Дж. Кемпбелла впроваджує поняття шляху, міфологічної пригоди героя, яка зазвичай є розширеним варіантом формули “самітність – ініціація – повернення”. Герой вирушає зі світу повсякденного у царину дивовижного та надприродного, де йому доводиться зіштовхнутися з фантастичними силами та здобути перемогу. Після цієї пригоди герой повертається, щоб нести благо своїй громаді [там само, с. 37–38].

Подальша розробка концепції мономіфу дозволила виокремити **американський мономіф** як культурне явище [344]. Його формула відрізняється від класичної. Хоча можливі деякі відхилення, загальний шлях героя в рамках цієї концепції виглядає таким чином: гармонійному існуванню громади загрожує небезпека (зло); зусилля конвенціональних інституцій не можуть подолати загрозу;

герой з надзвичайними можливостями ((*супер*)герой) з'являється, щоб, попри випробування, здійснити рятувальну місію; вирішальна перемога героя волею долі відновлює гармонію означеної громади; герой полишає загальне поле зору та усамітнюється [там само, с. 6]. Таким чином, в американському мономіфі акцент робиться не на ритуалі ініціації, а на ідеї порятунку, визволення, яка укорінена в іудейсько-християнських релігійних концепціях [там само].

З іншого боку, антигерой мають свій власний шлях [269; 378, с. 165]. Стадії шляху для героя та антигероя у багатьох аспектах збігаються: для обох характерною є наявність події-тригера (каталізатора розвитку подій), обидва стикаються з перешкодами, отримують допомогу від союзників, досягають успіхів та зазнають поразок. Хоча інтерпретаторові може здатися, що для антигероїв стадії шляху героїв просто йдуть у зворотному напрямку (від звеличення до втрати статусу або навіть життя), насправді це не так. Якщо один кінофільм починається з перебування антигероя на позиції влади, інший фільм (приквел) може надати інформацію про те, як він дістався цієї позиції, або пояснення його діям. Етапи шляху героя та антигероя є рознесеними в часі, але в цілому паралельними одне одному. Розділовою межею є їх мораль та прагнення [269].

Таким чином, передконцептуальні підвалини концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ варто шукати в психологічних та культурних архетипах як продуктах первісної обробки взаємодії з реальністю та реакції на них. Укорінені в міфологічному мисленні, архетипи передують обробці отриманої з чуттєвого досвіду інформації з точки зору логіки й раціональності, але формують для неї підґрунтя. Психологічні архетипи Аніми, Анімусу, Дитини, Тіні, Самості, Духу та Відродження та культурні архетипи Героя та Трікстера є базовими для образності кінематографа і формують систему взаємодії. Кожний архетип розкривається у наборі властивостей та ознак, які дозволяють конкретизувати його зміст. З цього випливає, що архетипові образи героя та антигероя також сформовано на базі означених архетипів.

Зв'язок між архетипом, міфом та сучасним героїчним кіно репрезентують дослідження шляху героя та антигероя на підґрунті концепцій класичного та американського мономіфу. Кінематографічним втіленням останнього є ігрові фільми

досліджуваного жанру. Для героя та антигероя характерним є залучення в подібні архетипові сюжети, побудовані на взаємодії психологічних і культурних архетипів. Дослідження їх вербальних репрезентацій дозволить зробити висновки про особливості такої взаємодії для концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ.

1.3. Лінгвокогнітивні, лінгвокультурологічні та когнітивно-поетологічні засади дослідження концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ в американському кінодискурсі

Вивчення концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ у кінодискурсі зумовлює необхідність визначення природи зв'язку між концептом та дискурсом, у якому його вербалізовано, уточнення особливостей концепту як ментального утворення з різних позицій, з'ясування характеру зв'язку між досліджуваними концептами, а також окреслення загальнотеоретичних і семіотичних підвалин використання власних назв як засобу втілення відповідних концептів у кінодискурсі.

1.3.1. Дискурсивний вимір вивчення концепту

Відношенню між дискурсом та концептом приділяється значна увага в сучасній лінгвістичній науці [4; 29; 61; 100; 102; 103; 132; 148; 153; 167; 194; 195; 198; 259; 294; 296]. Звернення когнітивної науки до дискурсу пов'язане з уявленням про те, що мовна форма, реалізована в дискурсі, є відображенням когнітивних структур, тобто структур людської свідомості, мислення та пізнання [103, с. 126].

Деякі когнітивні феномени відповідальні за використання мови в реальному часі (феномени типу *on-line*). Це оперативна пам'ять, увага, активація. Феномени іншого типу не мають відношення до функціонування мови в реальному часі, вони пов'язані з мовою як засобом зберігання та організації інформації (феномени типу *off-line*). До них відносяться довгострокова пам'ять, система категорій та категоризація, структури репрезентації знань, лексикон тощо [103, с. 127; 131, с. 122]. Одним з феноменів типу *on-line* є концептуалізація [25; 26; 135; 291; 341; 342; 371]. За своєю сутністю концептуалізація є процесом “усвідомлення усіх

відчуттів, усієї інформації, яка надходить до людини в результаті роботи органів чуття й оцінки цієї діяльності” [135, с. 319]. Результатом концептуалізації є формування системи концептів, яка є засобом організації знання, тобто, феноменом типу *off-line*. Власне концепт у найширшому його розумінні є одиницею ментального ресурсу людської свідомості й інформаційної структури, яка формується внаслідок набуття людиною знань та досвіду, і визначається як “оперативна змістова одиниця пам’яті, ментального лексикону, концептуальної системи й мови мозку (*lingua mentalis*), усієї картини світу, відображеної в людській психіці” [384, с. 90]. Ментальний лексикон розуміємо як осередок когнітивної інфраструктури мозку, головною складовою якої є здібність до мови [135, с. 306].

Услід за Т. ван Дейком уважаємо, що між дискурсом та концептом існує дворівневий зв’язок. З одного боку, свідомість людини безпосередньо впливає на якісні характеристики результатів пізнавальної діяльності, об’єктивованих у дискурсі. З іншого боку, концепти як феномени типу *off-line* утворюють когнітивну структуру дискурсу [103; 294]. Водночас дискурс “часто <...> концентрується навколо певного **опорного концепту**; створює загальний контекст, що описує дійові особи, об’єкти, обставини, час, вчинки тощо і визначається не стільки послідовністю речень, скільки світом, загальним для того, хто його створює, і для інтерпретатора, який ‘розбудовується’ у процесі розгортання” (виділення моє – *I.K.*) [61, с. 7].

Нині існують два підходи до аналізу зв’язку між концептом та дискурсом: дискурсоцентричний та концептоцентричний. Перший підхід передбачає епістемічний рух у напрямку від комунікації до когнітивної семантики, концентруючись на патерні “концепти в дискурсі” а другий – від когнітивної семантики до комунікації, де досліджуваним патерном є “концепт у дискурсах” [195, с. 44]. У нашому дослідженні обрано концептоцентричний напрямок, оскільки в ньому кінодискурс розглядається як середовище актуалізації концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ.

Звернімося до існуючих типологій концептів у дискурсі. В.І. Карасик виокремлює генеративні, деривативні та нейтральні концепти. Генеративні концепти є центральними для свого типу дискурсу та слугують підґрунтям для

розгортання його смислів та норм. Деривативні концепти співвідносяться з певним типом дискурсу, але не є для нього центральними. Нейтральні концепти не є дискурсивно маркованими [88, с. 90–91]. Центральні концепти також називають базовими концептами дискурсу [258, с. 93].

У типології Г.Г. Слишкіна концепти в дискурсі можуть бути автохтонними та запозиченими [214]. Автохтонні концепти історично формуються в межах певного типу дискурсу й регулярно в ньому відтворюються. Такі концепти можуть бути унікальними (властивими тільки для одного типу дискурсу) й загальними (такими, що частково або повністю збігаються у декількох дискурсах). Запозичені з іншого дискурсу концепти використовуються в досліджуваному дискурсі задля реалізації певних комунікативних цілей [там само, с. 106].

За типологією А.М. Приходька, концептосистему дискурсу представлено метакхонами, автоххонами та аллоххонами [194, с. 246–247; 198, с. 126–127]. Метакхони – концепти, чийм іменем називається тип дискурсу. Наприклад, концепт ПОЛІТИКА є метакхоном для політичного дискурсу, МЕДИЦИНА – для медичного, РЕЛІГІЯ – для релігійного. Автоххони – це концептуальні константи або домінанти дискурсу, які є типовими, характерними, високоймовірними та прогнозованими в межах обраного типу дискурсу. Концепти ВЛАДА та ПОЛІТИК є автоххонами для політичного дискурсу, ТРЕНЕР – для спортивного. Аллоххони є нетиповими, не завжди прогнозованими, інколи нехарактерними елементами концептосистеми дискурсу. Вони конкретизують системотворчі концепти (автоххони). В інших наведених типологіях такі концепти відповідають “запозиченим” або “нейтральним” [88; 198; 214]. Список аллохтонів може поповнюватися новими позиціями, оскільки залучення концептуальних аллохтонів-змінних залежить від умов та структури комунікативної ситуації. Перелік концептуальних автохтонів є а ріогі вичерпним та закритим [194, с. 247].

Визначимо, якому рівню за наведеними типологіями відповідають концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, вербалізовані в американському кінодискурсі. Жоден з них не називає кінодискурс, тому досліджувані концепти можуть бути або автохтонними (центральними, базовими) або аллохтонними (запозиченими). Хоча поняття героя та

антигероя/лиходія як його антиподу прийшли в кіно з міфу, народної творчості та згодом літератури [159; 200], вони є центральними елементами кінематографічної драматургії [348, с. 85–86; 350, с. 899; 376, с. 98–102]. Це зумовлено тим, що основою драматургійної цілісності фільму, тобто, композиції, є екранна реалізація таких понять як фабула, сюжет, **герой (характер)**, драматичний конфлікт у його розвитку (виділення моє – *I.K.*) [172, с. 340]. Водночас важливо враховувати термінологічну диференціацію між героєм як характером (персонажем художнього твору) і культурним героєм, (носієм відповідних культурних цінностей). Особливістю американського кінодискурсу героїчної тематики є те, що героєм-характером у ньому є саме культурний герой. Таким чином, конкретизовані у відповідних поняттях концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, які ми розглядаємо в рамках нашого дослідження, є типовими, характерними, високоймовірними та прогнозованими для кінодискурсу і можуть вважатися автохтонними концептами кінодискурсу.

1.3.2. Концепт з позицій когнітивної лінгвістики, лінгвокультурології та когнітивної поетики

Концепт як одне з центральних понять сучасної когнітивної науки є одиницею аналізу у когнітивній лінгвістиці, лінгвокультурології та когнітивній поетиці. Усі ці напрями передбачають вкорінення концепту у репрезентаційній природі мислення. Концепт у цьому контексті тлумачиться як “ментальна репрезентація досвіду, яка є продуктом віддзеркалення суб’єктом об’єктивного реального світу (об’єктивізм) або продуктом розумової діяльності суб’єкта, що репрезентує світ-конструкцію, яка перебуває у свідомості суб’єкта і відбиває світ не як такий, а його уявлення про світ (суб’єктивізм)” [385, с. 38].

Людина мислить концептами, комбінує їх та здійснює глибинні предикації в їх межах, формуючи нові концепти, тому доцільно говорити про мислення як оперування концептами – глобальними одиницями структурованого знання [3, с. 26]. Звідси постає уявлення про процес концептуалізації як усвідомлення інформації та мисленнєвого конструювання предметів та явищ, яке приводить до

формування уявлень про світ у формі концептів (фіксованих у свідомості одиниць знання). Значна частина концептів закріплюється у мові за допомогою значень конкретних слів. Це забезпечує зберігання отриманої інформації та можливість її передавання [25, с. 37].

Лінгвокогнітивний підхід до вивчення концепту ґрунтується на розумінні, що концепти є продуктом реалізації здібності людини до організації інформації про об'єктивну дійсність. Концепти стають матеріалом для розбудування концептуальної системи, сприяючи обробці суб'єктивного досвіду через віднесення отриманої інформації до певних категорій і класів [384, с. 90]. Таким чином, між концептом як ментальною сутністю та значенням слова як його мовною маніфестацією існує прямий зв'язок [25, с. 37; 127, с. 10; 133, с. 95–96; 301, с. 176; 324, с. 54–56; 342, с. 1–2; 384, с. 90].

У змістовому плані концепт є структурованою сукупністю ознак та властивостей, які вважаються характерними для сутностей відповідного класу [25; 174]. У пам'яті людини концепт може набувати форматів буття, які умовно розподіляються на концептуально прості й концептуально складні. До першого типу відносять конкретно-чуттєвий образ, схему, поняття і прототип. Для опису таких типів достатньо виокремлення набору пов'язаних між собою й досить передбачуваних характеристик. До другого типу належать складні формати репрезентації знання, які традиційно називають концептуальними структурами. Це пропозиція, фрейм, сценарій, гештальт, категорія, когнітивна матриця тощо [25, с. 52–57; 135, с. 306–317; 385, с. 45]. У межах когнітивної семантики також розглядаються такі форми організації концептуалізованого знання як концептуальні мережі [67], образ-схеми [329], домени та матриці доменів [290; 291; 30; 32].

Різні формати репрезентації знання є спорідненими, але не тотожними [3, с. 81–85]. Наприклад, *поняттєва категорія* розглядається в межах двох підходів – класичного та прототипного. Відповідно до класичної моделі, категорія визначається за критерієм наявності необхідних і достатніх ознак. Критерій необхідності передбачає, що членом категорії є лише сутність, яка володіє повним набором відповідних ознак, а критерій достатності – що наявність цього набору

гарантує, що означена сутність є членом категорії [291, с. 76; 301, с. 168]. Прототипний підхід базується на ідеї про нечіткість меж різних категорій та можливість існування суттєвих відмінностей між представниками однієї категорії [311; 341; 361; 362]. За визначенням Е. Рош, *прототипом категорії* є “найхарактерніші члени категорії, які визначаються емпірично на основі суджень людей про ступінь відповідності об’єкта певній категорії” [362, с. 36].

Ще одним форматом репрезентації знання є *образ-схема* – спосіб осмислення дійсності, який ґрунтується на ідеї, що концептуальні структури формуються внаслідок “отілеснення” знання, надання йому матеріального виразу, пов’язаного з тілесним досвідом людини (*embodied cognition*) [301, с. 176; 329, с. 75]. Образ-схема є структурою гештальтної природи, яка пов’язує в систему та надає організованості знання, що виникає внаслідок чуттєвого досвіду та його концептуалізації [329, с. 75]. Нині описані образ-схеми дозволяють організувати знання у просторовому (ВЕРХ–НИЗ, ПЕРЕД–ЗАД, БЛИЗЬКО–ДАЛЕКО та ін.) та буттєвому вимірі (ПРОЦЕС, ЦИКЛ та ін.), у термінах руху (ПОЧАТОК–ШЛЯХ–ЦІЛЬ) тощо [301, с. 190].

Ще однією одиницею структуризації досвіду людини є *фрейм*, який потрактовується в лінгвістиці з різних точок зору [67; 165; 306]. За М. Мінським, фреймом є структура даних, яка репрезентує стереотипну ситуацію і структурно є мережею з вузлів та зв’язків між ними. Семантично близькі фрейми утворюють системи фреймів [165, с. 7–8]. Ч. Філмор вбачає у фреймі систему концептів, пов’язаних між собою таким чином, що розуміння змісту одного концепту вимагає усвідомлення всієї системи. Коли один з елементів системи актуалізується в тексті або спілкуванні, він автоматично відкриває доступ до решти [306, с. 111]. У концепції С.А. Жаботинської фрейм має операційний характер, організуючи в логічному просторі тематично споріднені *базові пропозиції*, тобто структури організації знання, які мають найвищий рівень узагальнення і репрезентують первісні категорії мислення та реляції між ними. Базисні пропозиції, структуровані в межах відповідних фреймів, утворюють *концептуальні мережі* [67, с. 59–61].

Опору, базу (*base*) для концепту репрезентує *концептуальний домен* [343, с. 66]. Таке відношення базується на кореляції профіль-база, де профілем є зміст

певної ментальної структури, а базою – пласт знання, без якого усвідомлення змісту профілю неможливе [291, с. 15; 343, с. 66]. Якщо концепт профілюється в межах кількох доменів, їх сукупність називають *матрицею доменів* [30; 290; 343].

Тож, структура людського знання описується в різних термінах. Утім, у ситуаціях, коли постає необхідність дати характеристику мисленнєвим процесам та їх оперативній одиниці, доцільно говорити саме про концепт. Дослідження ж процесу об'єктивації думки і вербалізації її в зовнішньому мовленні зазвичай вимагає звертання до концептуальних структур, звідки постає репрезентація концепту як кванту структурованого знання [135, с. 317].

Таким чином, семантико-когнітивний (лінгвокогнітивний) напрям дослідження концепту фокусується на онтологічних характеристиках означуваного, прагнучи абстрагуватись від культурного контексту, в якому відбувається концептуалізація. У нашому дослідженні означений підхід використовується для структурування змісту досліджуваних концептів в його онтологічній єдності.

Культурологічний підхід до мови передбачає виділення різних типів мовних одиниць – слів та виразів – які є фактично концентратом специфічного досвіду народу, який послуговується мовою [91, с. 75]. На думку С.Г. Тер-Мінасової, хоча певні лексичні одиниці з різних мов видаються нібито еквівалентними, у вивченні відповідної мови вони можуть створювати значні труднощі, оскільки реальне вживання слів визначається факторами, зумовленими культурними особливостями [230, с. 54]. Тісний зв'язок між мовою та культурною ідентичністю підкреслювався В. фон Гумбольдтом, який називав мову відображенням своєрідності цілого народу [58, с. 349]. Вона зберігається у складній системі образів, що відтворюють дійсність у колективній свідомості, тобто, картині світу, яку ми розуміємо як цілісний образ світу, який є продуктом людської когніції [108, с. 12; 111, с. 4; 156, с. 26; 188, с. 5–17; 189, с. 19–21].

Колективні уявлення про предмети та явища є фундаментальною частиною мовної картини світу [91, с. 74]. З посиленням інтересу лінгвістики до зв'язку між мовами та національною ментальністю виявилось, що очевидний вплив мови на людину має вторинний характер, тоді як первинним видається вплив, який на мову

здійснює національна картина світу [188, с. 3]. Більш того, національний менталітет визначає специфіку процесів концептуалізації та категоризації. Людина організує світ за допомогою понять та розподіляє значення між ними відповідно до патерну, властивого певному мовленнєвому колективу, який закріплено в системі моделей мови [381, с. 213]. Тобто, концепти створюються не тільки в процесі набуття та засвоєння людиною індивідуального досвіду [144, с.155–156].

Концепт як елемент національної картини світу є об'єктом пильної уваги у межах лінгвокультурологічного напрямку досліджень [41; 44; 87; 89; 90; 214; 215; 221; 222; 231]. Аналізу лінгвокультурного концепту (далі – ЛКК) присвячено значну кількість сучасних розвідок [9; 20; 36; 101; 149; 178; 186; 234; 245]. ЛКК визначається, з одного боку, як “культурно маркований вербалізований смисл, презентований у плані вираження цілою низкою своїх мовних реалізацій, які формують відповідну лексико-семантичну парадигму” [41, с. 30]. З іншого боку, ЛКК є “значущим (сигніфікативним) образом, який відображує фрагмент національної картини світу, узагальнений у слові” [171, с. 81]. З третьої точки зору, ЛКК є “згустком культури у свідомості людини; те, в якому вигляді культура входить до ментального світу людини” [221, с. 43]. Тобто, ключовою відмінністю лінгвокогнітивної та лінгвокультурологічної точок зору на концепт є акцентуація культурного фактору.

До дефініційних ознак ЛКК належать *внутрішня розчленованість* (наявність складної структури); *семіотична щільність* (наявність різноманітних засобів вираження); *комунікативна релевантність* (включення комунікативно значущої інформації); *експерієнціальність* (концепт не тільки осмислюється, але й емоційно переживається); *етимологічна пам'ять* та ін. [41]. Визначення ЛКК як “частини концептосфери, яка історично розвивається” [231, с. 60] свідчить про те, що історична мінливість також є характерною ознакою ЛКК.

Г.Г. Слишкін вбачає такі особливості лінгвокультурних концептів як принципово важливі: *комплексність буття* (у мові, свідомості та культурі); *ментальна природа*; *обмеженість свідомістю носія* (ЛКК функціонує в індивідуальній або колективній свідомості); *ціннісність*; *умовність та нечіткість*

(свідомість є синкретичною, і її членування відбувається виключно з дослідницькими цілями); *когнітивно-узагальнююча спрямованість*; *поліапелюваність* (існують різноманітні засоби мовної апеляції до будь-якого ЛКК); *мінливість* (внутрішня система цінностей та зовнішній світ постійно змінюються); *трирівневе лінгвістичне втілення* (лінгвістичний набуток, зафіксований у лексикографії, суб'єктний потенціал у свідомості індивіда та апеляції до концепту у конкретних комунікативних цілях) [214; 215].

Для моделювання структури ЛКК застосовуються модель внутрішніх шарів концепту [221] та трикомпонентна (складникова) структурна модель [91].

У моделюванні внутрішніх шарів ЛКК основною теоретичною засадою є те, що його структура включає все, що є властивим для структури поняття як ментального конструкту з точки зору логіки, і все, що робить його фактом культури. Останнє включає в себе вихідну форму (етимологію), історичний розвиток, який стиснуто до основних змістових ознак, сучасні асоціації, оцінки та інше [221, с. 42–43]. Тож, для аналізу культурної складової змісту концепту важливо врахувати “внутрішню образну форму слова”. За О.О. Потебнею, внутрішня форма слова є його “найближчим етимологічним значенням, [яке] завжди включає лише одну ознаку” [190, с. 90]. Якщо порівняти слово з результатом художньої творчості народу, подібно до метафори або алегорії, саме внутрішня форма дозволяє виокремити його пряме, найбуквальніше значення [162, с. 55–56]. Внутрішня форма складає один шар концепту і є зафіксованою у зовнішній, вербальній формі. Другий шар концепту формується “пасивними ознаками”, яких може бути декілька і які втратили свою актуальність внаслідок еволюції концепту. Нарешті, третій шар концепту формує його основна, актуальна для носіїв лінгвокультури ознака [221, с. 46].

Другий підхід до моделювання структури ЛКК ґрунтується на його визначенні В.І. Карасиком як “багатомірного смислового утворення, у якому виділяються ціннісна, образна та поняттєва складові” [91, с. 91; 92, с. 27]. Тож, у межах складникової моделі ЛКК виділяють поняттєвий, образний та ціннісний компоненти [91; 92; 214].

Поняттєва складова концепту є мовною фіксацією концепту, його позначенням, описом, дефініцією, порівняльними ознаками певного концепту стосовно інших концептів. Ця складова зберігається у свідомості у вербальній формі і може відтворюватися в мовленні безпосередньо [89; 91].

Ціннісна складова концепту відображує важливість цього психічного утворення для окремих індивідів та колективу. У межах лінгвокультурологічного підходу, саме ціннісна складова визначає можливість виділення концепту. Концепт – це інструмент вивчення культури, а у підвалинах культури завжди знаходиться саме ціннісний принцип [90]. Побутові реалії та суспільні інститути, які репрезентують матеріальні та соціальні аспекти культури, зазвичай знаходять відображення у формі номінацій, тоді як духовні та поведінкові аспекти культури відображуються у лексичній семантиці переважно як конотації [44, с. 25]. Тобто, цінності культури, які мають директивний характер, маніфестуються в оцінній складовій концепту [92, с. 28]. Замість ціннісної складової іноді виділяють значущісну складову концепту, яка “визначається місцем, яке ім’я концепту посідає в лексико-граматичній системі конкретної мови, і включає етимологічні та асоціативні характеристики” [44, с. 7].

Образна складова концепту представлена характеристиками предметів, явищ, подій, зафіксованих в пам’яті носіїв мови, які сприймаються фізично – зором, слухом та ін., або релевантними ознаками практичного знання, у їх єдності з метафоричними переносами [91, с. 107; 92, с. 30]. З іншої точки зору, образна складова ЛКК фіксує когнітивні метафори, за допомогою яких концепт підтримується в мовній свідомості [41, с. 5; 44, с. 7]. Важливість образної складової зумовлена інгерентною метафоричністю концептів, оскільки метафори структурують людське сприйняття, мислення та діяльність [8, с. 346–347; 334; 338; 339]. Концепти метафоричні за своєю природою, оскільки “метафора пов’язується не стільки з сутнісними компонентами самого концепту, скільки з його аналоговими реляціями з іншими концептами, що залучаються задля осмислення та називання цих сутнісних компонентів” [67, с. 56].

Таким чином, культурно-ціннісний аспект ЛКК є підґрунтям для диференціації лінгвокультурологічного та лінгвокогнітивного підходів до розуміння концепту, але вони не виключають одне одного. Ці підходи відрізняються евристичними векторами дослідження відносно індивіду. Лінгвокогнітивний підхід передбачає напрямок від індивідуальної свідомості до культури, тоді як лінгвокультурологічний – зворотній напрямок [91, с. 97]. Концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ репрезентують цінності американської лінгвокультури, тому лінгвокультурологічний підхід доцільно залучити для їх дослідження.

Когнітивно-поетологічний погляд на концепт пов'язаний з точкою зору, що опрацювання читачем художнього тексту призводить до утворення нових або переосмислення вже наявних ментальних конструктів [365, с. 85; 370, с. 79; 375, с. 57]. Більш того, письменники відіграють особливу роль у створенні концептосфери [144, с. 156]. Концепт у поетичній картини світу [157] розглядається як текстовий [6; 83; 84; 85; 93] або художній [157; 175; 176]. **Текстовий концепт** визначається як “двоїста сутність, що інтегрує мовленнєвий і розумовий плани. Мовленнєвий план текстового концепту є виявом його вербального характеру, у такому разі концепт постає як реальність, що віддзеркалена у свідомості не безпосередньо, а через мову. У розумовому плані текстовий концепт розглядається як образ, у якому втілені певні культурно-зумовлені уявлення мовців про навколишній світ” [84, с. 50]. З іншого боку, **художній концепт** (далі – ХК) є комплексом понять, уявлень, почуттів, емоцій та інколи вольових виявлень, який ґрунтується на художній асоціативності [157, с. 35]. Інтегруючи дві наведені точки зору, концепт тексту визначають як “глибинний смисл, максимально й абсолютно згорнуту смислову структуру тексту, яка є втіленням мотиву, інтенцій автора, які привели до продукування тексту” [128, с. 202]. Такий концепт є і відправним моментом створення тексту, і кінцевою ціллю його сприйняття [там само].

Проблематика дослідження ХК тісно пов'язана з аспектами вивчення символу в мистецтві та художнього слова. Конвенційний зміст концепту в художньому тексті видозмінюється під впливом особистісних інтерпретацій, внаслідок чого утворюється нова ментальна сутність, пов'язана зі своєю концептуальною

першоосновою. Така іпостась концепту тяжіє до образної репрезентації та включає такі образи у свій зміст [157, с. 34–35].

Текст є осередком актуалізації мовних сутностей будь-якої природи, тому вважаємо за потрібне акцентувати в термінологічному відношенні образність ігрового кінодискурсу. Отже концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ є ХК у аспекті актуалізації у відповідних персонажах.

Між лінгвокогнітивним, лінгвокультурним та лінгвопоетичним вимірами концепту є як точки дотику, так і суттєві розбіжності, які репрезентовано засобами експлікації, змістом, обсягом та наявністю або відсутністю історичної динаміки [176, с. 218]. Концепт як об'єкт дослідження семантико-когнітивного напрямку есплікується одиницями мови й мовлення, що є характерним і для ЛКК, а засобами експлікації ХК є одиниці мови й мовлення, у яких об'єктивовано відповідний образ. Усі три напрями розглядають зміст концепту як квант інформації. Втім, “мовний” концепт репрезентує дані про світ у пам'яті носіїв мови у вигляді вербального субстрату, ЛКК включає елемент культурно-ціннісної маркованості, а ХК – дані про авторські світоглядні настанови, які визначаються жанровою специфікою художнього тексту. Обсяг “мовного концепту” презентовано одиницею оперативної свідомості, буттєвою формою якої може бути низка ментальних структур. Зміст ЛКК та ХК постає як багатовимірне смислове утворення. Проте в структурі першого розрізняються поняттєві й експерієнціальні соціопсихокультурні елементи, а в структурі другого особливе місце посідають предметно-почуттєвий і образно-асоціативний шари [там само]. Здатність демонструвати історичну мінливість є іманентною властивістю концепту з позицій як когнітивної семантики, так і лінгвокультурології, ураховуючи наявність тісного взаємозв'язку з суспільством та культурою [там само; 196, с. 33; 256, с. 201]. ХК має фіксований зміст і обмежується окремим твором [176, с. 218]. Водночас для концептів художнього твору факти експлікуються особливим чином, що зумовлює наявність динаміки, за якою текст начебто *розгортає* цілий світ перед собою (курсив мій – *І.К.*) [83, с. 58–59]. Тож, доцільно припустити, що така динаміка має лінійний характер і має наслідком поступове розгортання змісту ХК.

Уважаємо, що концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ є гібридними. Їх ментальна природа, ціннісна маркованість та історична мінливість зумовлюють залучення семантико-когнітивного та лінгвокультурологічного підходів для їх аналізу, а особливості актуалізації та функціонування в художньому дискурсі – когнітивно-поетологічного підходу. ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ не є ХК в повному розумінні терміну, але їх дискурсивне втілення також визначається жанровою специфікою кінофільмів героїчної тематики американського кінодискурсу, що є характеристикою ХК.

1.3.3. Опозиція концепт :: антиконцепт як втілення реляції між концептами ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ

Природа та зв'язок досліджуваних концептів дозволяють розглядати їх як концепт і антиконцепт. Філософське та методологічне підґрунтя для визначення антиконцепту складає закон діалектики про єдність та боротьбу протилежностей Г. Гегеля. Людське мислення прагне формувати опозиційні зв'язки між явищами, встановлювати як орієнтири протилежні полюси раціонального та ірраціонального, матеріального та духовного – отже, сама природа буття визначає його двоїсте сприйняття [59, с. 202]. З іншого боку, антиконцепт є наслідком глибинних пізнавальних протиріч, властивих самим об'єктам, які пізнаються [177]. Концепт і антиконцепт – це ще один вияв відношення, за якого позитив та негатив співіснують у тісному взаємозв'язку, безупинно породжуючи та змінюючи одне одного [197, с. 39].

З одного боку, антиконцепти розглядаються як семантичні протичлени концептів [42; 59; 142; 197; 222]. За цією логікою, концептом та антиконцептом є комплементативи або подвійні гештальтні концепти типу ЖИТТЯ/СМЕРТЬ [20] або СВІЙ/ЧУЖИЙ [137], “які припускають уживання у вигляді одиничних концептів, проте завжди мають корелятивну пару, формуючи з нею цілісний гештальт” [46, с. 58]. Поняття “антиконцепт” також розглядається як елемент більш складної ментальної сутності (метаконцепту). Антиконцепт з цієї точки зору є “смісловою динамічною структурою, спряженою з концептом, і утворює з ним єдине буття метаконцепту, який має різноспрямовані вектори ціннісних домінант у зонах концепту та антиконцепту” [142, с. 8]. Критерієм наявності кореляції **концепт ::**

антиконцепт є включеність базових ознак концептів у ті самі поняттєві, ціннісні, образні сфери на зовнішньому рівні за одночасної опозитивності цих ознак на внутрішньому рівні [там само, с. 5].

Схоже тлумачення має поняття “лінгвокогнітивної ідеї” С.Г. Воркачева, яка є “семантичною сутністю в її діалектичному розвитку, джерело якого міститься у наявності категоріальних протиріч, що її заперечують: разом із ‘тезою’ вона містить і ‘антитезу’, разом з ‘концептом’ і ‘антиконцепт’” [42, с. 25]. Наприклад, ідея успішності долі нерозривно пов’язана з ідеєю нещастя тощо [там само]. Такі семантичні сутності розглядаються у єдності своїх компонентів як “концептуальні діади” [5; 199; 245].

З аксіологічної точки зору, концепти можна розглядати як елементи бінарних опозицій, утворених за принципом позитиву й негативу, оскільки концептуальний простір мови формується ціннісними орієнтирами з обох відповідних полюсів, що знаходить відображення у творенні мовних одиниць з префіксом *анти-*. Концепт та антиконцепт протиставляються на підставі оцінки: один елемент опозиції відображує певну цінність для лінгво- або етнокультури, а інший є ментальною одиницею, у центрі якої є відповідна антицінність. Проте ці два феномени, які на аксіологічній шкалі мають протилежні вектори, характеризуються не лише суттєвими розбіжностями, але й точками дотику [197, с. 37–39]. Аксіологічний підхід також виявляється у розумінні антиконцепту як такого, що не схвалюється, засуджується, забороняється [222, с. 174–191].

Цінність та антицінність (тобто, здатність задовольняти або перешкоджати задоволенню певної потреби [43, с. 69]) здатні змінюватися залежно від часу та локації, інколи змінюючи свою полюсність залежно від епохи або культури. Окрім того, типологічно обидва феномени можуть носити універсальний, етноспецифічний або індивідуальний характер [197, с. 38].

Зв'язок між концептом та антиконцептом не завжди зводиться до опозиції “доброго” та “поганого” – антиконцептом також є максимальна мінімалізація знаку: “залишаючись якимось знаком, цей знак стає для свідомості, яка його сприймає, ніби прозорим, не затримує на собі його уваги, пропускає його через себе, є

видимим, але прозорим, тобто, запереченням знаку, антизнаком” [222, с. 171]. За такого розуміння концепт та антиконцепт не перебувають у бінарній опозиції одне до одного, оскільки антиконцепт є радше “переосмисленням наявного концепту, зміну його аксіології і валоралогії” [48, с. 15].

У межах нашого дослідження ми розглядаємо концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ з аксіологічної точки зору, тобто як ментальні засоби репрезентації протилежних ціннісних полюсів, елементи бінарної опозиції, які мають точки дотику й розбіжності. Обраний аспект визначається тим, що, як уже було вказано, досліджувані концепти розглядаються з лінгвокультурологічної точки зору, а цінність є центральним елементом культури.

1.3.4. Номінації героя та антигероя в аспекті вербалізації відповідних концептів у американському кінодискурсі

Первісним засобом вербалізації концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ в американському кінодискурсі вважаємо номінацію персонажів. Інформація, закодована у відповідних іменах колективним автором, передусім інформації, отриманій з опису дій та характеру персонажів.

Питання, пов’язані з мовною номінацією явищ, знаходяться в колі інтересів сучасної лінгвістики [2; 67; 70; 72; 207; 250]. Водночас, серед ономазіологічних досліджень особливе місце посідають питання ономастики, які фокусуються на вивченні власних назв (далі – ВН), зокрема антропонімів [51; 52; 53; 184; 211; 243], а також питання літературної ономастики [24; 86; 96; 97; 182; 219; 237; 357].

ВН виокремлюються в особливу підсистему в рамках загальної лексико-семантичної системи мови [28, с. 26–27]. Відомо, що загальні назви є мовними знаками на позначення поняття про певний клас предметів, що називають один або декілька предметів з цього класу. ВН використовуються для номінації конкретного предмету та співвідносять його з класом однотипних або споріднених предметів. Для ВН основною функцією є називання конкретного предмету, а поняттєва співвіднесеність такого предмету є другорядною [там само, с. 27].

Природу мовної одиниці детермінує складна й динамічна сукупність факторів, серед яких розрізняються екстралінгвістичні, концептуальні і мовні [203, с. 39]. Антропонім, тобто ВН, що використовується для номінації людей, є згорнутим національно-культурним текстом, а реконструкція внутрішньої форми антропоніму дозволяє декодувати структурно-семантичну єдність такого тексту. Тобто, антропонім є цілісним номінативно-комунікативним утворенням у широкому контексті культури [51, с. 10]. У антропонімі, з одного боку, існує зв'язок із когнітивною сферою того, хто номінує, оскільки у ВН реалізується його соціальний досвід, і з іншого – зв'язок із пізнавальними можливостями інтерпретатора, який використовує власні знання, щоб декодувати імплікований зміст антропоніма. Таке спостереження є справедливим і для історично-культурного контексту, і для художньої літератури [24, с. 17].

ВН можуть використовуватися у первинній та вторинній функціях. Первинна функція співвідносить об'єкт із відповідним знаком у мові. Вторинна функція полягає у використанні ВН як засобу опису іншого об'єкту або поняття [202, с. 176]. Уважаємо, що у кінодискурсі героїчної тематики номінації персонажів використовуються здебільшого у вторинній функції (як засіб портретування).

Розвиток когнітивної парадигми у лінгвістиці зумовив інтерес дослідників до когнітивних операцій, унаслідок яких формується ономасіологічна структура, зокрема мотиваційних відношень між свідомістю людини та мовним знаком, у якому фіксуються результати когнітивної діяльності [2; 71; 166; 207]. Поняття ономасіологічної структури слова співвідноситься з уявленнями про когнітивну структуру знання, зв'язки в ній можна інтерпретувати як аналогічні зв'язкам в ономасіологічній структурі похідного слова. Разом із тим, оскільки структуру знання формують поєднання концептів, зміст похідного слова безпосередньо пов'язаний із тим, які саме концепти є підґрунтям його формування [135, с. 322]. Таким чином, у будь-якому антропонімі міститься цінний культурологічний матеріал. Він слугує певним “соціальним геном” – закодованою інформаційною структурою, яка надає матеріальне вираження згустку суспільних відносин на

певному етапі розвитку соціуму у вигляді, у якому вони зафіксовані у свідомості індивідів [52, с. 118].

Для дослідження когнітивних підвалин формування антропонімів-номінацій героїв та антигероїв у американському кінодискурсі доцільно звернутися до поняття **мотивації** [2; 71; 207]. З одного боку, мотивація визначається як “відношення між концептом, або значенням мовної форми, та фрагментом цього значення, зафіксованим в ‘тілі знаку’” [71, с. 115]. Таке визначення є більш релевантним для суто лінгвістичних досліджень, оскільки фокусується на зв’язку між конкретною метальною сутністю та її втіленням у мовному знаку.

Для нашого дослідження важливішим є розуміння *характеру* такого зв’язку, оскільки номінації персонажів, які є аспектом вербалізації досліджуваних концептів, здебільшого пов’язуються мотиваційними відносинами з іншими ментальними сутностями або цілими сферами знання. Це дозволяє визначити саме механізми вербалізації концептів у художньому тексті на первинному, дотекстовому рівні. Мотивацію розглядаємо як “наскрізну лінгвопсихоментальну операцію формування ономасіологічної структури номінативної одиниці, що ґрунтується на виборі мотиватора(-ів) з мотивуючої бази структури знань про означуване у складній системі зв’язків різноманітних пізнавальних функцій етносвідомості” [207, с. 68]. Тобто мова йде про вибір не тільки мотиватора, але й відповідних зв’язків, які поєднують його з іншими сутностями в мотивуючій базі. Умотивованими є як загальні, так і власні назви, оскільки вони формуються під впливом соціального та історичного контексту, світогляду, ідеології та суспільних відносин [225, с. 242].

Тож, антропоніми-номінації героїв та антигероїв у американському кінодискурсі репрезентують певний “пакет знань”. Вони використовуються задля реалізації вторинної функції ВН, а саме у якості засобу опису властивостей означуваних персонажів. Механізми вибору когнітивного підґрунтя формування номінацій та їх зв’язків з іншими елементами мотиваційної бази знання описуються в межах поняття про мотивацію як ономасіологічну модель.

Таким чином, концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, які актуалізовано в кінодискурсі, розглядаємо як автохтонні концепти кінодискурсу, виходячи з їх ролі

в сюжетній драматургії та кінематографі як формі мистецтва. Досліджувані концепти є гібридними. З одного боку, вони структурують знання, зафіксоване у мовному значенні (когнітивно-семантичний підхід), і відображують культурні цінності, тому постають як ЛКК. З іншого боку, вербалізація у художньому дискурсі видозмінює їх, утворюючи ХК як нову одиницю ментального лексикону. Концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ відображують і світоглядні настанови колективного автора кінофільму. Наслідком є формування цілісного художнього образу персонажів.

Концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ розглядаємо в аксіологічному аспекті як концепт та антиконцепт. Застосування лінгвокультурологічного підходу зумовлює особливий фокус на ціннісній складовій, тому вважаємо, що досліджувані концепти, втілюючи протилежні полюси оцінки, перебувають у бінарній опозиції. Водночас для відношення *концепт :: антиконцепт* властива наявність полюсів збігу, тому припускаємо, що вони наявні й у концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ.

У своїй первинній функції ВН називають об'єкти, семіотично пов'язуючи знак та референт. У вторинній функції такі мовні одиниці використовуються радше для характеристики, ніж для називання. Інформаційне наповнення антропонімів-номінацій персонажів художніх творів дозволяє вести мову про їх використання саме у вторинній функції. Оскільки ігровий кінофільм є різновидом художнього твору, антропоніми-номінації героїв та антигероїв можна уважати номінативно-комунікативними утвореннями, у яких заковано певний квант знання про відповідного персонажа. Мотивація відповідних мовних одиниць визначається низкою ономазіологічних моделей.

1.4. Герой та антигерой як дискурсивні особистості

Персонажі, у яких об'єктивуються концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, характеризуються, в тому числі, через своє мовлення та дискурсивну взаємодію. Це зумовлює необхідність розглянути поняття мовної та дискурсивної особистостей та звернутися до понять стратегії і тактики як засобів маніфестації цих особистостей.

1.4.1. Мовна, комунікативна та дискурсивна особистості – носії мовної свідомості

Мова існує у колективній та індивідуальній мовній свідомості. Згідно з постулатом психолінгвістики, носієм мовної свідомості виступає мовна особистість (далі – МО), тобто людина у контексті певного мовного простору, який складає її мовленнєва діяльність, комунікативні патерни тощо [73, с. 29–30; 91, с. 7; 94; 95; 129, с. 12; 229, с. 86].

Уведення терміну “мовна особистість” у використання пов’язано з іменами Й.Л. Вайсгербера [35] та В.В. Виноградова [39], проте сучасна теоретична база дослідження цього феномену спирається на ідеї Ю.М. Караулова [94; 95], який визначає МО і як “сукупність (і результат реалізації) здібностей до створення та сприйняття мовленнєвих творів (текстів), що відрізняються поміж собою а) ступенем структурно-мовної складності, б) глибиною та влучністю відображення дійсності та в) певною цільовою спрямованістю” [95, с. 245], і як “особистість, виражену в мові (текстах) і за допомогою мови, особистість, реконструйовану в основних своїх рисах на базі мовних засобів” [там само, с. 38]. Перше визначення є ближчим до лінгводидактичного напрямку тлумачення МО [22; 65; 150; 244 та ін.], а друге може слугувати підґрунтям для дослідження комунікативних аспектів мовної поведінки особистості [206; 209; 227], і мовленнєвої та мовної реалізації мовної свідомості [73; 91; 129 та ін.].

Утім, враховуючи специфіку досліджуваного матеріалу, доцільно взяти до уваги ще один аспект проблеми співвідношення мови, людини як носія мовної свідомості та продукованих нею текстів – зв’язок між людиною та художнім текстом. Реконструювання “художньої моделі людини” з образу персонажа містить перспективи для лінгвокультурологічного аналізу, оскільки окремі образи корелюють з національними концептосферами [248, с. 4, 183].

Витоки цього підходу можна знайти у поглядах В.В. Виноградова та М.М. Бахтіна. З одного боку, персонажі є носіями окремих створюваних автором свідомостей [39, с. 208]. З іншого боку, слова художніх персонажів виконують функції ідеологем, які відображують певний світогляд [10, с. 146]. Ці ідеї отримали

розвиток у аналізі дискурсу окремих персонажів на підґрунті другого визначення Ю.М. Караулова, за яким МО можна реконструювати на матеріалі продукуваних нею текстів [95, с. 108].

Протиставлення індивідуального та колективного аспекту функціонування МО пов'язане з розумінням колективу як етносу або нації та індивідууму як рознесених полюсів умовної шкали мовної свідомості [91, с. 7]. Нині поширеними є терміни “колективна МО”, який охоплює певну людську спільноту, що говорить певною мовою, та “індивідуальна МО”, яка описує окремого представника такої спільноти [79, с. 28]. Така опозиція описується також в термінах полілектної та ідіолектної МО [170], сукупної та індивідуальної МО [209], індивідуальної та типової МО [257]. Утім, така термінологічна диференціація не є протиставленням у прямому розумінні слова, оскільки елементи наведених опозицій не належать до одного рівня, і одне тлумачення не виключає інше.

Структурно МО включає три основні рівні:

- нульовий (вербально-семантичний) – *лексикон* особистості;
- перший (лінгвокогнітивний) – *тезаурус* особистості;
- другий (мотиваційний) – *прагматикон* особистості [94, с. 5; 95, с. 10, 42–43].

Нульовий рівень описує нормальне володіння природною мовою для носія мови та опис формальних засобів вираження для дослідника. Перший рівень оперує елементами концептуальної системи та включає поняття й ідеї, які відображують цінності, інтегровані в мовну картину світу МО. Другий рівень функціонує через сукупність мотивів, настанов, інтенцій [там само]. Мотиваційний рівень безпосередньо пов'язаний з прагмалінгвістичними характеристиками людської комунікації, включаючи оцінки, цілі, мотиви МО тощо [55, с. 26].

З розвитком комунікативного лінгвістичного напрямку акцентуація різних аспектів МО мала своїм наслідком появу низки термінів схожого змісту. Звернімося до кожного з них та окреслимо точки дотику та розбіжності з поняттям МО.

З однієї точки зору, ураховуючи, що МО маніфестується в мовленнєвій діяльності, додатково виокремлюють рівень **мовленнєвої особистості**, який дозволяє розглядати будь-яку МО як “багатошарову та багатокомпонентну

парадигму мовленнєвих особистостей, які диференціюються, з одного боку, відповідно до різних мовних рівнів, з іншого – відповідно до основних видів мовленнєвої діяльності, а з третього – відповідно до тих тем, сфер та ситуацій, у рамках яких відбувається мовленнєве спілкування” [105, с. 29]. Іншими словами, МО – це парадигма мовленнєвих особистостей, які є маніфестаціями МО у процесі мовленнєвої діяльності. Саме на рівні мовленнєвої особистості маніфестуються національно-культурні особливості як МО, так і спілкування в цілому [156, с. 119].

Існує також поняття **комунікативної особистості**. МО разом із комунікативною та мовленнєвою особистостями структурно утворюють одне ціле – “людину, що говорить” [129, с. 51]. З цієї точки зору МО визначається як “особистість, що проявляє себе у мовленнєвій діяльності, володіючи певною сукупністю знань та уявлень”, мовленнєва особистість – як “особистість, що реалізує себе у комунікації, обираючи та реалізуючи ту чи іншу стратегію й тактику спілкування, обираючи та використовуючи той чи інший репертуар засобів (як власне лінгвістичних, так і екстралінгвістичних)”, а комунікативна особистість – як “конкретний учасник конкретного комунікативного акту, який реально діє в реальній комунікації” [там само]. У такій інтерпретації поняття комунікативної особистості співвідноситься з конкретним виявом мовленнєвої особистості в окремо узятій комунікативній ситуації [55, с. 27].

Існування цілої низки термінів, які апелюють до одних і тих самих явищ, але на різних рівнях абстракції, а також ускладнення соціально-культурного контексту, у рамках якого маніфестується мовна та мовленнєва діяльність індивідуумів та мовних спільнот, говорить про необхідність подальшого уточнення існуючої наукової концепції, що описує прояви мовної свідомості. Враховуючи інтерес сучасної лінгвістичної науки до різноманіття ментальних, психологічних, прагматичних факторів, які детермінують маніфестацію особистості в мові, доцільним є залучення терміну “дискурс” до її опису, оскільки саме в дискурсивних діях МО проявляє себе [212, с. 456]. Власне, дискурсивна діяльність та (у більш широкому розрізі) дискурсивна поведінка є головним засобом самовираження для мовної особистості [206].

Л.В. Солощук пропонує поняття **дискурсивної особистості** (далі – ДО), визначаючи її як “особистість, яка діє в континуальному комунікативному просторі і здатна поряд із мовним кодом використовувати й трактувати інші семіотичні коди залежно від типу дискурсивних відносин, у які вона включена в певні моменти спілкування” [217, с. 127]. Поняття ДО акцентує індивідуальну здатність особистості виявляти гнучкість у реакції на комунікативне оточення й ураховувати компоненти мовного та немовного характеру, які є складовими комунікативного процесу [218, с. 283].

Поняття ДО має когнітивне підґрунтя, оскільки мисленнєва діяльність, детермінуючи загальноприйняті умови спілкування (деонтичні норми), безпосередньо впливає й на вибір відповідних мовних структур. Саме в дискурсі маніфестується онтологічна діалогічність мовної свідомості, оскільки відбувається реалізація й самоідентифікація особистості в її відношеннях із оточуючою дійсністю [212, с. 457]. Можливість розрізнення МО та ДО доводиться тим, що одна ДО може корелювати з двома та більше МО. Прикладом слугує ситуація, коли один і той самий дискурс індивіда (наукова доповідь) може будуватися з використанням засобів рідної та іноземної мови. Тобто, єдиний дискурсивний простір накладається на численні мовні простори [185, с. 135].

Таким чином, поняття МО має різноманітні інтерпретації. Багатоплановість цього явища спричинила появу низки термінів, які описують різні аспекти МО. У свою чергу, зміни в соціально-культурному контексті, а також звернення лінгвістичної науки до поняття дискурсу як мисленнєво-комунікативної діяльності, яка відбувається в певному контексті, зумовили необхідність виокремлення поняття ДО. Такий підхід дозволяє урахувати зв'язок між ментальним та комунікативним вимірами МО, ситуативні фактори, а також здатність людини послуговуватися різними семіотичними кодами. Отже, вважаємо за доцільне дискурсивну поведінку героя та антигероя в кінодискурсі розглядати в термінах відповідних ДО.

1.4.2. Прагматикон дискурсивних особистостей героя та антигероя

Герой та антигерой у кінодискурсі є ДО, які відбивають національно-культурну специфіку та цінності відповідної культури. У структурі МО (і, відповідно, ДО як розширеного варіанту МО – *I.K.*) виділяють мотиваційний рівень, який залучає цілі, мотиви, настанови та перебуває у зв'язку з лінгвокогнітивним рівнем, який інкорпорує цінності й поняття людини [94; 95]. Реалізація мотивів та настанов ДО у прагматичному вимірі зумовлює стратегічність її дискурсивної діяльності, оскільки стратегія є за своєю суттю засобом реалізації немовленнєвих цілей у такій діяльності [240; 241; 242]. Таким чином, вважаємо, що ДО героя та антигероя реалізуються у відповідних стратегіях і тактиках.

Хоча передавання інформації від адресанта до адресата і є фундаментальним елементом комунікації, воно не обов'язково є єдиним її результатом або метою мовця [179]. За О.С. Іссерс, мовленнєве спілкування є “спільною діяльністю комунікантів, у процесі якої вони взаємно регулюють дії, керують мисленнєвими процесами, коригують уявлення, переконання партнера у комунікації” [82, с. 33]. Тобто, у процесі спілкування учасники прагнуть досягти певного впливу на співрозмовника. Відповідно до поставленої мети обирається формат спілкування, обсяг мовних засобів, кількісна пропорція розподілу та ступінь докладності інформації, порядок її подання та послідовність комунікативних компонентів речень, модальність тощо [99, с. 121; 267, с. 13].

У межах природної комунікації поставленої мети важко досягти за допомогою єдиного звернення до співрозмовника, тому вирішення комунікативного завдання загалом вимагає кількох ходів (використання декількох засобів). Комунікативна поведінка мовців коригується відповідно до розвитку комунікативної ситуації, але залишається у межах єдиного надзавдання. Таким чином, надзавдання та відповідні комунікативні ходи, які робляться задля його виконання, корелюють із поняттями **стратегії та тактики** [81, с. 52].

Т. ван Дейк розрізняє когнітивні стратегії (як засоби опрацювання складної інформації в пам'яті) та стратегії мовлення, які є специфічними характеристиками мовленнєвої взаємодії. Такі стратегії також мають когнітивні аспекти (пов'язані з

плануванням та контролем), а їх лінгвістичний план визначається набором засобів досягнення комунікативної цілі [60, с. 277].

Поняття стратегії та тактики співвідносяться з поняттями мовленнєвої поведінки, тобто вербально вираженої частини комунікативної поведінки, та мовленнєвого вчинку, який розглядається як мотивована, умисна, адресована, контекстуально та соціально зумовлена комунікативна дія індивіда, пов'язана з вибором та використанням мовних засобів відповідно до комунікативного завдання [34, с. 10, 136]. Такі дії здійснюються та сприймаються адресатом з урахуванням конвенцій, принципів та правил комунікації, які стають частиною комунікативної компетенції носіїв мови та культури і відносяться до фонових вимог комунікації [62, с. 333; 238, с. 58]. Тож, формування стратегії підпорядковується системі цінностей, переконань, соціальних (деонтичних) норм, які знаходять своє відображення в особистості (у тому числі дискурсивній – *І.К.*) мовця [228, с. 73].

Стратегії, які реалізуються у мовленні, розглядаються як мовленнєві [60; 81; 227], мовленнєво-поведінкові [37], комунікативні [16; 64; 75; 76; 106; 141; 148; 180; 266] або дискурсивні [13; 113; 181; 240; 241].

На думку І.Є. Фролової, акцентування дискурсивної природи стратегії зумовлює її трактування як поняття, що є вужчим за поняття “комунікативна стратегія”, оскільки остання може включати невербальні засоби спілкування [16, с. 14], проте ширшим за поняття “мовленнєва стратегія”, оскільки вона фокусується на досягненні виключно мовленнєвих цілей. Концепція стратегії як дискурсивного феномену ґрунтується на принципі когнітивно-комунікативного дуалізму [240, с. 243]. На нашу думку, дискурсивність стратегії визначається тим, що в ній маніфестується ефект усієї сукупності лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів, яка складає дискурс як мисленнєво-комунікативний феномен, формами існування якого можуть виступати як діалог, так і монолог [255, с. 25, 28]. З такої точки зору поняття “дискурсивна стратегія” є ширшим за поняття “комунікативна стратегія”, оскільки включає когнітивний аспект та контекст комунікативної ситуації. Їх важливість визначається самою природою дискурсивної стратегії як “когнітивного плану спілкування, завдяки якому контролюється оптимальне

вирішення комунікативних завдань мовця в умовах браку інформації про дії партнера” [81, с. 100]. У динамічному вимірі стратегія є когнітивним процесом, під час якого “мовець співвідносить певну комунікативну мету з відповідним мовним вираженням” [346, с. 197].

Підкреслюючи безпосередній зв’язок між когнітивним планом стратегії, “програмою”, яку мовець складає задля досягнення бажаної мети під час комунікації, та вибором засобів для її реалізації, І.Є. Фролова визначає саме дискурсивну стратегію як “комунікативний *намір мовця*, сформований на підставі використання суспільного досвіду для власних індивідуальних потреб і бажань, і *мовну об’єктивацію* цього наміру, що надає йому інтерактивного статусу через *осмислення вербалізованого наміру* усіма суб’єктами” [242, с. 85].

Вибір засобів реалізації стратегії здійснюється як до початку мовлення, так і у процесі говоріння [13, с. 35], оскільки “чітке передбачення того, що повідомляється, піддається цілій низці операцій над вихідними змістовими елементами” [140, с. 68]. Стратегія у спілкуванні завжди гнучка – під час комунікації вона постійно коригується залежно від мовленнєвих дій опонента та змін у дискурсивному контексті. Динамічність як характеристика кореляції певного дискурсивного ходу із попередніми та майбутніми ходами є однією з головних ознак стратегії [148, с. 194].

Серед комунікативних цілей, які визначають настанови комунікантів, розрізняють **глобальні (стратегічні)** та **локальні (тактичні)**, які відповідають окремим етапам досягнення загальної цілі [там само, с. 193; 297]. Установлення мікроцілі (локальної цілі) мовця допомагає визначити кінцевий результат, глобальну ціль, яку мовець свідомо чи несвідомо установив для себе, починаючи спілкування [246, с. 60]. З іншого боку, адресат може усвідомлювати або не усвідомлювати інтенцію адресанта, що виступає фактором успішності досягнення мети й визначається комунікативною компетенцією адресата [106, с. 70].

Можливість неусвідомлення мовцем обраної стратегії підтверджується тим, що у природному мовленні спостерігаються непослідовність та фрагментарність враження думки й повтори, хоча будь-яке мовлення підпорядковується певному плану та стратегії викладу. Відхилення від них здатні помічати усі учасники

комунікативної події [99, с. 121]. Соціальне підґрунтя формування особистостей комунікантів забезпечує стратегічність їх мовленнєвих дій навіть за відсутності свідомого стратегічного наміру [38, с. 37].

Утім, для лінгвістичного дослідження релевантним є не стільки ступінь усвідомлення мовцем стратегічності продукованого тексту, скільки, наприклад, регулятивний потенціал мовних одиниць [152, с. 23] або їх здатність розбудовувати соціально-інтеракційну структуру [242, с. 87]. Вважаємо, що у нашому випадку використання стратегій є усвідомленим, оскільки комунікативна поведінка досліджуваних персонажів співвідноситься з певним набором культурних цінностей. Тому фокусуємося не на кінцевому результаті використання таких стратегій, а на тому, що їх мотивує, тобто інтенції, яку колективний автор як носій лінгвокультури асоціює з конкретним персонажем.

Якщо в центрі стратегії будь-якого рівня є інтенція, то відповідні локальні чи глобальні завдання розв'язуються за допомогою певних мовних інструментів, засобів, які називають ходами [60, с. 274], мовленнєвими прийомами чи тактиками [11, с. 120; 54, с. 134]. Терміни “тактика” та “прийом” є не синонімічними, а асиметричними. З одного боку, один і той самий прийом може підпорядковуватися різним тактикам, а з іншого, одна тактика може втілюватися у низці прийомів [187]. На підґрунті визначення Г.А. Копніної розділяємо **тактику** як “дію, яка відповідає певному етапу в реалізації тієї чи іншої стратегії” та **прийом** як “засіб побудування висловлення або тексту, який реалізує ту чи іншу <...> тактику” [110, с. 49].

З точки зору родо-видових відношень, тактика є однією чи декількома діями, що сприяють реалізації стратегії. Власне, завдання опису стратегій, які маніфестуються у мовленні, полягає в тому, щоб розробити номенклатуру типових тактик, за допомогою яких вони реалізується. Оскільки тактики є практичним інструментом реалізації відповідної цілі (яка формується в когнітивному вимірі), саме тактики видаються одиницями, які можна аналізувати та класифікувати [81, с. 111]. Тактика існує як у віртуальній площині (репрезентована стереотипними уявленнями про певний тип поведінки), так і в матеріальній площині (репрезентована її втіленням у мовленні) [136, с. 52].

Важливим аспектом аналізу ДО героя та антигероя, безпосередньо пов'язаним з особливостями кінодискурсу як аудіовізуальної семіотичної системи, є співвідношення **вербального** та **невербального** планів мовленнєвого впливу. Вербальний мовленнєвий вплив здійснюється засобами мови та за допомогою мовних одиниць, а невербальний реалізується за допомогою сигналів, що супроводжують мовлення, але виражаються без допомоги засобів мови [223, с. 56–57]. За різними даними, частка вербальних сигналів у структурі комунікації складає від 7% до 35%, тоді як більша частина інформації передається без залучення вербального каналу [там само, с. 57–58].

З огляду на семіотичну специфіку кінодискурсу, для аналізу героя та антигероя як ДО вважаємо за доцільне залучити інструментарій аналізу комунікативно значущих позамовних явищ, розроблений Л.В. Солощук [217]. У межах обраної класифікації немовні знаки кінотексту розглядаються як **паралінгвістичні**, відповідно до визначення паралінгвістики як науки про **невербальні** та **надвербальні** компоненти комунікації [109]. Доцільно говорити саме про компоненти комунікації, як такої, що відбувається як між персонажами кінотвору, так і колективним автором (адресантом) і глядачем (адресатом).

Невербальні компоненти комунікації, за визначенням Л.В. Солощук, включають компоненти немовного характеру, “які мовець створює в результаті фізичної (а саме моторно-вокалічної) діяльності під час комунікації та використовує разом із вербальними засобами через набуття ними комунікативно значущого характеру в процесі спілкування” і які мають функціонально-динамічний характер [217, с. 31]. Відповідно до ключових характеристик невербальних засобів, серед яких рух, простір та час, та базової системи відображення та сприйняття (акустична та зорова), невербальні комунікативні компоненти поділяються на такі класи: **кінесичні** (жестові та мімічні), **проксемічні** (зміни особистого простору) та **просодичні** (інтонаційне оформлення) [там само, с. 35–38].

У свою чергу, **надвербальними** називаються елементи інформативного характеру, які впливають на вибір мовленнєвих засобів спілкування, адекватних ситуації, наприклад: зачіска, одяг тощо [там само, с. 33]. Отже, релевантними для

аналізу героя та антигероя є як вербальні (мовні), так і паралінгвістичні (невербальні та надвербальні) знаки.

Таким чином, уважаємо, що прагматикон героя та антигероя як ДО маніфестується в дискурсивних стратегіях. У свою чергу, стратегії мають вид набору тактик і прийомів, де прийом є засобом реалізації відповідної тактики. Ураховуючи значну роль візуального коду на макро- та мікрорівні комунікації в кінодискурсі, залучаємо до дослідження інструментарій вивчення невербальних компонентів комунікації, серед яких виокремлюються кінесичні, просодичні та проксемічні, а також ураховуємо значущі надвербальні компоненти.

1.5. Методологічне підґрунтя та процедура дослідження концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ в американському кінодискурсі

Методологічні принципи, підходи та конкретні методи дослідження концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ у англomовному кінодискурсі зумовлені характером матеріалу, метою та завданнями дослідження, які також визначають його процедуру, відповідні етапи та їх послідовність.

1.5.1. Методологічні принципи дослідження концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ в американському кінодискурсі

Концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ є результатами процесу концептуалізації як маніфестації пізнавальної діяльності людини, тому дослідження ґрунтується на загальнонаукових та специфічно лінгвістичних принципах, властивих антропоцентричній парадигмі. Антропоцентричність мови впливає з ідеї В. фон Гумбольдта про те, що дослідження мови “не є кінцевою ціллю, а разом із усіма іншими областями слугує найвищій та загальній цілі спільних прагнень людського духу, цілі пізнання людством самого себе та свого ставлення до усього, що можна побачити або що є прихованим, навколо себе” [58, с. 383]. За І.О. Бодуеном де Куртене, мова “існує лише в індивідуальних мізках, тільки в душах, тільки в психіці індивідів або особин, що утворюють мовне суспільство” [23, с. 71]. Тобто, за

Е. Бенвеністом, мова є інгерентною властивістю людського існування: “У світі існує лише людина, наділена мовою, людина, яка говорить з іншою людиною, і, таким чином, мова невід’ємно належить до самого визначення людини” [17, с. 293].

Окрім **антропоцентризму**, іншими фундаментальними принципами сучасної лінгвістики є **експланаторність**, **(нео)функціоналізм** та **експансіонізм** [134].

Експланаторність лінгвістики сьогодення полягає у прагненні знайти пояснення для організації мови, її окремих структурних блоків, породження та сприйняття мовлення, організації текстових сутностей тощо замість застосування суто дескриптивного підходу [там само, с. 221]. Експланаторність нашої роботи полягає в прагненні надати пояснення виявленим тенденціям вербалізації досліджуваних концептів у дискурсі.

Щодо **функціональної** спрямованості, сучасна лінгвістика виходить із загального постулату про інструментальний характер мови, яка застосовується як знаряддя пізнання або соціальної інтеракції. Водночас **неофункціональний підхід** передбачає вивчення мови в дії, у нерозривному зв’язку з контекстом її застосування [там само, с. 216–218; 154, с. 210; 168, с. 99–100]. Неофункціональність дисертації полягає в залученні відомостей про широкий культурний контекст, який визначає особливості формування ментальних репрезентацій світу в носіїв лінгвокультури, а також вузького дискурсивного контексту для вивчення комунікативних особливостей вербалізації відповідних концептів.

Експансіонізм як принцип корелює з етапом у розвитку наукової дисципліни, коли ракурси наявних або майбутніх розвідок є або невизначеними, або через багатоплановість об’єкту перманентно розширюються. Перспективи в останньому випадку пов’язані з пошуком нових підходів до дослідження об’єкту [134, с. 208–209]. Нині доцільно говорити про **панекспансіонізм** як ключову парадигмальну рису сучасних розвідок. Одним його аспектом є акцент на міждисциплінарності досліджень, що сприяє посиленню евристичного потенціалу лінгвістичних студій. Іншим виявом є історизація погляду на мовні явища завдяки усвідомленню наявності відмінностей у перцепції, категоризації та омовленні людиною відповідного досвіду [47]. Відповідність роботи принципу панекспансіонізму

визначається як її міждисциплінарним вектором (залученням семантико-когнітивного, лінгвокультурологічного, когнітивно-поетологічного, комунікативного підходів) так і використанням мікродіахронічного підходу для порівняння особливостей вербалізації концептів у різні періоди.

У роботі значну увагу приділено змістовим аспектам вербалізації концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, тому доцільно говорити про її **семантикоцентричність** [21]. Принцип семантикоцентризму передбачає надання особливої уваги проблемам семантики, оскільки саме через семантику мовних одиниць розкривається комунікативна та кодово-семіотична сутність мови [7, с. 3].

Відповідно до дослідницького акценту, у загальній антропоцентричній надпарадигмі в лінгвістиці виокремлюються конкретні парадигми, як-от прагмалінгвістична, комунікативно-прагматична, комунікативно-дискурсивна, когнітивна тощо [233, с. 6]. Нашу дисертацію виконано у річищі когнітивно-комунікативної парадигми, яка є результатом конвергенції окремих когнітивної та комунікативної парадигми.

Когнітивна парадигма ґрунтується на постулаті, що мова відображує фундаментальні властивості та структурні особливості людського розуму [301, с. 5]. Тож, вивчення мови є способом змодельовати когнітивну функцію людини. Комунікативна парадигма фокусується на процесах спілкування людей живою природною мовою з урахуванням усіх релевантних складових комунікації. Дослідження з комунікативної лінгвістики звертаються до питань загальних законів комунікації, особливостей комунікативного процесу залежно від різноманітних контекстуальних факторів, структури мовного коду в комунікації, взаємодії мовних і позамовних її засобів та ін. [11, с. 8]. Іншими словами, у когнітивній лінгвістиці мова є базовим елементом механізму пізнання та засобом передавання набутого досвіду, а у комунікативних дослідженнях мова вивчається у нерозривній єдності з реальною мовленнєвою діяльністю, де в центрі уваги опиняється мовна, мовленнєва або дискурсивна особистість у процесі реалізації соціокультурної та соціодискурсивної діяльності [193, с. 192].

Поява когнітивно-комунікативної парадигми є результатом синтезу комунікативних і когнітивних засад лінгвістичних розвідок як провідної ознаки сучасної антропоцентрично орієнтованої лінгвістики [254]. Логічним продовженням досліджень мовних явищ у когнітивному річищі є звернення до прагматичних аспектів їх функціонування [253]. Прикладами конвергенції у напрямі від когнітивного до когнітивно-комунікативного є дослідження реалізації концепту у дискурсивній поведінці [208; 234; 251], а у напрямі від комунікативного до когнітивно-комунікативного – дослідження когнітивного підґрунтя комунікативної дії/взаємодії та складників стратегічно актуального знання [155; 241].

Когнітивним аспектом нашого дослідження є вивчення особливостей маніфестації концептів як ментальних сутностей у дискурсі у межах діахронії, а комунікативним – дослідження дискурсивної взаємодії героя та антигероя з іншими її учасниками як маніфестації комунікативного виміру вербалізації концептів.

Лінгвокультурологічний підхід до аналізу концепту у межах когнітивно-комунікативної парадигми застосовується у дослідженні для моделювання ГЕРОЯ та АНТИГЕРОЯ як трикомпонентних ментальних сутностей, де виокремлюють поняттєву, ціннісну та образну складові [91, с. 91]. Утім, у термінах нашого дослідження трактування та склад образної складової гібридного концепту відрізняються від розуміння, усталеного в лінгвокультурології. Залучаючи когнітивно-поетологічний підхід, образну складову розглядаємо як репрезентацію цілісного персонажу героя та антигероя в кінофільмі як особливому типі художнього тексту, у якій поєднано та художньо переосмислено ознаки поняттєвої, ціннісної та образної складових відповідних ЛКК. У наших припущеннях спираємося на тезу про те, що одним із завдань сучасної когнітивної поетики в Україні є розкриття механізмів утворення та функціонування художнього образу [45], а також на те, що ХК інкорпорує “предметно-почуттєвий, образно-асоціативний і смисловий шари; має фреймову і польову структуру” [176, с. 218]. Таким чином, образна складова гібридного концепту, актуалізована у художньому образі (або персонажі), включає у себе **сукупність вербалізованих концептуальних ознак онтологічного характеру, які формують цілісний та**

багатоаспектний художній образ. Процес створення такого образу колективним автором називаємо **портретуванням**. Важливим аспектом створення образу персонажів є номінація як первинний засіб портретування, теоретичне підґрунтя для вивчення якого складають ономастика [51; 225; 352] та когнітивні аспекти теорії номінації [67; 70; 72; 207].

Для експлікації ознак поняттєвої, ціннісної та образної складових концептів з відповідних мовних та дискурсивних контекстів звертаємося також до когнітивно-семіотичного підходу. Когнітивна семіотика є за своєю сутністю “міждисциплінарною матрицею, яка складається з (окремих складових) різних дисциплін та методів і фокусується на багатоаспектному явищі означання” [383, с. 2]. У свою чергу, смисл як результат означання “формується як зі змістових елементів концепту, так і внаслідок певного способу конструювання таких елементів” [343, с. 43]. Таким чином, зміст концепту можливо реконструювати через аналіз окремих концептуальних ознак, але їх інтерпретація та відповідний смисл залежать також від вибору релевантних семіотичних засобів. Когнітивна семіотика пов’язує “внутрішні семіотичні відношення між семантичними змістовими елементами, утворені ментальними конекторами, із зовнішніми відношеннями, які характеризують зв’язки між знаками, за допомогою яких такі відносини виражено, або між знаками та діями, які вони провокують” [279, с. 29].

У кінодискурсі саме комбінація семіотичних кодів формує послідовний та цілісний наратив [382, с. 21, 167]. Тож, колективний автор розподіляє релевантну інформацію між засобами лінгвального та паралінгвістичного коду. Окрім цього, кінофільми конструюються таким чином, щоб глядач отримував у процесі перегляду сигнали, які активують виконання ментальних операцій для сприяння кращому розумінню сюжету [278, с. 93]. Застосування такої моделі розгортання наративу до нашого дослідження дозволяє стверджувати, що зміст концептів, актуалізований у кінодискурсі, розкривається поступово і сприймається на початковому етапі як чуттєвий досвід, ментальне опрацювання якого активується через дію мовних та паралінгвістичних сигналів. Отриманий об’єм інформації розгортається на підґрунті

ментальних схем, які формуються в процесі інтерналізації знань про довколишній світ [278; 293; 365; 370].

Для концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ як ЛКК характерне історичне варіювання, а як ХК – поступове розгортання їх змісту. Історичне варіювання змісту та засобів вербалізації досліджуваних концептів вивчаємо з позицій історичної концептології, до речіща якої належать дослідження з позицій діяхронії когнітивних трансформацій ментальних сутностей у системі мови та у різних мовленнєвих середовищах [31; 36; 178; 234; 252]. Для аналізу еволюції поняттєвої складової звертаємося до аналізу етимологічних витоків та формування відповідних понять та історичних змін у їх змісті. У свою чергу, зміст концептів, вербалізований у кінодискурсі, вивчаємо з позицій мікродіахронії. Мікродіахронічність дослідження зумовлено досить коротким періодом, у межах якого відповідні концепти вербалізуються в кінодискурсі обраної тематики, а саме з 1977 р. (дата виходу першого з кінофільмів у вибірці) і до 2012 р. (дата виходу останнього кінофільму у вибірці). Розподіл між часовими періодами проводимо на позначці 11 вересня 2001 р. Культурологічним підґрунтям для цього є загальновизнаний факт, що терористичний напад на США, дату якого названо культурологами та політиками для розмежування порівнюваних періодів, “позбавив американців почуття безпеки та стабільності” [328, с. 313]. Саме ця дата вважається ”переломним моментом, що розділює дві абсолютно різні епохи – до та після” [316, с. 281]. Таким чином для порівняння особливостей вербалізації у кінодискурсі ціннісної складової ГЕРОЯ та АНТИГЕРОЯ (як центрального елементу ЛКК) та образної складової (як цілісного художнього образу, сформованого ХК) виділено два періоди з такими межами: 1977–2001 рр. та 2002–2012 рр.

Дослідження особливостей поступового розгортання змісту концептів вимагає залучення поняття **наративу**, яке є основним об’єктом наратологічних досліджень [18; 19; 260; 273; 373]. Наративність є характеристикою художніх творів і одним з полюсів опозиції *наративність :: дескриптивність*. Наративні тексти оповідають певну історію у темпоральному просторі зображуваного світу [260, с. 12–13]. Відповідно до обраного трактування, наративом є “послідовність подій,

організованих певним чином, у якій центральною дійовою особою є людина, істоти, подібні до людей, або інші істоти, наділені свідомістю, чий досвід може бути використаний іншими людьми для навчання” [373, с. 8]. У наданому визначенні акцентується фокусування уваги на центральній дійовій особі, що відповідає потребам нашого дослідження. Тож, у сюжетних лініях досліджуваних кінофільмів виділяємо окремі **наративи** для героя та антигероя, які характеризуються темпоральною та подієвою динамікою і відтворюють внутрішню динаміку ГЕРОЯ та АНТИГЕРОЯ як ХК.

Для дослідження історичного варіювання образної складової концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, вербалізованих у американському кінодискурсі, а також динаміки розгортання змісту концептів у наративі звертаємося до когнітивних операцій, пов’язаних з фокусуванням уваги [288, с. 29–30; 291, с. 46–47; 343, с. 66]. У когнітивній лінгвістиці ведеться мова про **салієнтність** [291] або **промінантність** [343] об’єктів, на яких сфокусовано увагу, порівняно із іншими. У широкому розумінні, “будь-який виділений об’єкт є промінантним відносно невиділеного об’єкту, а передній план є салієнтним відносно заднього плану” (ми користуємося лише терміном “**салієнтність**”, аби уникнути синонімії – *І.К.*) [там само, с. 66]. У дослідженні ми послуговуємося термінами “**салієнтний**” :: “**несалієнтний**” (абсолютна характеристика) для протиставлення концептуальних ознак, які перебувають або не перебувають у фокусі уваги в межах порівнюваних історичних періодів та відповідно до розвитку наративу.

Фокусування уваги може мати різні ступені [291, с. 46]. Для оцінювання *ступеню* фокусування уваги (відносна характеристика) використовуємо інструментарій теорії **градуйованої відміченості** [313; 314; 315; 322]. Відповідно до цієї теорії, найвідміченіше значення конкретного слова або речення у конкретному контексті відповідає його найбільш конвенційній, частотній та вірогідній інтерпретації [315, с. 186]. Градуйована відміченість також застосовується для елементів змісту ментальних сутностей [322, с. 113]. Таким чином, у межах нашого дослідження **відміченість** розуміємо як **ступінь конвенційності й частотності референції до певної концептуальної ознаки**. Градування відміченості ознак

досліджуємо у вербалізації образної складової концептів, оскільки ознаки ціннісної складової перебувають у бінарній опозиції, а поняттєва складова визначається з контекстів мовної норми.

Виражені кількісні розбіжності в частотності актуалізації ознак концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ виявлено нами на таких позначках: більш ніж у 10% випадків; від 9,9% до 6,0%; від 5,9% до 2,0%; від 1,9% до 1% та від 0,9% й нижче. Уважаємо, що відміченість концептуальних ознак доцільно градувати в межах означених показників, де найвищий ступінь відповідає позначці більш ніж у 10% випадків, високий – від 9,9% до 6,0%; середній – від 5,9% до 2,0%; низький – від 1,9% до 1% та найнижчий – від 0,9% й нижче. Базуючись на зіставленні відносного (градуйованого) показнику відміченості з абсолютним показником салієнтності, вважаємо, що салієнтними є ознаки з високим та найвищим ступенями відміченості, а несалієнтними – ознаки зі ступенем відміченості від середнього до найнижчого. Наведену систему показників підсумовано в Таблиці 1.1:

Таблиця 1.1

Співвідношення показників салієнтності та градуйованої відміченості

Частотність випадків вербалізації ознак образної складової	Рівень відміченості (відносний показник)	Салієнтність (абсолютний показник)
$\geq 10\%$	найвищий	салієнтні ознаки
9,9% – 6,0%	високий	
5,9% – 2,0%	середній	несалієнтні ознаки
1,9% – 1%	низький	
$\leq 0,9\%$	найнижчий	

Нарешті, комунікативний аспект дослідження вимагає залучення інструментарію прагмалінгвістичних досліджень [13; 151; 179; 217; 226; 228; 241; 281; 295; 308 та ін.], оскільки ДО героя та антигероя маніфестуються в наборах відповідних стратегій і тактик.

Таким чином, дослідження засобів вербалізації концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ проведено у відповідності до загальнолінгвістичних принципів, характерних для сучасної антропоцентричної надпарадигми. У межах когнітивно-комунікативної парадигми для дослідження використовується інструментарій когнітивної лінгвістики, історичної концептології, концептології художнього тексту, наратології та прагмалінгвістики.

1.5.2. Етапи та методи дослідження концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ в американському кінодискурсі

Першим етапом є вибір **одиниці дослідження**. Нею обрано **дискурсивний фрагмент, у якому засобами англійської мови актуалізовано когнітивний або комунікативний смисл, який втілює ознаки концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ**. Структурно такі фрагменти варіюються у словниково-дефініційних та дискурсивних контекстах від однієї лексеми до поєднання кількох речень.

Наступним етапом дисертаційного дослідження є добір матеріалу. Матеріал дібрано методом суцільної виборки зі сценаріїв та транскриптів діалогів з кінофільмів, які відображують сучасну американську героїку. Вони належать до жанрів супергеройського кіно (“Batman”, “Batman Returns”, “Superman”, “Superman II”, “The Avengers”, “Spider-Man”, “Spider-Man II”, “The Dark Knight”, “Thor”), пригодницького кіно (“Star Wars: Episode IV – A New Hope”, “Star Wars: Episode V – The Empire Strikes Back”, “Star Wars: Episode VI – Return of the Jedi”, “Star Wars: Episode I – The Phantom Menace”, “Star Wars: Episode II – Attack of the Clones”) та наукової фантастики (“The Matrix”, “The Matrix Reloaded”, “The Matrix Revolutions”), але включаються нами до однієї вибірки через декілька точок дотику. Такими спільними рисами є феноменальна культурна привабливість, фінансова успішність та культовий статус відповідного кінофільму, який виявляється, зокрема, у виникненні інтертекстуальності через посилання в інших культурних продуктах [307; 353]. Ґрунтуючись на мотивах різноманітних міфологій світу, такі фільми самі формують нову американську міфологію [344, с. 5; 395, с. 339]. Популярність міфологічної інтерпретації реальності, властива американській кіногероїці,

пояснюється прагненням до гармонізації та регламентації, до пояснення складного та незрозумілого через простіші та легші поняття, адже у міфологічній парадигмі не існує подій, які неможливо пояснити, та колізій, які неможливо подолати [159, с. 31].

У роботі обрано змішаний методичний підхід. Квалітативні методи використовуються для виявлення релевантних ознак досліджуваних ментальних сутностей та зв'язків між ними. Квантитативні методи залучено для оцінювання кількісних показників результатів вербалізації концептів.

Когнітивний аспект дослідження передбачає аналіз передконцептуального підґрунтя концептів, аналіз антропонімів-номінацій героїв та антигероїв як первинного засобу портретування відповідних персонажів і аналіз змісту концепту.

Для аналізу передконцептуальних підвалин ГЕРОЯ та АНТИГЕРОЯ в американському кінодискурсі залучаємо релевантні елементи методики поетапної експлікації архетипів [14], які полягають в ідентифікації архетипів та виокремленні вербальних втілень їх змісту. Етап ідентифікації архетипів передбачає “низку автоматичних і свідомих операцій, спрямованих на активування, активацію та активізацію знань про архетипові ознаки”, які ґрунтуються на попередньо здобутих відомостях про архетипи та їх класифікацію [там само, с. 15]. Далі виокремлюємо з тексту концептуальні імплікації архетипу за допомогою інтерпретаційної стратегії, спрямованої як на декодування загального змісту тексту, так і поглиблений аналіз структури та семантики його номінативних одиниць [там само, с. 16, 19].

Теоретичні підвалини вивчення архетипів [77; 98; 261; 262; 263; 264; 265 та ін.] дозволяють виокремити їх ознаки у кінодискурсі, як у прикладі (1):

- (1) *She pulls herself away and gets into the booth when something catches Neo's eye and he looks to where the Old Man had been. She hears him SCREAM and sees Agent Smith emerge as if formed by congealing darkness, charging with a fistful of metal (The Matrix).*

Оперуючи наявним набором архетипів, аналізуємо фрагмент на предмет вербальних засобів активації їх змісту. Таким засобом є порівняння *as if formed by congealing darkness*, де лексема *darkness* є культурним синонімом лексеми *shadow*, імені архетипу Тінь. Архетип вербалізується для персонажа Агента Сміта (*Agent Smith*),

який є антигероєм. Це дозволяє дійти висновку про наявність архетипу Тіні у передконцептуальному підґрунті АНТИГЕРОЯ.

Другим кроком у когнітивному дослідженні засобів вербалізації концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ є аналіз антропонімів-номінацій (ВН) героя та антигероя. Для визначення онтологічних особливостей функціонування таких номінацій удаємося до контекстуально-ситуативного аналізу. Дослідження когнітивного підґрунтя формування відповідних ВН передбачає звернення до поняття мотивації та когнітивно-ономасіологічного аналізу [207], який узгоджено з вимогами нашого дослідження. Аналіз антропонімів проводимо за трьома критеріями: когнітивний статус мотиватора, раціональність/ірраціональність та прецедентність мотиватора. Вибір такого методу аналізу з наявних у сучасних лінгвістичних дослідженнях [70; 207] визначається тим, що він фокусується радше на принципах мотивації мовного знаку, ніж на його поняттєвій структурі, що є більш релевантним для обмеженої вибірки номінацій, які репрезентують один тип лексичних одиниць (ВН).

За когнітивним статусом мотиватора диференціюються такі типи мотивації: 1) пропозиціональна (подібна за механізмом до метонімії); 2) асоціативно-термінальна (метафорична); 3) модусна (вибір мотиватора детермінується його оцінкою); 4) концептуально-інтеграційна (композиція назв двох предметів або понять); 5) змішаний тип (використання в ономасіологічній структурі мотиваторів різного статусу) [207]. Специфіка досліджуваних одиниць та їх середовище функціонування зумовлюють **метонімічний** та **асоціативний** типи їх мотивації, водночас пропозиціональний та асоціативно-термінальний типи не є релевантними. Концептуально-інтеграційний тип мотивації у нашому дослідженні називаємо **блендінговим**, щоб уникнути використання терміну “концепт” у контекстах, не пов’язаних безпосередньо із концептами ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ як об’єктами дослідження. За параметром раціональності виділяються раціональна та міфологемна мотивація, яка полягає в апеляції до ірраціональної інформації, усталених, проте хибних уявлень етнокультурної спільноти. Третім параметром класифікації є прецедентність мотиваторів (відомість для представників етнокультури змісту та позначень відповідних мотиваторів) [там само]. Для

виявлення мотиваційного підґрунтя ВН залучено також словотворчий та етимологічний аналіз.

Проілюструємо методику аналізу ВН на прикладі пари антропонімів *Harvey Dent :: Two-Face*. Аналіз інформаційного контексту дозволяє виявити, що один і той самий персонаж має різні іпостасі – повсякденну (у якій він є звичайною людиною) та антигеройську. Для називання таких іпостасей використовуються різні номінації. ВН *Harvey Dent* є комбінацією поширених у США імені та прізвища ((DAFN); [387]), що підкреслює “пересічність” цієї іпостасі персонажа. Другий антропонім (*Two-Face*) є промовистим іменем. З метою визначення мотивації номінації також звертаємося до ситуативного контексту, наведеному в прикладі (2):

(2) *DENT: Remember the name you all had for me when I was at Internal Affairs? <...>*

GORDON: (small) Two-face. Harvey two-face.

(Dent turns to face Gordon – the left side of Dent's face is DESTROYED – skin blackened and shriveled. Molars visible. The eye a ball and socket. Dent manages a small smile with the good side of his face.)

DENT: Why should I hide who I am? (The Dark Knight)

Під час подій, які передують цьому епізоду, антигерой Дволикий (*Two-Face*), який раніше був прокурором Гарві Дентом (*Harvey Dent*) і вірцем боротьби зі злочинністю, втратив кохану жінку і сам зазнав важких травм. У наведеному прикладі він розмовляє зі своїм колишнім союзником (*Gordon*) і примушує його згадати прізвисько “Дволикий”, яке корумповані поліцейські вигадали під час його роботи на Відділ внутрішніх розслідувань (*Two-face. Harvey two-face*). Вони в такий спосіб негативно оцінювали його бажання викрити порушення закону серед своїх власних колег. Але в епізоді, що аналізується, Гарві таким чином іронізує щодо свого теперішнього вигляду, оскільки половину його обличчя було спотворено (*the left side of Dent's face is DESTROYED*), а половина залишилася неушкодженою (*the good side of his face*). Утім, дві половини обличчя Гарві – це метафора, у якій втілено боротьбу між частиною його особистості, яка піддалася жазі помсти, та її “доброю” частиною, яка втілює усі цінності, за які Гарві боровся до трагічних подій, що

змінити його. Цей зв'язок маніфестовано зокрема у використанні лексеми *good* для опису неущожденної частини обличчя антигероя.

Установивши мотивацію використання антропоніму *Two-Face*, категоризуємо його за трьома критеріями когнітивно-ономасіологічного аналізу. За статусом когнітивного мотиватора номінація, що розглядається, є **асоціативною**, з наявним метафоричним переносом у межах метафтонімії “два обличчя—>дві особистості”, яка ґрунтується на використанні для порівняння ознак з одного концептуального домену ЛЮДИНА. За раціональністю мотивації антропонім *Two-Face* належить до раціонально вмотивованих номінацій, оскільки фігуративне співвіднесення внутрішнього та зовнішнього світу людини не є вкоріненим у міфологічному мисленні. Нарешті, за критерієм прецедентності антропонім, що розглядається, має прецедентну мотивацію, оскільки вона є прозорою і не вимагає від носіїв лінгвокультури спеціальних знань.

Наступним етапом є виокремлення поняттєвих ознак концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ (поняттєва складова), а також вивчення засобів вербалізації ціннісної складової (як центрального елементу концепту в лінгвокультурному вимірі) та образної складової (як маніфестації художнього образу).

Для аналізу змісту поняттєвої складової та її еволюції залучаємо етимологічний, дефініційний та компонентно-семантичний аналіз. Для кожної з лексем *hero*, *antihero* та *villain*, які є іменами концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, знаходимо дефініції у тлумачних та етимологічних словниках, виокремлюємо гіпер- та гіпосеми та робимо висновки про зміни в семантичному комплексі лексем, значення яких складає поняттєве ядро концептів. У якості прикладу наводимо визначення лексеми *villain*: “*a bad person who harms other people or breaks the law, or a cruel or evil character in a book, play, or film*” (CD). Викоремлюємо гіперсеми-ідентифікатори ‘*person*’ та ‘*character in a book, play, or film*’, зміст яких конкретизують семи ‘*bad / cruel / evil*’, ‘*who harms other people*’, ‘*[who] breaks the law*’. Кількісний аналіз дає змогу зробити висновки про склад інтенціоналу та імплікаціоналу значення лексем як ядро та периферію у змісті відповідних понять [173, с. 105].

Для дослідження засобів вербалізації ціннісної та образної складових концептів залучаємо методи інтерпретаційно-текстового аналізу та когнітивно-дискурсивної інтерпретації з метою експлікації ознак, вербалізованих у мовних одиницях різного рівня. Концептуальні ознаки, маніфестовані знаками вербального коду, виокремлюємо з дискурсу персонажів досліджуваних кінофільмів, а ознаки, маніфестовані знаками невербального коду, експлікуємо з авторських ремарок. Ураховуючи специфіку образної складової гібридних концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, вважаємо за доцільне структурувати відповідні ознаки за логікою виокремлених для них реляцій з іншими сутностями із застосуванням методики фреймового моделювання (**семантики лінгвальних мереж**) за С.А. Жаботинською [67; 68; 69; 70; 72]. Розрізняють п'ять базисних фреймів – предметний, акціональний, посесивний, ідентифікаційний, компаративний – за належністю до яких визначається тип пропозиційної схеми [67, с. 59].

У предметному фреймі поєднуються **буттєві схеми** – квантитативна “X є СТІЛЬКИ-кількість”, квалітативна “X є ТАКЕ-якість”, локативна “X існує/діє ТАМ / ЛС-локатив (початок, шлях або місце, кінець)”, темпоральна “X існує ТОДІ / ТМ-темпоратив (початок, відрізок або момент часу, кінець)” та схема способу буття “X існує ТАК-спосіб”.

В акціональному фреймі поєднуються **акціональні схеми стану/процесу** “AG-агенс діє”, контактної дії “AG-агенс діє на РТ-пацієнс / АФ-афектив” та каузації “CR-каузатор робить FT-фактив”. Вказані схеми здатні розширюватися за рахунок аргументних ролей *сірконстант* (різновиди: АТ-супровідник, АД-помічник, СГ-контрагент, ІН-інструмент, МД-медіатив), *стимул* (GL-ціль, СС-причина), *передумова* (CD-умова, СС-поступка), *реципієнт* (АД-адресат, ВН-бенефактив / МЛ-малефактив), а також за рахунок локативної та темпоральної схем.

Посесивний фрейм включає у себе **посесивні схеми**, серед яких виділяються схеми партитивності “WH-ціле має PR-частину”, інклюзивності “CR-контейнер має СТ-зміст” / “СТ-зміст має CR-контейнер” та власності “OW-власник має OD-власність” / “OD-власність має OW-власника”.

В ідентифікаційному фреймі поєднуються **ідентифікаційні схеми**, серед яких схема персоніфікації “ID-індивід є PS-персоніфікатор (власна назва)”, схема класифікації “ID-індивід / вид є CL-класифікатор: вид/рід” та схема характеристизації “ID-індивід / вид є CH-характеризатор”.

Нарешті, компаративний фрейм представлений **компаративними схемами тотожності/метаморфози** “CV-компаратив є /наче/ MS-корелят”, схожості / аналогії “CV-компаратив є як AN-корелят” та подібності / метафори “CV-компаратив є ніби MT-корелят” [там само, с. 59–60].

Застосування наведеної методики ілюструє приклад (3):

(3) *ANAKIN: How are you feeling today, Jira?*

JIRA: The heat's never been kind to me, you know, Annie!

ANAKIN: Guess what? I've found that cooling unit I've been searching for. It's pretty beat up, but I'll have it fixed up for you in no time, I promise.

JIRA: You're a fine boy, Annie (Star Wars: Episode I – The Phantom Menace).

У наведеному прикладі герой Енакін Скайуокер (*Anakin Skywalker*) спілкується з бідною жінкою похилого віку Джирою (*Jira*), яка живе з того, що їй вдається заробити, продаючи фрукти на ринку. Коли в неї ламається холодильник, вона засмучується, адже місцевий клімат спекотний і фрукти швидко псуються. Енакін пропонує полагодити його, щоб полегшити становище Джири. У наведеному прикладі ціннісна складова, пов’язана з оцінкою представниками лінгвокультури явища, знання про яке репрезентує концепт, маніфестується як позитивна оцінка дій героя за допомогою лексеми *fine* (*a fine boy*). Релевантним елементом художнього образу героя, в якому актуалізується образна складова відповідного концепту, є те, що він діє в інтересах інших людей (*I'll have it fixed up for you*). Для структурування змісту ознаки та акцентуації логічного зв’язку, який поєднує концепт ГЕРОЙ з концептом ІНШІ, відбудовуємо її як базисну пропозицію схеми стану/процесу в межах акціонального фрейму: ГЕРОЙ ІСНУЄ / ДІЄ ЗАРАДИ ІНШИХ, де ІНШІ є бенефактивом. Про статус бенефактива свідчить використання прийменника *for* у поєднанні з займенником *you*, поєднання яких описує мотиваційні цілі героя (*I'll have it fixed up for you*).

Наступним етапом дослідження є аналіз тенденцій в історичному варіюванні засобів вербалізації ціннісної та образної складової концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, а також змін у наборі ознак, які перебувають у фокусі уваги на різних етапах розгортання наративу. Для цілей обох аспектів у якості основного інструменту використовуємо кількісний аналіз. За його результатами робимо висновок про рівень відміченості відповідних ознак і їх салієнтність або несалієнтність.

Для аналізу кількісного варіювання змісту образної складової залежно від етапу наративу співвідносимо етапи його розвитку для героя та антигероя [138; 269; 344] зі змінами в частотності випадків вербалізації відповідних ознак. Реалізація цієї мети вимагає аналізу інформаційного контексту (залучення відомостей про сюжетну динаміку кінофільмів, у персонажах яких об'єктивовано досліджувані концепти).

Останнім етапом дослідження є вивчення комунікативного аспекту вербалізації концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ. Для цього застосовуємо прагмалінгвістичний аналіз, який дозволяє виокремити дискурсивні стратегії й тактики героя та антигероя як ДО, а також прийоми їх реалізації. Також залучаємо контекстуально-ситуативний аналіз для уточнення дискурсивного контексту, що дозволяє точніше оцінити комунікативну настанову як підґрунтя дискурсивної стратегії, а також надає змогу зробити припущення про інтенції адресата у відповідному контексті дискурсивної взаємодії [240, с. 246]. Використання цієї методики ілюструє приклад (4):

(4) *MAX: Batman! You are remarkable! Again, you're not just saving one life, you're saving the whole of...*

BATMAN: Shut up, Max. You're not going to be killed. But you are going to be punished (Batman Returns).

У наведеному прикладі дискурсивна взаємодія відбувається між героєм Бетменом (*Batman*) та антигероєм Максом Шреком (*Max Schreck*), якого жителі міста довгий час уважали добропорядною людиною. Уважаючи, що Бетмен хоче урятувати його зі скрутного становища, Макс намагається мотивувати героя якомога швидше допомогти йому. Проте з контексту відомо, що герой вже знає про незаконні справи співрозмовника, тому відповіддю Бетмена на спробу маніпуляції є демонстрація

Максу, що той більше не контролює ситуацію. Ураховуючи установлену таким чином мету використання означеного дискурсивного ходу, робимо висновок, що комунікативною настановою Бетмена в наведеному епізоді є саме домінування. Тож, вважаємо, що герой застосовує стратегію домінування. Стратегія реалізується в наборі тактик як окремих інструментів реалізації загальної мети. У наведеному прикладі такою тактикою є порушення простору співрозмовника, яке втілюється в прийомах переривання та використання недоречно неформального звертання на ім'я (*Shut up, Max*). Іншою тактикою є підкреслення підлеглої позиції адресата за допомогою пасивного стану, який акцентує неможливість для нього вплинути на ситуацію (*You're not going to be killed. But you are going to be punished*). Окрім цього, у фразі *you are going to be punished* реалізується тактика залякування, оскільки герой окреслює негативні для співрозмовника наслідки взаємодії з собою.

Завершальним кроком є кількісний аналіз частотності випадків використання героєм та антигероєм кожної з виокремлених стратегій. Це дозволяє зробити висновки про характерність відповідної стратегії для ДО героя або антигероя.

Таким чином, дисертаційне дослідження проведено з дотриманням загальнолінгвістичних принципів експланаторності, неофункціоналізму, експансіонізму та семантикоцентризму у річищі загальної антропоцентричної надпарадигми та когнітивно-комунікативної парадигми сучасної лінгвістики.

Для аналізу досліджуваних концептів з позицій когнітивного підходу залучається інструментарій історичної концептології та художньої наратології, оскільки для них характерними є і історичне варіювання, і поступове розгортання змісту. Такі трансформації маніфестуються у зміні фокусу уваги з одних концептуальних ознак у змісті концепту на інші. Проаналізувати означені тенденції видається можливим завдяки залученню відносного показника градуйованої відміченості, який корелює з абсолютною характеристикою салієнтності ознаки. Комунікативний аспект дослідження ґрунтується на залученні прагмалінгвістичного підходу до аналізу мовних та мовленнєвих явищ.

Тож, на різних етапах дослідження було використано методи поетапної експлікації архетипів, когнітивно-ономасіологічного аналізу, етимологічного,

дефініційного та компонентно-семантичного аналізу, інтерпретаційно-текстового аналізу та когнітивно-дискурсивної інтерпретації, фреймового моделювання в межах семантики лінгвальних мереж, оцінки варіювання відміченості концептуальних ознак та прагматичного аналізу, а також кількісного аналізу.

Висновки до розділу 1

1. Кінофільм є особливим видом тексту. Загальну сукупність кінотекстів пов'язано змістово-смысловими та інтенціональними факторами. Водночас, між кінематографом та соціально-культурним контекстом є зв'язок, який уможливорює розгляд ігрового кіно як форми соціально-культурної практики. Це дозволяє тлумачити *кінодискурс* як комплекс необмеженої сукупності кінотекстів у взаємодії.

2. Комунікативна функція кінодискурсу реалізується в акті комунікації, у межах якого інформація передається як від колективного автора до глядача, так і між персонажами кінотвору. Таким чином виокремлюються макрорівень (між автором та глядачем) та мікрорівень (між персонажами) комунікації. Для кодування інформації залучаються семіотичні засоби іконічного, звукового та лінгвального кодів. Ігровому кінодискурсу властиві наративність, помірне використання лінгвальних семіотичних засобів оповідання та динамічність перебігу.

3. Концепти утворюють когнітивну структуру дискурсу. Концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ є автохтонними (домінантними) для кінодискурсу.

4. Передконцептуальні підвалини концептів укорінені в колективному позасвідомому та міфологічному мисленні, тобто психологічних та культурних архетипах. Імплікаційні ознаки архетипу втілюються в архетиповому образі. Підґрунтям образності в кінодискурсі є архетипи Дитини, Героя, Духу, Відродження (Регенерації), Трікстера, Аніми, Анімусу, Самості, Тіні. Сучасне героїчне кіно характеризує тісний зв'язок з архетипом та міфом, оскільки у ньому втілюються концепції класичного мономіфу як шляху героя та американського мономіфу як специфічного явища американської культури.

5. Концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ є концептом та антиконцептом з аксіологічної точки зору (тобто, протиставлені за полюсами оцінки). Це гібридні концепти, оскільки внаслідок вербалізації в ігровому кінодискурсі вони мають ознаки як лінгвокультурних, так і художніх концептів. Для них характерна історична мінливість та трикомпонентна структура як для ЛКК та поступове розгортання змісту у відповідному художньому образі як для ХК. Номінації персонажів є засобом їх портретування, який актуалізує окремі концептуальні ознаки завдяки своїй вторинній (описовій) функції.

6. Герой та антигерой як персонажі кінотвору є дискурсивними особистостями, які діють в континуальному комунікативному просторі та послуговуються різними семіотичними кодами. Означені дискурсивні особистості виявляють себе у дискурсивній поведінці під час взаємодії з іншими персонажами, мають особливий прагматикон, тобто послуговуються різними стратегіями й тактиками відповідно до своєї комунікативної настанови.

7. Дисертаційна робота базується на загальнолінгвістичних принципах експланаторності, неофункціоналізму, експансіонізму та семантикоцентризму. Дослідження спирається на методологічні засади когнітивно-комунікативної парадигми лінгвістичної науки із залученням інструментарію історичної концептології, когнітивної семантики, когнітивної поетики, когнітивної семіотики, прагмалінгвістики та художньої наратології. У роботі застосовуються такі методи: поетапна експлікація архетипів, когнітивно-ономасіологічний аналіз, етимологічний, дефініційний, компонентно-семантичний аналіз, інтерпретаційно-текстовий аналіз, когнітивно-дискурсивна інтерпретація та фреймове моделювання. Для аналізу історичних змін у змісті вербалізованих концептів та поступового розгортання змісту концептів у наративі застосовується метод оцінки салієнтності концептуальних ознак на підґрунті теорії градуйованої відміченості.

Основні положення розділу висвітлено у таких публікаціях автора: [114; 115; 117; 118; 120; 121; 122; 332; 333].

РОЗДІЛ 2

КОНЦЕПТИ *ГЕРОЙ* ТА *АНТИГЕРОЙ* В АМЕРИКАНСЬКОМУ КІНОДИСКУРСІ

У розділі концепти *ГЕРОЙ* та *АНТИГЕРОЙ* розглядаються як поєднання поняттєвої, ціннісної та образної складової. Досліджуються передконцептуальні підвалини формування відповідних концептів, аналізуються еволюційні тенденції розвитку їх поняттєвої складової. Тенденції в актуалізації концептуальних ознак ціннісної та образної складової концептів *ГЕРОЙ* та *АНТИГЕРОЙ* в кінодискурсі вивчаються з позицій мікродіахронії та в динаміці розгортання наративу. Розглядається мотиваційне підґрунтя номінацій відповідних персонажів як засобу вербалізації окремих концептуальних ознак і первинного потретування.

2.1. Передконцептуальні підвалини концептів *ГЕРОЙ* та *АНТИГЕРОЙ*: психологічні та культурні архетипи

Для аналізу засобів вербального втілення передконцептуальних підвалин концептів *ГЕРОЙ* та *АНТИГЕРОЙ* вважаємо за доцільне дотримуватися схем, за якими певні архетипи утворюють комплекси взаємодії в архетипових образах героя та антигероя, у яких актуалізуються відповідні концепти.

Розглянемо комплекси *Герой – Тінь / Трікстер* та *Анімус (Герой) – Аніма (Антигерой)*. У змісті культурного архетипу Героя виокремлюються такі риси: різноманітні чесноти (сильний, справедливий, сміливий, чесний, добрий, вправний, хоробрий), зв'язок з військовою діяльністю (воїн) та конструктивною діяльністю (творець) [1; 77; 112]. Отже, героєві властива демонстрація мужності в битвах, він також бере участь у творенні світу (як безпосередньо, так і через упорядкування світу, перемогу над хаосом, привнесення порядку, встановлення правил життя соціуму). Герой-символ пов'язаний з естетичною категорією “героїчне” [104, с. 237–238], яка є виявленням прекрасного, величного та піднесеного у їх єдності [112, с. 100–102]. Отже, ознаками відповідного архетипу можна назвати референції до

боротьби, хоробрості, порядку, миру, краси та величі. В узвичаєному розумінні герой як архетиповий образ є квінтесенцією маскулінності [там само, с. 102], що сигналізує його зв'язок з архетипом Анімусу, тобто елементу жіночого позасвідомого, який визначає образ чоловіка – позитивний чи негативний [235]. Характеристики героя як архетипу ілюструються у прикладах (5) та (6).

(5) *GREEN GOBLIN: (CONT'D) How dare you interfere with me! What do you want?!*

SPIDER-MAN: World peace. But I'll settle for your chin (Spider-Man).

У наведеному прикладі головний герой Спайдермен (*Spider-Man*) – б'ється із своїм антагоністом Зеленим Гобліном (*Green Goblin*), намагаючись завадити йому завдати шкоди місту й людям. На запитання супротивника, чого він хоче, він відповідає, використовуючи словосполучення-кліше *world peace*. Хоча й застосоване як дотеп, воно насправді відображує справжню мотивацію героя, оскільки він прагне захистити людей (прагнення миру – ознака архетипу Героя). Водночас Спайдермен прямо заявляє про готовність битися та перемогти у цій битві, використовуючи дієслово *to settle for*, що маркує перемогу над суперником як невелике досягнення, яке не принесе йому справжнього задоволення, але яке є необхідним й достатнім на певному етапі (ознака архетипу – портретування героя як воїна).

(6) *LUTHOR: Look at that overgrown Boy Scout, Miss Teschmacher. Tell me what you see.*

EVE: (chewing) Cuteness. Dimples (Superman).

У наведеному епізоді антигерой Лекс Лутор (*Lex Luthor*) спостерігає за своїм суперником Суперменом (*Superman*) на екрані. Він запитує у своєї помічниці та коханки (*Eve Teschmacher*), яке в неї склалося враження від дій героя. Сам Лутор називає Супермена *overgrown Boy Scout*. Прикметник *overgrown* передає його негативне ставлення до фізичної досконалості суперника, а його комбінація з іменником *Boy Scout* розкриває зневагу до тих цінностей, які Супермен уособлює. Хоча він очевидно чекає підтримки від своєї помічниці, жінка, оцінюючи візуальний образ, захоплюється зовнішністю героя – вона вважає його привабливим (*cuteness, dimples*), через що актуалізується категорія “прекрасне” (первинна естетична категорія, виокремлена Аристотелем як міра блага та добра) [33, с. 97–98]. Окрім

цього, бачення жінки та чоловіка тут є різними – через позитивний чоловічий образ у жіночій свідомості актуалізується архетип Анімусу.

Важливість гендерного архетипу Анімусу та його жіночого варіанту Аніми як передконцептуального підґрунтя для концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ також визначається тим, що він є одним з найважливіших поведінкових регуляторів [239, с. 96]. Архетип Аніми може виявлятися в чоловікові у вигляді некерованих емоцій, ірраціональних почуттів, примх і забаганок [224, с. 272]. З іншого боку, архетип Анімусу в позасвідомому жінки – джерело раціональних думок, твердих принципів, рішучих суджень у її поведінці [192, с. 62].

Саме архетип Аніми у антигероя виявляється через згадування хворобливого стану або бурхливих емоційних реакцій. Ілюстрацією слугує приклад (7):

(7) (<...> *Penguin's face melts into Mount Rushmore seriousness then explodes into savage glee. He slides across what remains of the Ice conference table.*)

PENGUIN: It is all so clear. You want me to go back one last time. If I can't be king, I'll destroy the kingdom! If I can't have Gotham's respect, I'll get the next best thing, its fear! Make that the first best thing!

(As Penguin bellows, his cohorts match his rabid excitement.) (Batman Returns)

У цьому прикладі антигерой Пінгвін (*Penguin*) тішиться зі свого плану помститися мешканцям міста за те, йому не вдалося стати для них поважним громадянином. Його поведінка описується з використанням лексичних одиниць *to explode into savage glee*, *to bellow*, *rabid excitement*, кожна з яких є описом досить інтенсивної емоційної реакції, наближеної до істеричної.

З іншого боку, хоча в досліджуваній вибірці образ героя представлений здебільшого чоловіками і лише в одному випадку героєм є жінка, в її портретуванні як актуалізації відповідного концепта також експлікується архетип Анімусу. Ілюстрацією слугує приклад (8):

(8) *LOKI (V.O.): You pretend to be separate, to have your own code, something that makes up for the horrors. But they are a part of you, and they will never go away!*

<...>

(Loki SLAMS his cell, making Natasha FLINCH.)

LOKI: I won't touch Barton. Not until I make him kill you! Slowly. Intimately. In every way he knows you fear! And when he'll wake just long enough to see his good work, and when he screams, I'll split his skull! This is my bargain, you mewling quim!

(NATASHA turns around, walks away from Loki, disgusted.)

NATASHA (QUIETLY; DISTRAUGHT): You're a monster (The Avengers).

У наведеному епізоді героїня Чорна Вдова (*Black Widow*, справжнє ім'я – Наташа Романовф (*Natasha Romanoff*)) допитує антигероя Локі (*Loki*), якого утримують у спеціальній в'язниці, намагаючись дізнатися у нього про долю свого друга та колеги Клінта Бартона (*Clint Barton*). Намагаючись вивести агента Романовф з рівноваги, Локі спочатку звинувачує її в тому, що під час військових операцій, у яких вона та Бартон брали участь, страждали невинні люди, а всі її принципи – лицемірство. Потім Локі, сам втрачаючи контроль, починає погрожувати Наташі, що примусить її найкращого друга вбити її. У портретуванні героїні експлікуються ознаки, які відповідають архетипу Анімусу – тверді принципи (*your own code*), раціональна поведінка (попри спроби Локі спровокувати її на гнів, вона не підвищує голосу (*quietly*)). У тій самій ситуації бурхливі емоційні реакції Локі відповідають проявам архетипу Аніми у чоловічій особистості (фраза на позначення знаку невербального коду *SLAMS his cell*, інвектив *you mewling quim*).

Архетиповому образу героя протиставляється архетиповий образ антигероя, праформою якого є архетипи Трікстера та Тіні. Основна тема Трікстера виникає не тільки в міфічній формі, вона проявляє себе кожного разу, коли людині здається, що її життя скеровується прикрими випадковостями, які зводять нанівець її волю та дії. Таким чином, Трікстер представлено протидіючими тенденціями позасвідомого, інколи другою особистістю, що має більш примітивний та нерозвинений характер. Саме цей компонент образу К.Г. Юнг називає Тінню [261, с. 252–259; 263, с. 338–345]. Основні ознаки архетипу Трікстера такі: 1) порушує усталені норми й традиції, вносить елемент хаосу; 2) є невідконтрольною фундаментальною силою, провокує результати, які неможливо спрогнозувати навіть для нього самого; 3) є посередником між світами, робить неявне явним, оскільки першим втручається в

невідомі області; 4) демонструє майстерність; 5) є аморальним з точки зору етичної системи культурного героя; 6) грає, удає когось або щось, змінює свій вигляд; 7) може поводитися і як Мудрий Старий, і як Дитина [50].

Вербальне втілення змісту архетипу Трікстера ілюструє приклад (9):

(9) *THE JOKER: It's the schemers who put you where you are. You were a schemer. You had plans. Look where it got you. I just did what I do best – I took your plan, and I turned it on itself. Look what I've done to this city with a few drums of gas and a couple of bullets. Nobody panics when the expected people get killed. Nobody panics when things go according to plan, even if the plan is horrifying. If I tell the press that tomorrow a gangbanger will get shot, or a truckload of soldiers will be blown up, nobody panics. Because it's all part of the plan. But when I say that one little old mayor will die, everybody loses their minds! Introduce a little anarchy, you upset the established order and everything becomes chaos. I'm an agent of chaos. And you know the thing about chaos, Harvey?*

(Dent looks into the Joker's eyes. Finding meaning.)

THE JOKER (CONT'D): It's fair (The Dark Knight).

У наведеному фрагменті в мовленні антигероя Джокера (*Joker*) вербалізуються декілька ознак. По-перше, він говорить про руйнацію та безладдя як свою стихію (*I'm an agent of chaos*) та постійно вживає лексичні одиниці, асоційовані з хаосом (повторюване дієслово *to panic*, фраза *to lose one's mind*, іменники *chaos*, *anarchy*). По-друге, дії Джокера зводять нанівець волю та плани інших людей (*I turned it on itself*), через що він асоціюється з юнгівською інтерпретацією теми Трікстера як відчуття ефекту “злої долі”, усі прояви якої неможливо передбачити. Зрештою, антигерой демонструє зневагу до життя мера міста, принижуючи його значущість за допомогою прикметників *little* та *old* та начебто дивуючись бурхливій реакції городян на погрозу його вбити (*I say that one little old mayor will die, everybody loses their minds!*) Таким чином у мовленні Джокера виявляється властива архетипу Трікстера аморальність, оскільки людське життя є універсальною цінністю [377]. Окрім цього, Джокер схвально (лексема *fair* має позитивну конотацію) говорить про хаос, хоча у конвенціональній системі цінностей, яку репрезентує герой,

позитивною цінністю є порядок, гармонія [33, с. 99–101]. Джокер також демонструє свою майстерність (*to do something best*), оскільки, реалізуювши свій задум, він хизується тим, що зміг звести нанівець об'єднані зусилля правоохоронців міста.

Відомо, що архетип Тіні втілює характеристики, пов'язані з її неусвідомленим статусом, наявністю в структурі кожної особистості як протилежності его та негативним сприйняттям [205; 235; 261; 263]. Однак, Тінь необов'язково охоплює лише схильність людини до зла та темряви, оскільки у тіні можуть залишатися й позитивні якості [235]. Отже, Тінь може проявлятися й у образі героя як стихійно-інстинктивний, темний вияв людської психіки [205, с. 36].

Проілюструємо вербалізацію архетипу Тіні за допомогою прикладу (10):

(10) *LUKE: You told me Vader betrayed and murdered my father.*

BEN: You father was seduced by the dark side of the Force. He ceased to be Anakin Skywalker and became Darth Vader. When that happened, the good man who was your father was destroyed. So what I have told you was true... from a certain point of view (Star Wars: Episode VI – Return of the Jedi).

У наведеному прикладі архетип Тіні актуалізується через розділення темної та світлої сторони Сили – субстанції, що пронизує усе живе у Всесвіті та надає надможливості обмеженому колу істот, які здатні контролювати цю Силу. Темна сторона Сили пов'язана з тіньовою стороною особистості тим, що свідомість – а в цьому випадку особистість через свої уявлення про добре й погане – прагне придушити. Власне “темрява” Тіні передається прикметником *dark*. Згаданий у прикладі Енакін Скайуокер (*Anakin Skywalker*) намагався придушити власне бажання влади та контролю, оскільки героєві, яким він свідомо хотів бути, вони не властиві. Проте він піддався Тіні, асоціацію якої зі слабкістю та гріхом акцентовано за допомогою дієслова *to seduce*.

Далі розглянемо комплекс **Герой – Дитина / Дух / Відродження / Самість**. Відомо, що архетип Дитини включає характеристики, пов'язані з віком або фізичними параметрами, позитивним сприйняттям, відсутністю проблем і негараздів та непоінформованістю [1]. Водночас, у змісті архетипу Духу активуються розумові (мудрий) та фізичні характеристики (швидкий, нематеріальний, світлий, легкий,

вогненний) [358]. Проілюструємо вербалізацію архетипів Дитини та Духу в образі відповідно героя та батька, який його навчає, у прикладі (11):

(11) *JOR-EL (sad whisper): You will travel far, my little Kal-El. But I will never leave you. Even in the face of my death the richness of my life shall be yours. All that I have learned, everything I feel, all of this and more I have bequeathed to you my son. You shall carry me inside you all your days. You will make my strength your own, see my life through your eyes, as your life will be seen through mine. The son becomes the father the father becomes the son. This is all that I can send with you, Kal-El <...> (Superman).*

Джор-Ел (*Jor-El*), рідний батько героя Супермена (*Superman*) загинув невдовзі після його народження через вибух його рідної планети, але перед загибеллю встиг відправити немовля на Землю. Щоб стати героєм, Суперменові треба було багато чого навчитися, тобто його героїчні якості розвивалися паралельно з його фізичним розвитком, що акцентується в архетипі Дитини за допомогою лексем *little* та *son*. В образі батька актуалізується архетип Духу – він уже загинув, його матеріальної оболонки не існує, що вербалізується у лексичних одиницях *in the face of my death*, *to bequeath*. Водночас, саме дух батька формує позитивні ціннісні орієнтири (*strength*, *richness* – маються на увазі саме духовні багатство та сила) для свого сина, вказуючи йому шлях до гармонії (іншими словами – впорядкування, тобто Самості [77, с. 124]).

Розглянемо наступний архетип комплексу – Відродження. За К.Г. Юнгом воно має п'ять основних видів: переселення душ, перевтілення із збереженням безперервності особистості, воскресіння, відродження як реновація (*renovatio*) та участь (присутність) у процесі трансформації [263]. Для сучасної американської кіноміфології архетип Відродження маніфестується як воскресіння або реновація, виявляючись на лексичному рівні (*to save*, *to jump back to life*, *once again*) або на граматичному рівні як використання минулого часу для опису характеристик персонажів, які піддалися реновації та зазнали змін.

Ілюстрацією актуалізації архетипу лексичними засобами слугує приклад (12):

(12) *Trinity screams as the monitors jump back to life. Tank and Morpheus stare, unbelieving. It is a miracle (The Matrix).*

Герой Нео (*Neo*) протягом усього свого шляху бореться із сумнівами, намагаючись повірити у нереальність Матриці – імітованого комп'ютерного світу, в якому існує його свідомість – щоб допомогти іншим побачити правду. Тим не менш, якщо людину вбивають під час перебування в матриці, вона гине й у реальному світі, навіть якщо усвідомлює нереальність матриці. Нео стає першою людиною, якій вдається повернутися до життя після того, як його вбито у матричному світі – і це стає остаточним кроком до його прийняття своєї ролі рятівника. У прикладі Воскресіння як тип відродження передано фразою *jump back to life*, яка описує показання приладів, які до цього зафіксували смерть Нео. Вони знову транслюють показання, властиві живій людині, що викликає шок в усіх свідків цієї події.

Інший прояв Відродження ілюструє приклад (13):

(13) *(The Destroyer unleashes its blast at Thor's body, when – KRAKAKABOOM! A blinding BOLT OF LIGHTNING strikes down from above, colliding with the Destroyer's blast. The explosion is massive. The Destroyer is hurled backwards, a cloud of dust enveloping the street. As the smoke clears we see –)*

JANE: Oh. My. God.

(THE MIGHTY THOR

Clad in his full battle armor, holding Mjolnir in his hand – the God of Thunder once more. Thor kneels, brings Mjolnir down onto the ground) (Thor).

Головний герой Тор (*Thor*), якого вигнали з рідного світу та позбавили сил за пиху та невміння використовувати свою силу на користь інших, проводить певний час на землі як проста людина та вчиться покорі та самопожертві. Коли його ворог надсилає Руйнівника (*The Destroyer*) – убивцю з надзвичайною бойовою міццю – Тор відмовляється боротися і жертвує собою, щоб урятувати людей. У момент удару Тором сили відновлюються – він відроджується як бог грому. Архетип Відродження вербалізується у фразі *once more*, яка сигналізує повернення до попереднього божественного стану.

Нарешті, Самість пов'язується із самоздійсненням, самореалізацією, цілісністю, єдністю, почуттям власної ідентичності, впорядкованістю, завершенням [77; 235; 263]. Самість є фінальним етапом шляху героя, кінцевою ціллю процесу індивідуації. Самість – це єдність свідомості та позасвідомого, подолання конфлікту між ними й, відповідно, оптимальна самореалізація [235].

Проілюструємо вербальне втілення архетипу Самості прикладом (14):

(14) *EMPEROR: Good! Your hate has made you powerful. Now, fulfill your destiny and take your father's place at my side!*

(Luke looks at his father's mechanical hand, then to his own mechanical, black-gloved hand, and realizes how much he is becoming like his father. He makes the decision for which he has spent a lifetime in preparation. Luke steps back and hurls his lightsaber away)

LUKE: Never! I'll never turn to the dark side. You've failed, Your Highness. I am a Jedi, like my father before me (Star Wars: Episode VI – Return of the Jedi).

У зображуваному епізоді герой Люк Скайуокер (*Luke Skywalker*), який прийняв та зрозумів тіньовий бік своєї особистості, нарешті, досягає гармонії із самим собою та приймає рішення, яке є кульмінацією його шляху і важливість якого акцентується у сценарії, де воно описується як *the decision for which he has spent a lifetime in preparation*. У фразі *I am a Jedi* Люк ідентифікує себе як такий і перед своїми опонентами, і перед самим собою. Він двічі використовує лексему *never*, відкидаючи можливість іншого шляху для себе і, таким чином, демонструючи упевненість у своїх словах.

Особливістю американської кіногероїки є те, що передконцептуальним підґрунтям для концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ слугує також архетип Персони (Маски). Персона/Маска є особистою системою адаптації та механізмом взаємодії з навколишнім світом [263, с. 261]. Соціум нав'язує суспільним діячам певний поведінковий стиль, якого вони намагаються дотримуватися, оскільки успішне виконання такої ролі завжди винагороджується [там само]. Герой та антигерой також є суспільними діячами, оскільки їх дії в рамках відповідних сюжетів безпосередньо впливають на життя інших. Цей архетип визначає соціальні

відносини з іншими, допомагаючи людині обирати необхідні соціальні ролі відповідно до соціальних вимог. Персона/Маска допомагає переховувати те, що людина не бажає демонструвати іншим [224, с. 273].

Експліцитно цей архетип виявляється у прикладі (15):

(15) *A BANNER HEADLINE on the late edition of the Globe: "BATMAN FOILS ROBBERY. JACK NAPIER DEAD. WHO IS MASKED VIGILANTE?"* (Batman)

У наведеному фрагменті газетний заголовок, який повідомляє про загибель одного з кримінальних авторитетів міста (*Jack Napier*), пов'язує його смерть із діяльністю таємничого месника, чия особа нікому не відома. Єдиним фактом, яким володіють медіа, є те, що герой називає себе Бетменом (*Batman*). Архетип Маски експлікується як через лексему з відповідним коренем (*masked*), так і через використання питального займенника *who*.

Таким чином, передконцептуальним підґрунтям концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, об'єктивованих в архетипових образах героя та антигероя у кінодискурсі, виступають культурні та психологічні архетипи Героя, Трікстера, Тіні, Дитини, Духа, Відродження, Самості, Аніми та Анімусу. У свою чергу, підґрунтя образу героя складають архетипи Героя, Тіні, Дитини, Духу, Відродження, Самості та Анімусу, а образу антигероя – архетипи Тіні, Трікстера та Аніми. Для обох образів також експліковано архетип Персона/Маски. Характеристики означених архетипів експліцитно вербалізуються. Архетипи утворюють комплекси взаємодії. За принципом протидії в комплекс поєднуються архетипи Герой – Тінь / Трікстер, за гендерним принципом – архетипи Анімус (Герой) – Аніма (Антигерой), за включенням у розвиток сюжету Герой – Дитина / Дух / Відродження / Самість. Схематично взаємодія архетипів представлена в Додатку Б. Архетипи Персона/Маски й Тіні можуть втілюватися в обох архетипових образах – героя й антигероя, тому вони розташовані у проміжній зоні реалізації архетипів. Особливо зазначимо, що відповідні схеми архетипування героя та антигероя відіграють суттєву роль у формуванні наративу.

2.2. Когнітивне підґрунтя номінації героя та антигероя як засобу портретування відповідних персонажів

Первинним засобом портретування героїв та антигероїв у американському кінодискурсі є їх номінація. Оскільки середовищем функціонування досліджуваних антропонімів є тип художнього дискурсу, вважаємо, що ці мовні одиниці використовуються у вторинній функції для створення художнього образу, у якому актуалізуються окремі ознаки концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ та їх передконцептуальне підґрунтя.

Першою виявленою тенденцією є подвійна номінація більшості героїв (*Batman/Bruce Wayne, Spider-Man/Peter Parker, Captain America/Steve Rogers, Black Widow/Natasha Romanoff, Hulk/Bruce Banner, Iron Man/Tony Stark, Hawkeye/Clint Barton, Superman/Clark Kent, Neo/Thomas Anderson*) та антигероїв (*Joker/Jack Napier, Two-Face/Harvey Dent, Green Goblin/Norman Osborn, Doctor Octopus/Otto Octavius, Darth Vader/Anakin Skywalker* (після свого перетворення на антигероя колишній герой отримав нове ім'я), *Darth Sidious/Senator (Emperor) Palpatine, Oswald Cobblepot/Penguin, Selina Kyle/Catwoman*). Одинарні номінації використані лише для таких героїв як *Luke Skywalker, Anakin Skywalker* (до перетворення на антигероя), *Thor* та антигероїв *Loki, General Zod, Lex Luthor, Max Schreck* та *Agent Smith*.

Ця тенденція вказує на дуальність образів героя та антигероя, яку укорінено в колективному позасвідомому та пов'язано із архетипом Персони/Маски як системою адаптації та взаємодії з навколишнім світом [263, с. 261]. Наприклад, герой Капітан Америка (*Captain America*) з кінофільму “The Avengers” має дві іпостасі. Перша іпостась – простого хлопця-солдата без особливих здібностей і звичайним іменем (*Steve Rogers*), друга – героя-символа нації (*Captian America*), який внаслідок наукового експерименту набув надзвичайної фізичної сили та витривалості. Друга іпостась має промовисте ім'я (*Captain America*). Ці дві іпостасі є досить різними, адже Стів – приватна та позбавлена амбіцій людина, а Капітан Америка – знаменитість, кумир для багатьох людей. Взаємодія між особистістю та відповідною персоною, роллю, що виконується героєм, і розкривається через

використання подвійної номінації. З іншого боку, антигерой Агент Сміт (*Agent Smith*) з кінофільму “The Matrix” є антропоморфним втіленням програми віртуального світу, яка має лише одну функцію (контроль над людством), одну іпостась і, відповідно, одне ім’я. Тобто, різні номінації для одного персонажу називають його різні іпостасі, що узгоджується з розумінням архетипу Персони/Маски як того боку особистості, який конструюється для взаємодії з навколишнім світом і соціумом.

Наступна тенденція полягає в тому, що антропоніми, за допомогою яких герої та антигерої номінуються у повсякденній іпостасі, є комбінацією досить поширених імен та прізвищ. Наприклад, імена *Peter (Spider-Man)*, *Steve/Steven (Captain America)*, *Tony/Anthony (Iron Man)*, *Bruce (Batman, Hulk)*, *Thomas (Neo)*, *Jack (Joker)* належать до 100 найпоширеніших чоловічих імен США за останнє століття [405]. Прізвища *Parker (Spider-Man)*, *Rogers (Captain America)*, *Stark (Iron Man)*, *Barton (Hawkeye)*, *Kent (Superman)*, *Anderson (Neo)*, *Osborn (Green Goblin)*, у варіанті написання *Osborne*) також належать до 1000 найпоширеніших у США [387; 407]. У номінації певного персонажа звичайні імена суміщено з промовистими іменами в межах однієї сюжетної лінії. Таким чином також вербально розмежовуються звичайне життя персонажа та його діяльність у якості героя або антигероя.

“Пересічність” конвенційної номінації героя ілюструє приклад (16):

(16) *LOIS: It must be tough, having to be Clark Kent.*

SUPERMAN: Oh no. (very honestly) I really like it sometimes (Superman II).

У наведеному прикладі подруга героя Супермена (*Superman*) Лоїс Лейн (*Lois Lane*) захоплюється ним як героєм, а до його альтер-его Кларка Кента (*Clark Kent*), з яким працює разом, ставиться дружньо, але дещо зверхньо. Попри всі його чесноти він здається занадто пересічним, особливо на контрасті із вражаючим Суперменом. Для Лоїс ім’я *Clark Kent* символізує ординарність та незграбність, саме тому вона вважає, що Суперменові важко удавати таку людину (*It must be tough, having to be Clark Kent*).

Протилежну ситуацію демонструє приклад (17):

(17) MAX: *Is there something we can do with his name?... "The Penguin"... I mean, no offense...*

PUNCH: *Hear ya. Our computers came up with... "Oswald Cobblepot."*

JULIET: *Unapologetically quirky, but dignified.*

PENGUIN: (touched) *A real name... Oswald Cobblepot. It's as sweet as cotton candy on a walrus's belly (Batman Returns).*

Антигерой Пінгвін (*Penguin*) є незвичайною істотою, що за своїм зовнішнім виглядом нагадує радше великого пінгвіна, аніж людину. За розвитком сюжету Пінгвінові кортить долучитися до суспільного життя. Спеціалісти зі створення політичного іміджу (*Punch* та *Juliet*) використовують комп'ютер, щоб знайти ім'я, яке б, з одного боку, допомогло Пінгвінові стати людиною хоча б номінально, а з іншого – відображувало б нестандартність його образу та його амбітність (він планує висунути свою кандидатуру на посаду мера). Запропоноване комп'ютером ім'я *Oswald Cobblepot* є беззаперечно людським, але вигадливим і претензійним (*unapologetically quirky, dignified*). Химерність характеру антигероя, яку влучно передає ім'я, демонструє також реакція його самого – для вираження схвалення Пінгвін обирає надзвичайно вигадливе та неусталене порівняння, образність якого є незрозумілою для людини (*as sweet as cotton candy on a walrus's belly*).

Наступні спостереження пов'язані з мотивацією утворення антропонімів-номінацій відповідних персонажів у їх іпостасі героїв або антигероїв у межах розвитку сюжетної лінії.

За параметром когнітивного статусу мотиватора у межах використовуваної нами класифікації досліджувані антропоніми відносимо до таких категорій: **метонімічно вмотивовані, асоціативно вмотивовані, модусно вмотивовані, блендінгові** та антропоніми **змішаного типу**.

- **метонімічно вмотивовані** антропоніми. Сюди відносимо героїв *Captain America, Hulk, Iron Man* та антигероїв *General Zod, Joker, Agent Smith*. Метонімічне перенесення здійснюється в рамках таких моделей: **характеристика** – герой/антигерой з такою характеристикою (герої *Iron Man, Hulk*); **вид/рід діяльності** – герой/антигерой, що її виконує (антигерої *General Zod, Joker, Agent*

Smith); **країна – герой/антигерой, що походить з такої країни** (герой *Captain America*).

Розглянемо модель **характеристика – герой / антигерой з такою характеристикою**. Для номінації *Iron Man* такою характеристикою є наявність у героя металевого костюму-екзоскелету, який є водночас і бронею, і зброєю. Номінація *Hulk* базується на фізіологічній характеристиці, оскільки одним із значень відповідної лексеми є “a very large person” (OAAD).

Наступною моделлю є **вид / рід діяльності – герой / антигерой, який її виконує**. Наприклад, у двоскладному антропонімі *General Zod*, обраному для номінації відповідного антигероя, перша частина є військовим званням, що вказує на рід діяльності персонажа. Друга частина, ймовірно, походить від назви літери *zed* в англійській мові та пов'язана етимологічно через фр. *zede* та лат. і гр. *zeta* з назвою літери *zayin* в івриті, що буквально перекладається як “зброя”, оскільки діалектними варіантами назви літери є *izzard*, *ezod*, *uzzard*, та *zod* (OED). Зброя імплікує військову діяльність антигероя та на його схильність до насильства. Означені в номінації характеристики розкриваються й у дискурсі, що ілюструє приклад (18):

(18) (*Zod strikes a pose – arms akimbo, his cruel face impassive, his voice loud and commanding.*)

ZOD: I am General Zod. Your ruler. (the muttering breaks out again; he raises his voice, stilling it) Yes, today we begin a NEW ORDER! (Superman II)

У наведеному прикладі голос Генерала описано з використанням прикметника *commanding*, а наявність таких лексичних одиниць як *ruler* та *order* у його зверненні до землян експліцитно вказує на намір установити військову диктатуру.

Припускаємо, що номінація *Joker* утворена за тією самою схемою, оскільки єдиної версії щодо виникнення цього персонажу не існує [286, с. 49]. Дослідник образу Джокера в американській медіа-культурі зазначає, що “в усіх його [Джокера] діях реалізуються клоунські аспекти його образу; безперервний сміх та нескінченний потік старих жартів, від яких весело хіба що йому самому” [там само, с. 51]. Отже, можна припустити, що *Joker* – це той, хто жартує, і саме ця характеристика (діяльність) слугує підґрунтям метонімічного переносу.

Щодо номінації *Agent Smith*, її метонімічність розкривається в тому, що відповідний антигерой номінується за своєю основною функцією – агента (*Agent*) віртуального світу Матриці, завданням якого є здійснення контролю над людством.

За третьою метонімічною схемою мотивації (**країна – герой/антигерой, який походить з такої країни**) сформовано лише один антропонім у досліджуваній вибірці – *Captain America*. Перша частина номінації є вказанням на професійну діяльність відповідного героя (військове звання *Captain*), а друга – на країну, яку він символізує та чиї цінності уособлює (*America*).

• **асоціативно вмотивовані** антропоніми. У цьому класі виділяємо **номінації з наявністю власне метафоричного переносу** (герої *Black Widow*, *Hawkeye*, антигерої *Two-Face*, *Penguin*) та **алюзійні** (герой *Thor* та антигерої *Loki*, *Max Schreck* та *Lex Luthor*).

Герой Соколине Око (*Hawkeye*) є влучним стрільцем, і хоча відповідна номінація вказує саме на цю його характеристику, наявний метафоричний переніс, хоча й усталений, оскільки зміст відповідної характеристики розкривається через порівняння героя із птахом, який відомий через його чудовий зір. Проілюструємо вербалізацію означеної у відповідному антропонімі характеристики в дискурсі за допомогою прикладу (19):

(19) *HAWKEYE: Wanna give me a lift?*

IRON MAN: Right. Better clench up, LEGOLAS (The Avengers).

Ознака розкривається через алюзію до твору Р. Толкіна “Володар перснів”, коли героя жартома називають *Legolas* – таке ім’я носив ельф, що чудово стріляв з лука.

У номінації *Black Widow* усталений метафоричний переніс (порівняння з отруйним павуком) експліцитно вказує на те, що героїня є смертельно небезпечною для своїх ворогів. У межах метафоричного переносу в номінації *Penguin* відповідний антигерой порівнюється з птахом, який живе в холодних антарктичних водах і начебто є холонокровним. Таке уявлення про холонокровність пінгвінів відображено в одному з варіантів сценарію [320, с. 267]. Зв'язок фізіологічної характеристики з її фігуральним трактуванням і є підґрунтям для формування образу антигероя та його номінації. Щодо номінації *Two-Face*, її утворено в

результаті метафоричного переносу в межах метафтонімії “два обличчя→дві особистості”. Антигерой, номінований таким чином, має два боки особистості (добрий і злий), які знаходяться у конфлікті один з одним.

До класу **алюзійних асоціативно вмотивованих** номінацій відносимо антропоніми, запозичені з інших міфологій, широкого історичного або культурного контексту. Вторинна номінація з використанням таких імен залучає фонові знання реципієнта інформації, актуалізуючи відповідні характеристики зображуваних героїв. До таких фонових знань належить, наприклад, інформація про основних персонажів германо-скандинавської міфології – богів Тора та Локі. У цих міфах Тор є героїчним бійцем, який захищає богів та людей від чудовиськ, а Локі є “негативним варіантом культурного героя”, міфологічним хитруном [386, с. 289]. Використання відповідних номінацій є імпліцитним вказанням на те, що *Thor* є номінацією для героя, а *Loki* – для його антипода, антигероя. Ім’я антигероя *Max Schreck* є посиланням на ім’я німецького актора, який одним із найперших втілював на екрані образ невмирущого вампіра у стрічці Ф.В. Мурнау “*Nosferatu*” [337, с. 206]. Таким чином завдяки використанню відповідного імені імплікується асоціація з категорією “жахливе” [33, с. 208–210]. Номінація антигероя *Lex Luthor*, як зазначають дослідники, може бути алюзією одночасно до німецького філософа й теолога Мартіна Лютера (*Luther*), ініціатора Реформації католицької Церкви, і до Люцифера (*Lucifer*) – ангела-вигнанця, який править у пеклі [336, с. 79; 345, с. 241–242]. Алюзія до першої постаті імплікує такі характеристики відповідного антигероя як самовпевненість та зневага до авторитету влади [336, с. 79]. Алюзія до християнської міфології імплікує прагнення до влади, оскільки Люцифер повстав проти батька-Бога, аби заснувати своє власне підземне царство [345, с. 242].

- **модусно вмотивовані** антропоніми. У цьому класі вибір мотиватора визначається його оцінним компонентом, сюди також належать мовні одиниці, утворені завдяки векторам орієнтаційної метафори та архетипам колективного підсвідомого [207]. Сюди відносимо такі номінації героїв як *Superman* та *Neo*. Ім’я героя кінострічки “*The Matrix*” *Neo* походить від грецького *neo-*, *neos* зі значенням “*new, young, youthful; fresh, strange; lately, just now*” (OED) та співвідноситься з

одним із векторів часової орієнтації “старе/нове”, “минуле/майбутнє”. Таке метафоричне осмислення дійсності відображено в образ-схемі ПОЧАТОК–ШЛЯХ–ЦІЛЬ [301, с. 185], де ПОЧАТОК – це минуле, а ЦІЛЬ – майбутнє. За сюжетом Нео – герой, на якого довгий час чекали борці за свободу людства від влади машин. Він несе із собою зміни, майбутнє, і хоча йому нелегко з цим примиритися, з моменту знайомства із лідером Опору людства Морфеусом його старе життя уже в минулому. Проілюструємо вербалізацію відповідної ознаки прикладом (20):

(20) *NEO: Why do my eyes hurt?*

MORPHEUS: You've never used them before.

(Morpheus takes his sunglasses off and puts them on Neo. Neo lays back.)

MORPHEUS: Rest, Neo. The answers are coming (The Matrix).

У наведеному епізоді часова орієнтація між минулим як початком руху та майбутнім як його ціллю підкреслюється у сценарії за допомогою відповідних лексичних (*before*) та граматичних засобів (*are coming*).

Щодо номінації *Superman*, одним із значень комбінованої форми *super-* у іменниках та дієсловах є “*above; over*” (OAAD). Таким чином через її використання у відповідній номінації активується просторова образ-схема ВЕРХ–НИЗ, де людина знаходиться у нижчій, позиції, а герой – у вищій, привілейованій, оскільки має недоступні для людини здібності й фізичні характеристики.

- **блендінгові** антропоніми. До цього класу відносимо номінації, утворені поєднанням мовних одиниць на позначення різних понять або об’єктів, із утворенням нового поняття. Такий механізм номінації ґрунтується на концептуальній інтеграції, де окремі ознаки понять з двох або більше вхідних ментальних просторів поєднуються й комбінуються в родовому просторі та утворюють новий – вихідний або змішаний простір, де можуть з’являтися ознаки, неможливі для кожного з вхідних просторів [304, с. 312–314]. За таким механізмом утворено номінації *Batman*, *Spider-Man* та *Catwoman*, у характеристиках яких поєднуються риси, властиві людині (*man*, *woman*), та характеристики представників тваринного світу (*bat*, *spider*, *cat*). Результатом блендінгу є утворення поняття, яке

називає не людину і не тварину, а істоту, яка є і тим, і іншим одночасно, що відповідає характеристикам відповідних персонажів.

- антропоніми **змішаного типу**. До цього класу відносимо номінації, у яких поєднано мотиватори із різним когнітивним статусом:

1) модусно та асоціативно вмотивовані (герой *Luke Skywalker*, герой та згодом антигерой *Anakin Skywalker*). Імена *Luke* та *Anakin* є алюзіями до іудейської та християнської міфології. Ім'я *Anakin*, ймовірно, походить від назви племені анакітів (*Anakites*) з Книги Буття, які були нащадками союзу між янголами та смертними жінками [305, с. 430]. Таке походження номінації може бути вказанням на надприродне походження героя. Ім'я *Luke* є алюзією до учня Ісуса Христа з християнської міфології, який є автором третьої Євангелії [там само], що, ймовірно, характеризує героя як праведну та чисту людину. У свою чергу, прізвище *Skywalker* активує просторову орієнтаційну метафору (образ-схема ВЕРХ–НИЗ) через компонент *sky*. *Skywalker* – той, хто ходить по небу, тобто є над звичайними людьми. Ймовірно, через цю метафору розкривається надприродне походження героїв.

2) метонімічно та асоціативно вмотивовані (антигерої *Green Goblin* та *Doctor Octopus*, у яких поєднано метонімічну модель **характеристика–герой/антигерой із такою характеристикою** (*Green, Doctor/scientist*) із асоціативною мотивацією (*Goblin, Octopus*).

3) метонімічно та модусно вмотивовані (антигерої *Darth Vader* та *Darth Sidious*, у номінації яких метонімічну модель **характеристика–герой/антигерой із такою характеристикою** (*Vader/father* та *Sidious/insidious*) поєднано із модусною (*Darth/dark*) мотивацією, що залучає темряву як архетипний образ).

За наступним параметром класифікації типів мотивації – раціональністю/ірраціональністю мотивації – розрізняємо **міфологемно вмотивовані** та **раціонально** вмотивовані антропоніми. Міфологемна мотивація характеризується зверненням до ірраціональної інформації, до фіктивних, але усталених ідей та вірувань етнокультурної спільноти [207, с. 79]. До міфологемно вмотивованих відносимо номінації героїв *Batman*, *Luke Skywalker*, *Anakin Skywalker*, *Thor*, *Spider-Man*, антигероїв *Loki*, *Green Goblin*, *Doctor Octopus*, *Darth Vader*, *Darth*

Sidious, Catwoman, Penguin. **Рационально** вмотивованими вважаємо номінації героїв *Black Widow, Hawkeye, Captain America, Hulk, Neo, Iron Man*, антигероїв *General Zod, Lex Luthor, Joker, Two-Face, Agent Smith, Max Schreck*).

Механізм міфологемної мотивації ілюструє приклад (21):

(21) ... *and NICK sees THE HUMAN BAT, BACK ON ITS FEET, NIGHTMARISH, UNDEAD, MOVING SLOWLY AND INEVITABLY CLOSER. Panic. Stolen money flutters out of Nick's hands. He SCUTTLES FRANTICALLY across the roof. The BLACK SPECTRE is blocking his path to the fire escape. Trapped like a rat, Nick FIRES WILDLY* (Batman).

У наведеному прикладі герой Бетмен (*Batman*) вступає у бійку з грабіжником, який щойно здійснив збройний напад. Герой вдягнений таким чином, що виглядає, як великий кажан. Опис зовнішнього вигляду героя (*undead, nightmarish, black spectre*) та панічна реакція його супротивника (*panic, frantically, wildly*) є експліцитними вказаннями на усталене, але хибне уявлення про зв'язок летючою миші з потойбічними силами, яких слід боятися.

Рациональну мотивацію, яка базується на раціональному, логічному мисленні, можна проілюструвати на прикладі антигероя Агента Сміта (*Agent Smith*) з кінострічки “The Matrix”. Агент Сміт є однією із безлічі програм, що підтримують порядок у віртуальному світі Матриці. Його підпорядкованість загальній системі та наявність певної функції відображено в номінації *Agent*, а той факт, що він є одним із багатьох, підкреслено за допомогою використання найпоширенішого в США прізвища *Smith* [399]. У цьому випадку номінація має раціональне підґрунтя.

Останнім параметром класифікації типів мотивації є її **прецедентність**. Мотивація більшості досліджуваних номінацій ґрунтується на досить прозорих (прецедентних) підвалинах, які нескладно виокремити. Виключеннями є такі компоненти імен героїв та антигероїв: *Anakin, Zod, Luthor, Schreck, Darth* та *Vader*. Мотивація цих номінацій не є очевидною, про неї лише робляться припущення. Зокрема, розуміння підґрунтя формування означених антропонімів вимагає проведення мінімального аналізу звукової форми (*Darth/Dark, Luthor/Lucifer, Luthor/Luther, Zod*), звернення до релігійно маркованого культурного знання

(*Anakin/Anakites, Luthor/Lucifer*), відомостей у галузі світової історії та культури (*Luthor/Luther* та *Schreck*) або іноземної мови (*Vader/Father*).

Таким чином, номінації героїв та антигероїв є первинним засобом портретування персонажів, у яких об'єктивуються концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ. Наявність подвійних номінацій у більшості випадків є маніфестацією архетипа Персони/Маски, а використання поширених у американській лінгвокультурі імен для номінації повсякденної іпостасі героя або антигероя підкреслює його звичайність.

За статусом когнітивного мотиватора виділено метонімічно вмотивовані номінації (герої *Captain America, Hulk, Iron Man* та антигерої *General Zod, Joker, Agent Smith*), асоціативно вмотивовані (з наявністю метафоричного переносу – герої *Black Widow, Hawkeye*, антигерої *Two-Face, Penguin* та алюзійні – герой *Thor* та антигерої *Loki, Max Schreck* та *Lex Luthor*), модусно вмотивовані (герої *Superman* та *Neo*), блендінгові антропоніми (герої *Batman, Spider-Man* та антигерої *Catwoman*), а також антропоніми змішаного типу (герої *Luke Skywalker*, герой/антигерої *Anakin Skywalker*, антигерої *Green Goblin, Doctor Octopus, Darth Vader* та *Darth Sidious*).

Щодо другого критерію класифікації (раціональності мотивації), значна кількість (52%) досліджуваних антропонімів є укоріненими в міфологічному мисленні (номінації героїв *Batman, Luke Skywalker, Anakin Skywalker, Thor, Spider-Man*, антигероїв *Loki, Green Goblin, Doctor Octopus, Darth Vader, Darth Sidious, Catwoman, Penguin*). Водночас, велику частку (48%) вибірки складають і антропоніми з раціональною мотивацією, сформовані на підґрунті логічного мислення (*Black Widow, Hawkeye, Captain America, Hulk, Neo, Iron Man*, антигероїв *General Zod, Lex Luthor, Joker, Two-Face, Agent Smith, Max Schreck*).

За третім параметром (прецедентністю мотивації) більшість номінацій є прецедентно вмотивованими. Виключеннями є лише такі компоненти відповідних ВН як *Anakin, Zod, Luthor, Darth, Schreck* та *Vader*. Відомості про класифікацію досліджуваних антропонімів за трьома параметрами підсумовано в Додатку В.

В антропонімах-номінаціях героїв та антигероїв за допомогою відповідних механізмів вербалізовано окремі характеристики персонажів, в образах яких

об'єктивуються концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ. Таким чином, антропоніміномінації героїв та антигероїв імплікують окремі ознаки змісту відповідних концептів.

2.3. Поняттєва складова концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ та її еволюція з XIII–XIV ст. по XXI ст.

Поняттєва складова концепту є мовною фіксацією концепту. Для отримання об'єктивної картини про зміни у змісті понять “герой” та “антигерой” важливим є визначення динаміки компонентної структури значення лексичних одиниць, які їх активують, з моменту їх появи в мові (XIII–XIV ст.) до теперішнього часу.

Оскільки концепт є сутністю, яка існує виключно у мисленнєвому вимірі та набуває характеристик лінгвокультурного концепту лише з отриманням певного імені, ім'я концепту є таким мовним знаком, що найбільш повним та адекватним чином передає його лінгвокультурний зміст. Таке ім'я співпадає з домінантою відповідного синонімічного ряду, якщо такий ряд є. Її (домінанту) визначають за показниками частотності, стилістичної нейтральності, ступеня синтаксичної свободи, широкозначності та вживаності у якості семантичного множника у лексикографічному описі концепту [40, с. 142]. Ім'я концепту не обов'язково обмежується однією лексемою. З цією метою застосовуються й так звані біноміальні й навіть тріноміальні словосполучення, найчастіше з ціллю розведення близьких за змістом або споріднених концептів, якщо за допомогою єдиної лексичної одиниці зробити це неможливо. Біноміальні словосполучення у якості імен концептів використовуються й на позначення дискурсивних варіантів концептів, як-от “щастя-насолада” та “щастя-талан” [там само, с. 143].

Специфіка обраних для дослідження концептів визначила вибір лексем, що слугують іменами концептів. У випадку концепту ГЕРОЙ вибір лексеми *hero* є однозначним, оскільки вона широко вживається в англійській мові й у культурологічному сенсі [272; 349; 364], і на позначення героя як персонажа художнього твору [310; 388]. Синонімічний ряд представлено такими лексемами як

idol, role model, model, exemplar, paragon, nonpareil, champion, conqueror, star, superstar, victor, leading man, protagonist, god, icon, legend, tough guy, beau ideal, daredevil, man, gambler, lion, risk-taker, guiding light, wonder, the grand old man of smth, adventurer, celebrity (CAT, MW, MD). З них найбільш частотними в сучасній американській англійській мові є лексеми *man* (344827 випадків), *god* (121689 випадків), *model* (81789 випадків), *star* (57980 випадків), *wonder* (37344 випадки), *hero* (15864 випадки), *champion* (12597 випадків) та *celebrity* (10200 випадків) (COCA). Домінантою в цьому ряді виступає саме лексема *hero*, оскільки інші частотні лексеми використовуються в контекстах, які актуалізують нерелевантні компоненти значення відповідних лексем. Таким чином, іменем досліджуваного концепту обрано лексему *hero*, оскільки вона найбільш влучним та повним чином відображує зміст відповідного концепту.

Вибір лексеми-імені для відповідного антиконцепту вмотивований декількома факторами. По-перше, конфлікт між персонажами, в образах яких актуалізуються відповідні концепти, є однією із основних рушійних сил сюжету в сучасній американській кіногероїці, тому таке протиставлення є частиною широкого екстралінгвістичного контексту. Важливо, у яких термінах у англійській мові передається така опозиція. У відповідних дослідженнях (з психології, лінгвістики, теорії літератури та кіномистецтва) протиставлення героя іншому персонажеві/сутності набуває двох форм: *hero :: antihero* [326; 366] та *hero :: villain* [299; 338]. У першому випадку опозиція носить скоріше онтологічний характер, оскільки така точка зору на героя та антигероя відповідає радше літературознавчому тлумаченню, відповідно до якого протагоніст є або традиційним героєм, позбавленим моральних вад, або антигероєм, у якого такі вади є [366]. У другому випадку опозиція створюється саме між двома типовими персонажами.

Тим не менш, існують точки зору, які дозволяють стверджувати, що лексеми *antihero* та *villain*, попри існуюче термінологічне розведення, використовуються для називання споріднених, пов'язаних між собою або тотожних сутностей.

Відповідно до першої з таких точок зору, в американській культурі спостерігається досить масштабні зміни в розумінні того, ким є герой, тому

доцільно поставити таке саме питання стосовно лиходія. Лиходії сприймаються як схематичні персонажі, але в них приховано набагато більше, ніж здається [319].

В межах другої точки зору в існуючих дослідженнях лексеми *antihero* (антигерой) та *villain* (лиходій) використовуються для номінації одних і тих самих або споріднених сутностей. Наприклад, у англomовній рецензії на кінофільм “The Dark Knight” у науковому академічному ресурсі зазначено, що “він [фільм] надає нам героя та *антигероя* (*antihero*) нашого часу – тобто, супергероя та *лиходія* (*villain*) (або лиходіїв), які є втіленням нагальних політичних та економічних протиріч” (курсив мій – *I.K.*) [275, с. 267]. Або, наприклад, сутність, яка номінується лексемою *antihero*, є варіантом сутності, яка номінується лексемою *villain*, що обмежується певним контекстом: *antihero/situational villain* [283, с. 87]. Схожа точка зору вбачає єдину різницю між антигероем та злодієм у тому, що “саме вибір на користь лиходійства відрізняє лиходія від, відповідно, антигероя, якого поглинає ірраціональна емоція. Лиходій цілеспрямовано планує дію, а антигерой настільки поглинений тим, щоб зробити щось правильно, що не усвідомлює ірраціональності своїх дій, поки не стане занадто пізно” [351, с. 18]. Тобто, антигерой стає лиходієм, емоційно реагуючи на ситуативні зовнішні та внутрішні подразники. У досліджуваних кінофільмах відповідні персонажі мають різну мотивацію, тому провести чітке розмежування між антигероем та лиходієм не видається можливим.

Тож, зміст поняття, яке знаходиться в ядрі антиконцепту концепту ГЕРОЙ, розкривається через семантичні комплекси лексем *antihero* та *villain*. Ми наполягаємо на використанні лексеми *antihero* у якості імені антиконцепта АНТИГЕРОЙ, оскільки це дозволяє акцентувати онтологічне протиставлення досліджуваних концептів і у такий спосіб підкреслити, що вони є концептом та антиконцептом в аксіологічному вимірі [197].

Оскільки одним із аспектів дослідження є еволюційні тенденції у змісті та засобах актуалізації концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, почнемо з розгляду історичної еволюції їх поняттєвої складової.

Еволюція концепту “нерозривно пов’язана з семантичним розвитком слова, що його називає” [4, с. 143], при цьому вихідним пунктом такого розвитку є етимон,

тобто “цілком реальний, хоча й реліктовий (залишковий) елемент у лексичному значенні слова” [там само]. Ім’я концепту ГЕРОЙ – лексема *hero* – бере своє коріння у грецькій мові (*heros* – ‘*demi-god*’ (OED); [404]) і згодом – у латинській (*heros* – ‘*hero*’ [406], ‘*demi-god*’, ‘*illustrious man*’ (OED)), або, можливо, походить від праіндоєвропейського кореня **ser-* зі значенням ‘*to watch over, protect*’ (OED), як і латинське дієслово *seruare* зі значенням ‘*to safeguard*’ [403]. Таким чином, виходячи з первісних значень лексеми *hero*, можна виділити етимони ‘*demi-god*’ та ‘*protector*’.

Перше згадування лексеми *antihero* в англійській мові датується 1714 р., її було сформовано за допомогою словотворчого префіксу *anti-* у якості семантичного антипода для лексеми *hero* (OED). Таким чином, ця зона ядра концепту АНТИГЕРОЙ на початковому етапі своєї еволюції на поняттєвому рівні була протилежністю концепту ГЕРОЙ.

Щодо лексеми *villain*, її було запозичено з французької мови приблизно на межі XIII-XIV ст. (*vilain* – ‘*peasant*’, ‘*commoner*’, ‘*churl*’, ‘*yokel*’ (OED); [403; 406]). Проте походження лексеми – латинське, вона має той самий корінь, що й лексеми *villanus* (‘*farmland*’) та *villa* (‘*country house*’, ‘*farm*’), і первісним значенням, тобто етимомом, є ‘*farm-servant*’, ‘*serf*’, ‘*bondman*’, ‘*slave*’ [404; 406]. У витоків формування змісту семантичного комплексу лексеми *villain* – низький соціальний статус, пов’язаний з принизливою роллю раба/прислужника.

Очевидним видається те, що зміст понять “герой” та “антигерой” як складових відповідних концептів зазнав певних змін. Звернімося до словникових дефініцій лексем *hero*, *antihero* та *villain*, щоб установити зміст поняттєвого ядра відповідних концептів, яким він є на теперішній час, окреслити його ядерну зону, тобто інтенціонал відповідного поняття, та периферійну зону, або імплікаціонал [173, с. 105].

Дефініції лексеми *hero* (CD; CED; DC; LDCE; MD; MW; OAAD; OALD) демонструють, що в поняттєвому ядрі відповідного концепта (в інтенціоналі значення лексеми) ідентифікаторами слугують гіперсеми ‘*person*’, ‘*character*’, ‘*man*’, які дозволяють говорити про те, що у змісті поняття на перший план виходить не оригінальна функція (‘*protector*’) і не походження, укорінене в релігійних віруваннях (‘*demi-god*’), а його людська природа і сфера буття – художній текст

(дискурс). В XIV ст., з появою відповідної лексеми в англійській мові, ідентифікатором є гіперсема *'man'*, але її конкретизують гіпосеми *'[of] superman strength' / 'physical courage'* (OED) – тобто, герой на цьому етапі вже не співвідноситься з божественною силою, але усе ще є носієм певних надприродних характеристик. До середини XVII ст. (1660-і pp.) у структурі значення для гіперсеми *'man'* з'являється гіпосема *'who exhibits great bravery'* (OED), яка демонструє ще більший ступінь співвіднесення поняття “герой” з повсякденністю, оскільки таким його роблять його власні особистісні характеристики. Практично одночасно (1690-і pp.) в англійській мові виникає компонент значення лексеми *hero*, де ідентифікатором є гіперсема *'character'* (OED), яка відображує уявлення про вигаданість героя. Таким чином, поняття, яке виникло в міфологічному мисленні, де людина не виділяла себе з оточуючого світу [160, с. 164–165], було переосмислене у наступні періоди. Завдяки цьому процесу розмежовуються розуміння героя як художнього персонажа та героя як реальної людини з певними характеристиками. Щодо імплікаціоналу поняття “герой”, менш поширеними у структурі його значення є гіперсеми *'figure'*, *'being'*, *'warrior'*.

Конкретизують знання про це поняття гіпосеми, що несуть в собі характерні ознаки, які дозволяють віднести певних героїв у наративі фільму до класу героїв. Найчастотнішими є такі гіпосеми: *'admired' / 'honored'*; *[distinguished for] 'doing something brave' / 'brave deeds' / 'courage' / 'bravery'*; *'doing something good' / [having] 'good / noble qualities'* (CD; CED; DC; LDCE; MD; MW; OAAD; OALD). Саме ці гіпосеми становлять ядро концепту ГЕРОЙ.

Менш поширеними характеристиками є такі: *[having] 'a particular quality'*; *[having] 'a particular skill' / 'ability'* (CED; DC; LDCE; OAAD; OALD). Найменш поширеними є такі: *'regarded as a model or ideal'*; *[distinguished for] 'strength'*; *[distinguished for] 'achievements'*; *'godlike' / 'descended from gods' / 'worshipped'*; *'with whom the reader or audience is supposed to sympathize'* (CD; CED; DC).

Таким чином, інтенціонал поняття “герой” становлять елементи значення, пов'язані зі схваленням оточуючих, позитивною оцінкою рис людини, а також однією конкретною рисою – хоробрістю/мужністю. Отже, доцільно говорити про

появу семи позитивної оцінки в структурі значення відповідної лексеми як наступний етап історичної еволюції означеного поняття.

Порівняння змісту поняття “антигерой” на сучасному етапі зі змістом етимонів, установлених в результаті етимологічного аналізу лексем-імен концепту, також свідчить про певні історичні зміни.

Щодо лексеми *antihero*, у семантичному комплексі цього імені концепту інтенціонал, як і раніше, складає сема заперечення значення лексеми *hero*. Гіперсемами є ‘*protagonist*’, ‘*character*’, ‘*notable figure*’, а серед гіпосем, які конкретизують ідентифікатори поняття “антигерой”, можна виділити одну, яка зустрічалася в усіх розглянутих дефініціях, – ‘*who lacks the qualities/virtues and estimable traits of a traditional/typical hero*’ (CD; CED; DC; MD; MW; OAAD; OALD). Тим не менш, структура поняття розширилася за рахунок імплікаціонала, в якому з’явилися такі компоненти значення як ‘*ordinary*’, ‘*morally bad*’, ‘*unpleasant*’, ‘*having*’ ‘*a weakness of character*’, ‘*admired*’ (OALD; OAAD; CD; LDCE). Окрім компонента, що відображає уявлення про моральні якості антигероя (‘*morally*’), у структурі значення з’являється сема оцінки, де, поряд із негативною оцінкою (‘*bad*’, ‘*unpleasant*’), яка відповідає розумінню поняття “антигерой” як антипода поняття “герой”, виникає також компонент значення з позитивною оцінкою – сема ‘*admired*’.

Хоча етимон, виокремлений з первісного значення лексеми *villain*, не має експліцитно вираженої негативної конотації, низький соціальний статус прислужника або раба передбачає зневажливе ставлення з боку більш привілейованих членів суспільства. Подальшому закріпленню пейоративної оцінки в структурі значення сприяла асоціація з фр. лексемою *vil* (англ. *vile*) – ‘*cheap*’, ‘*vulgar*’, ‘*despicable*’), через яку семантичний комплекс поширився семами-ідентифікаторами ‘*churl*’, ‘*boor*’ [403; 406]. Гіперсема-ідентифікатор ‘*character in a novel, play, etc.*’, значення якої конкретизується гіпосемою ‘*whose evil motives or actions help drive the plot*’ уперше з’являється у структурі значення лексеми лише у 1822 р. (OED).

У теперішній час у семантичному комплексі відповідної лексеми найбільш поширеними гіперсемами-ідентифікаторами є ‘*person*’ та ‘*character*’ (CD; CED; DC;

LDCE; MD, MW, OAAD), менш поширеними – ‘*criminal*’, ‘*some(thing)*’ (CED; LDCE; MD; MW; OAAD), найменш поширеними – ‘*scoundrel*’, ‘*rogue*’, ‘*antagonist to the hero*’ (CED; DC; MD; MW). Найпоширенішою гіпосемою, що конкретизує зміст відповідною гіперсеми, є сема ‘*[morally] bad / evil / [cruelly] malicious / wicked / malevolent / involved in or devoted to wickedness*’ (CD; CED; DC; LDCE; MD, MW, OAAD). Вона містить характеристику оцінного характеру з вираженою негативною конотацією. Другою за поширеністю є сема, пов'язана з відповідальністю за певні негативні наслідки: ‘*responsible for causing trouble or harm / [that] harms others / responsible for bad situations / [that] does bad things / blamed for a particular problem or difficulty*’ (CD; LDCE; MD; MW; OAAD). Найменш поширеними є такі гіпосеми, що конкретизують значення означених вище гіперсем: ‘*involved in or devoted to crime / [that] breaks the law*’, ‘*[that] behaves in an immoral way*’, ‘*humorous and mischievous*’, ‘*obsolete and uncouth*’ (CD; CED; DC; MD).

Таким чином, значення, закладене в етимоні, на теперішній час не збереглося. Значення у структурі семантичного комплексу лексеми *villain*, що з'явилися одночасно із запозиченням лексеми до англійської мови (‘*churl*’, ‘*yokel*’ (OED); [403; 406]) збереглися частково в імплікаціоналі відповідного поняття, як видно з прикладу семи ‘*obsolete and uncouth*’ (CED), яка зустрілася в одній дефініції в лише одному словниковому джерелі. Найбільш вираженою історичною тенденцією виявилось розширення інтенціоналу поняття. По-перше, це спостерігається на прикладі гіперсеми-ідентифікатора ‘*character*’, яка з'явилася у змісті поняття досить пізно, але тепер складає у ньому майже такий самий об'єм, як гіперсема ‘*person*’. Тобто, як і у випадку з семантичним комплексом лексеми *hero*, з'явився виражений акцент на сфері буття – художньому тексті/дискурсі. Окрім цього, імпліцитна негативна конотація, пов'язана з принизливою працею прислужника та низьким соціальним статусом, яка посилювалася через асоціацію з фр. *vile*, нині стала ознакою інтенціоналу значення поняття, про що свідчить конкретизація відповідних гіперсем-ідентифікаторів гіпосемами із експліцитно вираженою негативною оцінкою.

Семантичні комплекси лексем *antihero* та *villain* характеризуються точками збігу. Це свідчить про справедливність нашого припущення, що обидві лексеми

служать входами у той самий концепт. У структурі значення обох понять є гіперсема-ідентифікатор ‘*character*’, завдяки чому активується знання про контекст, із яким асоціюється відповідне поняття – художній текст/дискурс. Іншими точками дотику є сема негативної оцінки моральних якостей (‘[*morally*] *bad*’), розкриття значення поняття через посилання на поняття “герой” (‘*who lacks the qualities/virtues and estimable traits of a traditional/typical hero*’, ‘*antagonist to the hero*’), які наявні у семантичному комплексі обох лексем, але складають різний обсяг відповідного поняття (інтенціонал для лексеми *antihero* та імплікаціонал – для лексеми *villain*). Також спільною є сема позитивною оцінки в інтенціоналі значення обох лексем (‘*admired*’, ‘*humorous and mischievous*’).

Таким чином, у результаті історичної еволюції поняттєві складові концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ мають точки дотику й розбіжності. Точками дотику є маніфестовані в гіперсемах-ідентифікаторах відповідних лексем уявлення про, з одного боку, людську природу героя та антигероя і, з іншого, – про художній текст/дискурс як середовище їх функціонування. В інтенціоналі значення лексем, які називають обидва поняття – оцінний компонент значення, але оцінка є позитивною для поняття “герой” і негативною – для поняття “антигерой”. В інтенціоналі другого з означених понять також заперечення змісту поняття “герой”. Утім, в імплікаціоналі значення лексем *antihero* та *villain* є сема позитивної оцінки, яка є ще однією точкою дотику й становить потенціал до схвального сприйняття глядачами негативного персонажа.

2.4. Еволюційні тенденції у засобах актуалізації ціннісної та образної складових концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ у кінодискурсі 1977–2001 рр. та 2002–2012 рр.

Дослідження засобів актуалізації концептуальних ознак ціннісної та образної складових концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ свідчить про наявність зрушень у їх складі протягом періодів 1977–2001 рр. та 2002–2012 рр.

2.4.1. Ціннісна складова концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ у 1977–2001 рр. та 2002–2012 рр.

Ціннісну складову концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, актуалізовану в американському кінодискурсі, реконструйовано з лексичних одиниць із експліцитною та імпліцитною семою оцінки. Концептуальні ознаки, реалізовані в образній складовій, можуть також мати імпліцитний оцінний характер.

У кінофільмах обох періодів для опису дій та характеристик героя використовуються лексичні одиниці як із позитивною, так і з негативною конотацією. Кількісне співвідношення випадків актуалізації позитивної й негативної оцінки складає, відповідно, 76% та 24% у 1977–2001 рр. та 67,5% та 32,5% у 2002–2012 рр. Наприклад, позитивну оцінку передають іменник *friend*, прикметники *cool*, *sweet*, *remarkable*, *wonderful*, *incorruptible*, *decent*, дієслова *to love*, *to idolize*, фрази *to do good*, *to be proud*, *to be a huge honor*, *to be glad*, *to be thankful*, *not to do anything wrong*, *way to go*, *thank God*. Негативну оцінку передають іменники *foe*, *phony*, *freak*, прикметники *awful*, *unethical*, *wrong*. Окрім вербального втілення, оцінка може також передаватися знаками невербального коду за допомогою фраз із авторських ремарок на позначення знаків кінесичного коду: *to pat on the back*, *to give smb a kiss*, *to give a tight hug*, *to look back thankful*, *to applaud* (позитивна оцінка), *to shake one's head*, *to give a dirty look* та ін. (негативна оцінка).

Оскільки в кінодискурсі концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ об'єктивуються в образах відповідних персонажів, наявність і позитивної, і негативної оцінки героя, з одного боку, є результатом тенденції до вибудовування динамічного образу, який змінюється та розвивається у межах сюжетної лінії. З іншого боку, актуалізація в кінодискурсі обох полюсів оцінки може бути результатом тенденції до відображення дуальної природи образу героя, його внутрішнього конфлікту й складності у відносинах з навколишнім світом. Випадки, які відповідають кожній з двох окреслених тенденцій, наявні як у 1977–2001 рр, так і в 2002–2012 рр.

Проілюструємо тенденцію у вербалізації ціннісної складової концепту ГЕРОЙ, яка відповідає першому з наведених пояснень. Приклад (22) з кінофільму “Batman” репрезентує період 1977–2001 рр. Антигерой Джокер (*Joker*) поширює містом

смертельну отруту, механізм дії якої невідомий і яка призводить до летальних наслідків. Героєві Бетмену (*Batman*) вдається встановити, яке поєднання товарів із вмістом отрути, споживаних городянами, викликає отруєння, і він передає відповідну інформацію у ЗМІ. Ведучий теленовин (у прикладі *Peter*) зачитує відомості, надані Бетменом:

(22) *PETER: Avoid the following combinations: deodorants with baby-powder, hair spray, and Odor-eaters. Safe products are flying in as Gotham City goes on a forced fast. And all of Gotham is wondering what to make of Batman. Friend or Foe?* (Batman)

Мешканці міста (*Gotham*) спочатку налякані появою Бетмена і майже одноставно ставляться до нього з недовірою. Ведучий завершує своє повідомлення фразою, яка свідчить про те, що суспільство вагається щодо правильності попередньої негативної оцінки дій героя і припускає можливість, що герой заслуговує на позитивну оцінку. Таке двоїсте ставлення виражено за допомогою лексичних одиниць із протилежними конотаціями, *friend* і *foe*.

Приклад (23) з кінофільму “The Dark Knight” ілюструє відповідну тенденцію в період 2002–2012 рр. Героєм також є Бетмен (*Batman*), справжнє ім'я якого Брюс Уейн (*Bruce Wayne*) і який є відомим у місті бізнесменом та медіа-персоною. Він використовує наявні у нього ресурси для розробки технічної бази, необхідної для боротьби із злочинністю. Різ (*Reese*), співробітник компанії, якою володіє Уейн, здогадується про те, що той ховається під маскою Бетмена. Підтвердженням його підозр є знайдені ним креслення унікального автомобіля героя (*Tumbler*):

(23) *REESE (CONT'D): My kids love the Batman. I thought he was pretty cool, too. Out there, kicking some ass.*

(Fox picks up the piece of paper. Unfolds it. It's an old BLUEPRINT. The image is unmistakable: THE TUMBLER.)

REESE (CONT'D): Changes things when you know it's just a rich kid playing dress up (The Dark Knight).

Оцінка Ріда змінюється з позитивної на негативну, оскільки в нього виникає переконання, що для Уейна роль Бетмена – просто розвага (*playing dress up*). Попередня позитивна оцінка актуалізується за допомогою дієслова *to love* та

прикметника *cool*, модифікованого прислівником *pretty*. Зміну оцінки виражено за допомогою дієслова *to change*.

Лексичні одиниці з протилежною конотацією серед засобів втілення ціннісної складової концепту ГЕРОЙ також розкривають складність та певну суперечливість образу героя. Означена тенденція також спостерігається у обидва означені періоди.

Наприклад, хоробрість є позитивною характеристикою, яка є ядерною для концепту ГЕРОЙ (CD; CED; DC; LDCE; MD; MW; OAAD; OALD). Тим не менш, готовність ризикнути собою та зробити складний крок може оцінюватися негативно. Актуалізацію протилежних полюсів оцінки в образі одного персонажа у 1977–2001 рр. ілюструє приклад (24) з кінофільму “Star Wars: Episode V – The Empire Strikes Back”. Дії та особистість героя Люка Скайуокера (*Luke Skywalker*) зазвичай оцінюються позитивно. З одного боку, його позитивна оцінка виражається у ставленні до нього інших позитивних персонажів кінофільму. Це виражено як вербально у їх репліках (*take good care of Master Luke*), так і невербально, наприклад, у бажанні друга Люка захистити його, неприємного, від холоду (*Han's concern is with Luke, and he shakes him urgently*). З іншого боку, в наведеному далі епізоді Люк опиняється перед непростим життєвим вибором: або закінчити навчання і отримати шанс здобути свободу галактиці, скинувши тирана, або прийти на допомогу своїм друзям, яким загрожує загибель, якщо він не з'явиться:

(24) *YODA: Strong is Vader. Mind what you have learned. Save you it can.*

LUKE: I will. And I'll return. I promise.

(Artoo closes the cockpit. Ben and Yoda stand watching as the roar of the engines and the wind engulf them.)

YODA: (sighs) Told you, I did. Reckless is he. Now matters are worse (Star Wars: Episode V – The Empire Strikes Back).

Рішення Люка врятувати друзів, попри незавершене навчання, викликає несхвалення його вчителя, що виражено прикметником із негативною оцінкою *reckless*. Окрім цього, від Люка безпосередньо залежить результат боротьби за свободу галактики. Тож, негативна оцінка динаміки ситуації через вищий ступінь порівняння прикметника *bad (worse)* імплікує негативну оцінку дій героя.

Актуалізацію різних полюсів оцінки в образі одного персонажа у 2002–2012 рр. ілюструють наступні приклади. У прикладі (25) з кінофільму “Star Wars: Episode II – Attack of the Clones” герой Енакін Скайуокер (*Anakin Skywalker*) опиняється один на один із набагато більш досвідченим та майстерним супротивником Графом Дуку (*Count Dooku*), який уже здолав його вчителя і готується його вбити. Герой готовий вступити у нерівний бій та ризикнути життям заради порятунку вчителя, що викликає повагу ворога:

(25) *COUNT DOOKU: (continuing) That's brave of you, boy – but foolish. I would have thought you'd have learnt your lesson.*

ANAKIN: I'm a slow learner (Star Wars: Episode II – Attack of the Clones).

Хоча Дуку упевнений, що спроби опиратися йому приречені на невдачу (прикметник *foolish*), той факт, що Енакін ризикує життям заради іншої людини він вважає виявом хоробрості (прикметник *brave*).

У прикладі (26) з того самого кінофільму хоробрість героя вважається надлишковою і оцінюється негативно:

(26) *(As this conversation is going on, ANAKIN deftly moves in and out of the oncoming traffic, across lanes, between buildings, and miraculously through a construction site. ZAM WESELL continues firing at them.)*

ANAKIN: Sorry, I forgot you don't like flying, Master.

OBI-WAN: I don't mind flying... but what you're doing is suicide! (Star Wars: Episode II – Attack of the Clones)

Учитель героя Енакіна Скайуокера (*Anakin Skywalker*), Обі-Ван Кенобі (*Obi-Wan*), висловлює невдоволення тим, що під час переслідування підозрюваного в скоєнні злочину (*Zam Wesell*) герой поводить себе нерозважливо і піддає себе та його непотрібному ризику. Негативне судження виражено за допомогою іменника *suicide*.

Тож, для концепту ГЕРОЙ у 1977–2001 рр. та 2002–2012 рр. за значного переважання актуалізованих ознак позитивної оцінки вербалізується й негативна оцінка. Суттєвих змін у кількісному співвідношенні в мікродіахронії не виявлено.

Розглянемо особливості актуалізації ціннісної складової концепту АНТИГЕРОЙ. Загальна оцінка антигероя є негативною у обидва періоди (80%

випадків актуалізації в 1977–2001 pp. та 67,4% випадків у 2002–2012 pp.). У 1977–2001 pp. негативна оцінка характеру та дій антигероя виражається використанням прикметників *sick, twisted, vicious, terrible, hideous, sinister, warped, evil, awesome*, іменників *malice, nightmare, arch-villain, weasel, summbitch*, фрази *the absolute pits*, прикметника *ugly* на позначення зовнішньої потворності як відображення моральних вад та ін. У 2002–2012 pp. негативну оцінку антигероя передають іменники *freak, scum, thug, terrorist, garbage, monster, sonofabitch, creep, evil, villain*, прикметники *ominous, ugly, awful*, дієслово *to like* з заперечною часткою *not* та ін.

Утім, у обидва періоди у меншій кількості випадків (24% випадків у 1977–2001 pp. та 32,6% випадків у 2002–2012 pp.) спостерігається актуалізація ознак, які відповідають позитивній оцінці образу антигероя. Це пояснюється двома тенденціями у портретуванні цього персонажу. По-перше, засоби вербального та невербального коду з позитивною конотацією використовуються для опису особистості не самого антигероя, а маски – іміджу, який він вибудовує для досягнення своїх цілей та який є лише фасадом, що приховує справжні мотиви антигероя. З іншого боку, оцінка дій антигероя, як це спостерігається і з оцінкою героя, змінюється з розвитком сюжету для створення динамічного образу або для підкреслення внутрішнього конфлікту.

Ілюстрацією першої наведеної тенденції в актуалізації позитивної оцінки антигероя у 1977–2001 pp. слугує приклад (27):

(27) *BRUCE: All these years of bataranging two-bit hoods off their tricycles and the real power, the real evil, calmly goes to work in Gotham Plaza and collects "Man of the Year" plaques (Batman Returns).*

Герой Бетмен (*Batman*) роками невпинно бореться зі злочинністю. Але у ході розгортання сюжету він дізнається, що усі ці роки полював на дрібних злодюг, яких можна порівняти з малими дітьми на триколісному велосипеді (*bataranging two-bit hoods off their tricycles*; *batarang* – особлива зброя героя, бумеранг у вигляді летючої миші). Водночас справжнє зло ховається за маскою добра. Герой нарікає, що антигерой Макс Шрек (*Max Schreck*) тримає у своїх руках кримінальний світ міста, при цьому залишаючись філантропом та благодійником в очах городян завдяки

майстерним маніпуляціям із публічним іміджем. Негативна оцінка справжньої особистості антигероя Макса, маніфестована в іменнику *evil*, порівнюється з позитивною оцінкою його публічного іміджу. Останнє маніфестовано в перифразі *to collect “Man of the Year” plaques*, що містить назву нагороди – знаку вдячності та шани жителів міста, тобто символу їх позитивного ставлення.

Прикладом тенденції до актуалізації позитивної ознаки в образі антигероя у 2002–2012 рр. слугує фрагмент (28):

(28) *DOOKU: You believe in the same ideals we believe in! The same ideals we are striving to make prominent.*

PADME: If what you say is true, you should stay in the Republic and help Chancellor Palpatine put things right.

DOOKU: The Chancellor means well, M'Lady, but he is incompetent. He has promised to cut the bureaucracy, but the bureaucrats are stronger than ever, no?

(Star Wars: Episode II – Attack of the Clones)

У наведеному епізоді персонажі згадують канцлера Палпатина (*Chancellor Palpatine*), який є антигероєм, але успішно це приховує. Ціль канцлера – із часом зруйнувати існуючу систему та заснувати абсолютну монархію. Його маніпуляції дозволяють йому підтримувати образ політика, який піклується про Галактичну Республіку. Відсутність прогресу у вирішенні нагальних проблем він пояснює або підступами ворогів держави (діями яких він сам таємно керує через свого учня графа Дуку (*Count Dooku*)), або браком уміння й досвіду керівної роботи в Галактичному Сенаті. Ідею про те, що канцлер хотів би щось змінити, але просто не може, нібито в критичній формі висловлює й сам граф Дуку (*he is incompetent*). Насправді ж граф має дестабілізувати політичну ситуацію таким чином, щоб у цьому не можна було звинуватити канцлера. У результаті створюється загальна думка, що наміри канцлера є виключно добрими, але він поки що не може привести Республіку до процвітання. Позитивна оцінка, формування якої прагне Палпатин, виражається за допомогою фраз *to put things right* і *to mean well*.

Друга тенденція, відповідно до якої позитивна оцінка вербалізується в образі антигероя поряд із негативною для відображення внутрішнього конфлікту або сюжетної динаміки, також спостерігається у обох періодах.

Означену тенденцію у 1977–2001 рр. ілюструє приклад (29):

(29) *LUKE: I've accepted the truth that you were once Anakin Skywalker, my father.*

VADER: (turning to face him) That name no longer has any meaning for me.

LUKE: It is the name of your true self. You've only forgotten. I know there is good in you. The Emperor hasn't driven it from you fully. That is why you couldn't destroy me. That's why you won't bring me to your Emperor now (Star Wars: Episode VI – Return of the Jedi).

Під час подій, які передують наведеному епізоду, герой Люк Скайуокер (*Luke Skywalker*) дізнається, що антигерой Дарт Вейдер (*Darth Vader*) був колись його батьком Енакіном Скайуокером (*Anakin Skywalker*). З часом герой приймає правду та починає вірити, що батько не втратив остаточно схильність до добра. Мовні засоби актуалізації відповідної складової концепту АНТИГЕРОЙ, маніфестованого в образі цього персонажу, мають загалом експліцитно негативну оцінку (*evil, sinister, awesome, fearsome, terrible* та ін.), але Люк у розмові з ним висловлює упевненість, що у ньому точиться внутрішній конфлікт. Цей потенціал до реабілітації є позитивною ознакою і маніфестується у іменнику з позитивною конотацією *good*.

Цю ж тенденцію в 2002–2012 рр. ілюструє приклад (30):

(30) *GREEN GOBLIN: (O.S.) Stop mewling... You sicken me... you ooze weakness...*

OSBORN: I'm not a murderer, I'm a scientist, a respectable businessman <...> (Spider-Man).

Антигерой Норман Осборн (*Norman Osborn*) випробував на собі розробку своєї компанії – тонізуючу сироватку, яка надає надзвичайної сили. Але експеримент закінчується невдало, і сироватка поступово зводить чоловіка з глузду і провокує в нього роздвоєння особистості. Альтер-его Нормана, Зелений Гоблін (*Green Goblin*), є його другою особистістю, яка під час першого спілкування жахає самого Нормана. Позитивна оцінка особистості Нормана, виражена у прикметнику *respectable*, протиставляється негативній оцінці його альтер-его, маніфестованій у іменнику з

негативною конотацією *murderer*. Таким чином акцентується внутрішній конфлікт персонажа та дуальність відповідного концепту.

Тож, на рівні ціннісної складової концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ актуалізуються у мовних одиницях вербального та невербального коду. Для концепту ГЕРОЙ у обидва досліджувані періоди характерне використання мовних одиниць як з позитивною, так і з негативною конотацією (з переважанням позитивної), а для концепту АНТИГЕРОЙ – переважання мовних одиниць з негативною конотацією порівняно з одиницями з позитивною конотацією. З одного боку, наявність ознак з протилежними полюсами оцінки у змісті ціннісної складової концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ пояснюється необхідністю продемонструвати динаміку розвитку персонажу в межах наративу. У таких випадках оцінка героя змінюється з позитивної на негативну або навпаки внаслідок успішності або неуспішності дій героя чи маніпуляцій антигероя. Позитивна оцінка образу антигероя в такому разі стосується не його справжньої особистості, а соціальної маски. З іншого боку, поясненням може слугувати наявність внутрішнього конфлікту (як у героя, так і антигероя) або неоднозначності окремих дій та характеристик героя. Наприклад, одна ознака (хоробрість або шляхетність) може оцінюватися як позитивно, так і негативно.

2.4.2. Образна складова концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ у 1977–2001 рр. та 2002–2012 рр.

Повний набір виокремлених нами концептуальних ознак образної складової концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, структурованої у межах **предметного, ідентифікаційного, акціонального, посесивного і компаративного** фреймів [67] та реконструйованої у відповідних концептуальних мережах, відображено в Додатках Г, Д, Е, Ж.

Ознаки у змісті досліджуваних концептів відрізняються за своєю салієнтністю. Оскільки салієнтність є абсолютним параметром, в оцінці фокусування уваги на окремих концептуальних ознаках звертаємося до характеристики відміченості [313;

314; 315; 322], яку оцінюємо за показником частотності мовних сигналів, що активують відповідну ознаку.

Розглянемо тенденції у фокусуванні уваги на ознаках зі змісту образної складової концепту ГЕРОЙ відповідно до рівню градуйованої відміченості, де найвищому та вищому рівню відміченості відповідають салієнтні ознаки, а середньому, низькому та найнижчому – несалієнтні.

У період 1977–2001 рр. **найвищий ступінь відміченості** ($\geq 10\%$) встановлено для таких ознак у межах відповідних базисних пропозицій: ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ (ідентифікаційний фрейм, схема класифікації – 13,5% усіх випадків актуалізації концептуальних ознак для образної складової концепту в цей період) та ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ (предметний фрейм, квалітативна схема – 11,6%). **Високий ступінь відміченості** (9,9%–6,0%) характерний також для ознаки ГЕРОЙ РЯТУЄ / ДОПОМАГАЄ / ЗАХИЩАЄ (акціональний фрейм, схема контактної дії – 6,6%). У період 2002–2012 рр. однією з двох **найбільш відмічених** залишається ознака ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ (предметний фрейм, квалітативна схема – 12%), але другою стає ознака ГЕРОЙ РЯТУЄ / ДОПОМАГАЄ / ЗАХИЩАЄ (акціональний фрейм, схема контактної дії – 11,5%). **Високий рівень відміченості** здобувають також ознаки ГЕРОЙ МАЄ (ВАЖКИЙ) ОБОВ'ЯЗОК (посесивний фрейм, схема інклюзивності – 8,3% у 2002–2012 рр. порівняно із 5,6% у 1977–2001 рр.), ГЕРОЙ ЖЕРТВУЄ (ЖИТТЯМ, СВОЇМИ ІНТЕРЕСАМИ ТА ІН.) (акціональний фрейм, схема стану / процесу – 6%). Ознака ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ у 2002–2012 рр. все ще має помірно високий ступінь відміченості (6,5%), але значно нижчий, ніж у 1977–2001 рр.

Актуалізацію ознаки ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ у 1977–2001 рр. ілюструє приклад (31):

- (31) CLARK: <...> *I mean here you stand with one of nature's most awesome spectacles and the whole time you've had your back to it. Aren't you impressed?*
 LOIS: *Frankly, once you've seen Superman in action, Niagara Falls tends to leave you cold* (Superman II).

У наведеному епізоді Кларк Кент (*Clark Kent*, справжнє ім'я героя Супермена (*Superman*)) разом із своєю подругою та колегою Лоїс Лейн (*Lois Lane*) спостерігає за Ніагарським водоспадом. Лоїс не знає, що Кларк і є Супермен. Вона не звертає уваги на красу Ніагарського водоспаду, що дивує її співрозмовника. З відповіді Лоїс виходить, що враження від потужності водоспаду не може порівнятися з враженням від дій героя Супермена. Вербальними засобами актуалізації ознаки є фрази *not impressed* та *leave someone cold*, які відносяться до порівнюваного з Суперменом явища.

Для ілюстрації тієї самої ознаки у період 2002–2012 рр. звернімося до прикладу (32):

(32) *LOKI: I have an army.*

TONY: We have a HULK (The Avengers).

У наведеному епізоді ознака ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ також актуалізується за допомогою порівняння. Антигероєві Локі (*Loki*), який бажає поневолити людство, чинить опір команда героїв, серед яких доктор Брюс Беннер (*Bruce Banner*) – вчений, який у результаті невдалого експерименту отримав здатність перетворюватися на невразливу істоту – Халка (*Hulk*). Локі, бажаючи продемонструвати свою перевагу, стверджує, що має у своєму розпорядженні цілу армію (*I have an army*). У відповідь на це представник загону героїв Тоні Старк, використовуючи паралелізм, дорівнює силу одного Халка силі цілої армії (*we have a HULK*).

Актуалізацію мовними засобами ознаки ГЕРОЙ РЯТУЄ / ДОПОМАГАЄ / ЗАХИЩАЄ, ступінь відміченості якої з високого у 2002–2012 рр. став найвищим (>10%), ілюструє приклад (33):

(33) *Morpheus: With all due respect, Commander, there is only one way to save our city.*

Lock: How?

Morpheus: Neo (The Matrix Reloaded).

Згідно із сюжетною лінією, усі вільні люди, які вижили у майбутньому, переховуються від машин, які прагнуть їх знищити, у підземному місті Зіон. Один із найповажніших і найвпливовіших воєначальників Зіону (*Morpheus*) недвозначно

висловлює упевненість, що місто може врятувати виключно герой Нео (*Neo*). Концептуальна ознака актуалізується перехідним дієсловом *to save*, бенефактивом у відповідній схемі контактної дії є мешканці міста (іменник *city*), тобто, у цьому випадку все людство.

Імпліцитне мовне втілення ознаки ГЕРОЙ ЖЕРТВУЄ у 2002–2012 рр. ілюструє приклад (34) з кінофільму “Thor”. Герой Тор (*Thor*) знаходиться у вигнанні на Землі через свою недалекоглядність та пиху. Спілкування з людьми навчило його піклуватися про інших, зробило його тим самим героєм, яким його хотів бачити батько. І хоча йому більш за все хотілося б повернутися додому до рідного світу Асгарду, він ладен віддати життя і поступитися надією знов побачити рідних, аби його мстивий брат зглянувся на людство та відкликав Руйнівника (*the Destroyer*) – величезного воїна з Асгарду, здатного зруйнувати все на своєму шляху:

(34) *THOR: (CONT'D) Brother... for whatever I have done to wrong you, whatever I have done to lead you to do this, I am sorry. But these people have done nothing to you. They are innocents.*

(He continues towards the Destroyer.)

THOR: (CONT'D) Take my life, and know I will never return to Asgard (Thor).

Ознаку ГЕРОЙ ЖЕРТВУЄ вербалізовано за допомогою дієслова *to take* на позначення відчуження того, що належить героєві (*my*), а також окреслення результату такої взаємодії (*to never return home*) – небажаного для героя та бажаного для його ворога.

Середнім ступенем відміченості (5,9%–2,0%) серед ознак з образної складової концепту ГЕРОЙ в обидва порівнювані періоди вирізняються ознаки ГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА (компаративний фрейм, схема подібності / метафори – 5,2% у 1977–2001 рр. та 2,5% у 2002–2012 рр. відповідно), ГЕРОЙ Є ЯК ВЗІРЕЦЬ / ЕТАЛОН (компаративний фрейм, схема схожості / аналогії – 4% та 3,8%, відповідно), ГЕРОЙ Є ІНШИЙ (предметний фрейм, квалітативна схема – 4,6% та 3,4%, відповідно), ГЕРОЙ МАЄ ШЛЯХ / ПРИЗНАЧЕННЯ / МЕТУ (посесивний фрейм, схема інклюзивності – 4,1% та 4,6%, відповідно), ГЕРОЙ МАЄ ПРИВ’ЯЗАНOSTІ (посесивний фрейм, схема інклюзивності – 4% та 4,9%, відповідно), ГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / РОЗВИВАЄТЬСЯ / ЗМІНЮЄТЬСЯ (акціональний фрейм, схема

стану / процесу – 3,9% та 2,9%, відповідно), ГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ (посесивний фрейм, схема інклюзивності – 4% та 5,1%, відповідно).

У 1977–2001 рр. серед ознак з **середнім ступенем відміченості** були також ознаки ГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ (акціональний фрейм, схема контактної дії – 2,5%), характерна для концепту АНТИГЕРОЙ, але малефактивом у цьому випадку зазвичай виступає не суспільство, а його вороги, та ГЕРОЙ Є НІБИ (ЦІННА) РІЧ / ПРЕДМЕТ (компаративний фрейм, схема подібності / метафори – 3,5% випадків у період 1977–2001 рр. і лише 1,9% – у 2002–2012 рр.). У 2002–2012 рр. **середній ступінь відміченості** натомість було встановлено для ознак ГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ ЗАРАДИ (стимул) ІНШИХ (акціональний фрейм, схема стану / процесу – 2,9% випадків) та ГЕРОЙ ОБИРАЄ (ПРАВИЛЬНО) (акціональний фрейм, схема стану / процесу – 2,3%). Кожна з наведених ознак актуалізована в образній складовій концепту в 1977–2001 рр., але має низький ступінь відміченості (1,7% та 1,5%, відповідно).

Актуалізацію ознаки ГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ у 1977–2001 рр. ілюструє приклад (35) з кінофільму “Batman”. Коли Бетмен (*Batman*) починає свою діяльність у якості героя в місті, в його існування мало хто вірить. Тим не менш, злочинці, яким не пощастило з ним зустрітися, налякані його силою та невразливістю:

(35) *KNOX: Lieutenant. Lotsa punks in town're scared stiff! They say he drinks blood.*

They say he can't be killed (Batman).

Концептуальна ознака ГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ актуалізується за допомогою фрази *scared stiff*. Малефактивом виступають місцеві злодюги (*punks*). У прикладі також актуалізується ознака ГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА через використання характеристик *drinks blood* та *can't be killed*, властивих, наприклад, вампірам.

Для вербальної актуалізації ознаки ГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ ЗАРАДИ (стимул) ІНШИХ характерним є акцент на бенефактиві та / або на позитивному результаті такої діяльності (використання прийменника *for*, іменника *interest* тощо). Актуалізацію відповідної ознаки у 2002–2012 рр. ілюструє приклад (36). Герой Енакін Скайуокер (*Anakin Skywalker*), розмовляючи зі своєю подругою-сенаторкою, розповідає їй про ідеальну, на його погляд, політичну систему. Для нього в політиці нема нічого

складного – просто треба чинити так, як буде найкраще для людей, це і буде найправильніше рішення:

(36) ANAKIN: *We need a system where the politicians sit down and discuss the problems, agree what's in the best interests of all the people, and then do it* (Star Wars: Episode II – Attack of the Clones).

Бенефактивом є все людство (*all people*), відповідний стимул до дії вербалізовано за допомогою фрази *in the best interests*.

Як у 1977–2001 рр., так у 2002–2012 рр. **низький ступінь відміченості** (1,9%–1%) встановлено для таких ознак образної складової концепту ГЕРОЙ: ГЕРОЙ Є ТАМ / ТОДІ, ДЕ НЕОБХІДНО (предметний фрейм, локативна / темпоральна схеми – 1,9% у 1977–2001 рр. та 1,2% у 2002–2012 рр.), ГЕРОЙ МАЄ ЩОСЬ, ЧАСТИНОЮ ЧОГО ВІН Є (посесивний фрейм, схема партитивності / інклюзивності – 1,7% у 1977–2001 рр. та 1,6% у 2002–2012 рр.), ГЕРОЙ МАЄ ВАДИ (посесивний фрейм, схема інклюзивності, 1,5% у 1977–2001 рр. та 1,9% у 2002–2012 рр.), ГЕРОЙ Є НАД / ПЕРЕД ІНШИМИ (предметний фрейм, локативна схема, 1,5% та 1,2%, відповідно), ГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ ЧЕРЕЗ (стимул) НЕОБХІДНІСТЬ (акціональний фрейм, схема стану / процесу – 1,2% та 1,8% відповідно), ГЕРОЙ Є НІБИ ТВАРИНА (компаративний фрейм, схема подібності / метафори, 1% в обидва періоди).

Окрім цього, у 1977–2001 рр. **низький рівень відміченості** встановлено для ознаки ГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ (предметний фрейм, квалітативна схема – 1,9% випадків), яка у 2002–2012 рр. актуалізується лише в 0,4% випадків, та ознаки ГЕРОЙ СТРАЖДАЄ (акціональний фрейм, схема стану / процесу – 1,1%), рівень відміченості якої знижується до позначки 0,5% у 2002–2012 рр. У свою чергу, у 2002–2012 рр. **низький рівень відміченості** встановлено також для ознак ГЕРОЙ Є НІБИ (ЦІННА) РІЧ / ПРЕДМЕТ (компаративний фрейм, схема подібності / метафори – 1,9% випадків, ГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА (акціональний фрейм, схема каузації – 1,5%), ГЕРОЙ Є НЕЗДОРОВИЙ / ХВОРИЙ (предметний фрейм, квалітативна схема – 1,5%), ГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ (акціональний фрейм, схема контактної дії – 1,1%), ГЕРОЙ Є ПОЗА ЗАКОНОМ (предметний фрейм, локативна схема – 1%), ГЕРОЙ Є САМОТНИЙ

(предметний фрейм, квалітативна схема – 1%). Інші ознаки було актуалізовано менше ніж у 1% усіх випадків вербалізації відповідних концептуальних ознак.

Приклад (37) ілюструє експліцитне втілення ознаки ГЕРОЙ Є НАД / ПЕРЕД ІНШИМИ у 1977–2001 рр. Джор-Ел (*Jor-El*), батько героя Супермена (*Superman*) розповідає йому, ще малому, яким він має бути чоловіком, щоб бути гідною людиною:

(37) *JOR-EL: You are superior to others. You can only become inferior by setting yourself above them. Lead by inspiration. Let your actions and ideals become a touchstone against which mankind may learn how to serve the common good. While it is forbidden for you to interfere with human history itself, your leadership can stir others to their own capacity for moral betterment...* (Superman)

Зміст концептуальної ознаки ГЕРОЙ Є НАД / ПЕРЕД ІНШИМИ розкривається через використання лексем *superior*, *to lead* та *leadership*, кожна з яких містить орієнтаційну метафору – розміщення над іншими (*superior*, образ-схема ВЕРХ–НИЗ) та перед іншими (*to lead*, *leadership*, образ-схема ПЕРЕД–ЗАД). При цьому підкреслюється те, що герой не може розглядати людей як нижчих створінь (*to set oneself above smb*) попри свою перевагу, оскільки це змінить його власну позицію у цій орієнтаційній метафорі з високої (*superior*) на низьку (*inferior*). Окрім цього, через використання лексем *inspiration* та *touchstone* актуалізується ознака ГЕРОЙ Є ЯК ВЗІРЕЦЬ / ЕТАЛОН.

Далі розглянемо тенденції у фокусуванні уваги на ознаках зі змісту образної складової концепту АНТИГЕРОЙ. Як у 1977–2001 рр., так і у 2002–2012 рр. **найбільшим ступенем відміченості** ($\geq 10\%$ випадків актуалізації ознак з образної складової відповідного концепту) характеризується ознака АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА (БЕЗЛАДДЯ / РУЙНАЦІЮ / ВІЙНУ / КАТАСТРОФУ / СТРАЖДАННЯ / СМЕРТЬ) (акціональний фрейм, схема каузації – 18% у 1977–2001 рр. і 18,5% у 2002–2012 рр.). У перший з названих періодів **максимально відміченою** була також ознака АНТИГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ (акціональний фрейм, схема контактної дії – 11,4%). У 2002–2012 рр. відміченість цієї ознаки знизилася до помірно **високого** рівня 7,2%. Серед інших концептуальних ознак з **високим рівнем відміченості**

(9,9%–6,0%) в обидва періоди виокремлено ознаки АНТИГЕРОЙ ВИКОРИСТОВУЄ ІНШИХ (акціональний фрейм, схема контактної дії (ІНШІ – малефактив) – 7,7% у 1977–2001 рр. і 8,3% у 2002–2012 рр.), АНТИГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ (предметний фрейм, квалітативна схема – 7,6% та 8% відповідно), АНТИГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ (посесивний фрейм, схема інклюзивності – 6% та 7,5% відповідно), АНТИГЕРОЙ Є НЕЗДОРОВИЙ / ХВОРИЙ (предметний фрейм, квалітативна схема – 7,3% та 6,7% відповідно). У період 1977–2001 рр. високим ступенем відміченості також характеризувалася ознака АНТИГЕРОЙ Є БОЄЦЬ ідентифікаційний фрейм, схема класифікації), яка актуалізувалася у 7,1% випадків, проте у 2002–2012 рр. ступінь її відміченості знизився до 3,5% (середній рівень, 5,9%–2,0%).

Актуалізацію мовними засобами ознаки концепту з найвищим ступенем відміченості АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА (БЕЗЛАДДЯ / РУЙНАЦІЮ / ВІЙНУ / КАТАСТРОФУ / СТРАЖДАННЯ / СМЕРТЬ) у 1977–2001 рр. ілюструє приклад (38). У наведеному епізоді герой Супермен (*Superman*) обурюється тим, що антигерой Лекс Лутор (*Lex Luthor*) планує зруйнувати весь штат Каліфорнія, аби придбані ним землі опинилися на узбережжі океану та через це подорожчали:

(38) *SUPERMAN: Is that how a warped brain like yours gets its kicks? By planning the death of innocent people?*

LUTHOR: (quick smile) No. By causing the death of innocent people (Superman).

Каузація експліцитно виражається за допомогою дієслова *to cause*, негативний наслідок актуалізовано у іменнику *death*, малефактив – *people*. У фрагменті актуалізуються й ознаки ціннісної складової – імпліцитну негативну оцінку виражено через використання прикметника *innocent* у якості означення для малефактива *people*, а експліцитну негативну оцінку актуалізовано у прикметнику *warped*.

Актуалізацію тієї ж ознаки у 2002–2012 рр. ілюструє приклад (39) з кінофільму “The Matrix Revolutions”. Антигероєві Агенту Сміту (*Agent Smith*) який втілює програму з віртуального світу Матриці, вдалося заволодіти розумом людини з реального світу, Бейна (*Bane*), та використати його тіло, щоб зруйнувати кораблі

людей та спричинити смерть їх екіпажів, на що він прозоро натякає своїй співрозмовниці (*Maggie*):

(39) *Bane: What if I don't want to remember?*

Maggie: Why would you want that?

Bane: What if I blew that EMP? What if I did destroy those ships and I am responsible for the deaths of all those men? If I did that, it wouldn't be very safe for me, would it? Of course, it might not be very safe for you either (The Matrix Revolutions).

Каузацію негативних явищ актуалізовано поєднанням фрази *to be responsible for* (засіб вербалізації каузації) з іменником *deaths* (негативний наслідок), а також дієсловом *to destroy* (результат виконання дії – руйнація).

Ознака АНТИГЕРОЙ Є БОЄЦЬ актуалізується за допомогою мовних засобів з вербального та невербального коду, які пов'язані між собою загальним смисловим компонентом “військова діяльність”. Лексичними одиницями на позначення знаків вербального коду є такі: іменники *battle, fight, rival, warrior*, дієслово *to attack* та ін.; лексичними одиницями на позначення невербального коду – такі: *to deliver a blow, to kick* та ін. Приклад (40) ілюструє актуалізацію вказаної ознаки у 1977–2001 рр., коли рівень її відміченості є високим. У наведеному прикладі антигерой Дарт Вейдер (*Darth Vader*), намагаючись придушити повстання проти тирана-Імператора, який прагне зберегти необмежену владу в Імперії, здійснює напад на корабель Принцеси Леї (*Leia*), яка подорожує із дипломатичною місією. Вейдер підозрює, що Лея співчуває повстанцям та перевозить на борту важливу інформацію. Після недовгого бою Принцесу взято у полон:

(40) *LEIA: Lord Vader, I should have known. Only you could be so bold. The Imperial Senate will not sit for this, when they hear you've attacked a diplomatic...*

VADER: Don't play games with me, Your Highness. You weren't on any mercy mission this time. <...> (Star Wars: Episode IV – A New Hope).

Ідентифікація антигероя як бійця проводиться завдяки використанню дієслова *to attack* з відповідним смисловим компонентом.

Низка ознак з образної складової концепту АНТИГЕРОЙ також характеризується **середнім ступенем відміченості** (5,9%–2,0%) як у 1977–2001 рр., так і у 2002–2012 рр. Серед цих ознак є такі: АНТИГЕРОЙ Є ІНШИЙ (предметний фрейм, квалітативна схема – 2,1% у 1977–2001 рр. та 3,5% у 2002–2012 рр.), АНТИГЕРОЙ Є ЗЛОЧИНЕЦЬ (ідентифікаційний фрейм, схема класифікації, 3,1% та 3,5%, відповідно), АНТИГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ (предметний фрейм, квалітативна схема – 3,9% та 2,4%, відповідно), АНТИГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА (компаративний фрейм, схема подібності/метафори, 2% та 4,3%, відповідно), АНТИГЕРОЙ Є НІБИ ТВАРИНА (компаративний фрейм, схема подібності / метафори – 4,1% та 2,1%, відповідно).

Приклад (41) з кінофільму “Spider-Man 2” ілюструє актуалізацію одразу декількох перелічених ознак у 2002–2012 рр. Антигероєм у кінофільмі є Доктор Восьминіг (*Dr. Octopus*), який став таким у результаті невдалого наукового експерименту. Головний редактор міської газети (*Jameson*) обговорює зі своїм підлеглим (*Hoffman*), як подати цю новину:

(41) (JAMESON) - *It's all over town, Robbie. Gossip. Rumors. Panic in the streets, if we're lucky. Crazy scientist turns himself into some kind of a monster. Four mechanical arms welded right onto his body. Guy named Otto Octavius winds up with eight limbs. What are the odds? Hoffman! What are we gonna call this guy?*

(HOFFMAN) - *"Dr. Octopus."*

(JAMESON) - *That's crap.*

(HOFFMAN) - *"Science Squid"?*

(JAMESON) - *Crap!*

(HOFFMAN) - *"Dr. Strange."*

(JAMESON) - *That's pretty good. But it's taken. Wait, wait! I got it. "Dr. Octopus" (Spider-Man 2).*

В епізоді вербалізуються згадані вище ознаки з середнім ступенем відміченості: АНТИГЕРОЙ Є НІБИ ТВАРИНА – за допомогою іменника *monster*, деталізованого фразою *with eight limbs* (наявність восьми кінцівок не є характерною для людини ознакою), а також вибору іменників на позначення видів океанічних молюсків *squid*

та *octopus* у якості варіантів для номінації антигероя; АНТИГЕРОЙ Є ІНШИЙ – за допомогою прикметника *strange* також у якості одного з варіантів. Окрім цього, за допомогою прикметника *crazy* актуалізується ознака АНТИГЕРОЙ Є НЕЗДОРОВИЙ / ХВОРИЙ, а іменника *panic* – ознака АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА.

У 1977–2001 рр. **середнім рівнем відміченості** характеризується також ознака АНТИГЕРОЙ Є НАД ІНШИМИ (предметний фрейм, буттєва схема (локатив) – 4,7%). Ця ознака, актуалізована для антигероя референціями до позицій влади (*sir, king, boss, master* тощо), у 2002–2012 рр. має низький ступінь відміченості (1,9%–1%) і вербалізується лише в 1,1% випадків.

Ілюстрацією актуалізації відповідної ознаки у 1977–2001 рр. засобами вербального та невербального коду слугує приклад (42):

(42) *WILLIE: Please, Mister!*

URSA: (coldy, correcting him) He is a general.

WILLIE: (pleading) Please, Mister General! Please let my daddy down! (Superman II)

Антигерой Генерал Зод (*General Zod*) походить з тієї самої планети, що й герой Супермен (*Superman*). Колись він влаштував військовий заколот, але збіг обставин вивільнив його та його помічників (одна з них – жінка на ім'я Урса (*Ursa*)) з в'язниці, де вони перебували. Коли Зод прибуває на Землю, він влаштовує кривавий терор, прагнучи встановити свою абсолютну владу вже на цій планеті. Маючи ті самі надприродні здібності, що й Супермен, він використовує їх, щоб знущатися з людей. У наведеному епізоді він підвішує чоловіка у повітрі. Його син благає Зода відпустити батька, але все, що цікавить лиходіїв – це використання правильного військового звання, оскільки воно містить у собі компонент значення високого статусу. Таким чином, ознака АНТИГЕРОЙ Є НАД ІНШИМИ актуалізується завдяки використанню повторюваного іменника *general*.

У 2002–2012 рр. **середнім рівнем відміченості** характеризуються також ознаки АНТИГЕРОЙ Є НІБИ РІЧ / ПРЕДМЕТ (компаративний фрейм, схема подібності / метафори – 2,9%), АНТИГЕРОЙ Є ЯК ГРАВЕЦЬ (компаративний фрейм, схема схожості / аналогії – 2,9%), АНТИГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ заради (стимул) РОЗВАГИ

(акціональний фрейм, схема стану / процесу – 2,7%), АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ОБМЕЖЕНЬ (посесивний фрейм, схема інклюзивності – 2,7%).

Вербалізацію ознаки АНТИГЕРОЙ Є ЯК ГРАВЕЦЬ ілюструє приклад (43):

(43) *BANNER: He really grows on you, doesn't he?*

STEVE: Loki's gonna drag this out. So, Thor, what's his play? (The Avengers)

Герої Брюс Беннер (*Bruce Banner*, альтер его – Халк (*Hulk*)) та Стів Роджерс (*Steve Rogers*, альтер-его – Капітан Америка (*Captain America*)) намагаються зрозуміти мотиви та плани антигероя Локі (*Loki*), якого їм вдалося полонити, але занадто легко. Герої говорять про його дії як про гру, використовуючи лексему *play*.

Однаково **низько відміченою** (1,9%–1%) для концепту АНТИГЕРОЙ у 1977–2001 рр. і у 2002–2012 рр. є ознака АНТИГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / РОЗВИВАЄТЬСЯ / ЗМІНЮЄТЬСЯ (акціональний фрейм, схема стану / процесу – 1,1% та 1,6% відповідно). Серед інших ознак з **низьким рівнем відміченості** у 1977–2001 рр. виокремлено також такі: АНТИГЕРОЙ Є ЯК ГРАВЕЦЬ (компаративний фрейм, схема схожості / аналогії – 1,9%), АНТИГЕРОЙ Є НІБИ ЯВИЩЕ ПРИРОДИ (компаративний фрейм, схема подібності / метафори – 1,4%), АНТИГЕРОЙ Є ТАЄМНИЧИЙ (предметний фрейм, квалітативна схема – 1,1%), АНТИГЕРОЙ Є НИЖЧЕ ЗА ІНШИХ (предметний фрейм, локативна схема – 1,4%), АНТИГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ (стимул) РОЗВАГИ (акціональний фрейм, схема стану / процесу – 1,1%). У 2002–2012 рр. **низький рівень відміченості** також мають ознаки АНТИГЕРОЙ МАЄ ВАДИ (посесивний фрейм, схема інклюзивності – 1,6%), АНТИГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ (стимул) ВИГОДИ (акціональний фрейм, схема стану / процесу – 1,3%) та АНТИГЕРОЙ Є НАД ІНШИМИ (предметний фрейм, буттєва схема (локатив) – 1,1%). Інші ознаки було актуалізовано менше ніж у 1% усіх випадків актуалізації відповідних концептуальних ознак засобами мови.

Приклад (44) ілюструє вербалізацію ознаки АНТИГЕРОЙ МАЄ ВАДИ у 2002–2012 рр.:

(44) *SIF: He may speak about the good of Asgard, but he's always been jealous of Thor* (Thor).

Актуалізація цієї ознаки акцентує витоки злочинної діяльності антигероя Локі (*Loki*), який, маючи таке саме виховання і таланти як і його брат – герой Тор (*Thor*), заздрив братові, уявляючи, що його більше любить батько. Заздрощі є тією самою вадою, яка актуалізується в його образі за допомогою прикметника *jealous* та слугує підґрунтям для подальшої деградації персонажа.

Результати дослідження свідчать, що концептуальні ознаки, властиві концепту ГЕРОЙ, зустрічаються також і в змісті образної складової концепту АНТИГЕРОЙ і навпаки (наприклад, ГЕРОЙ / АНТИГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ; ГЕРОЙ / АНТИГЕРОЙ Є ІНШИЙ тощо). Утім, наступні ознаки є властивими лише одному з досліджуваної пари концептів: ГЕРОЙ Є СВІТЛИЙ (предметний фрейм, квалітативна схема), ГЕРОЙ Є ТАМ / ТОДІ, ДЕ НЕОБХІДНО (предметний фрейм, локативна / темпоральна схема), ГЕРОЙ Є НІБИ ПРИБИРАЛЬНИК (компаративний фрейм, схема подібності / метафори), ГЕРОЙ ЖЕРТВУЄ, ГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ ЧЕРЕЗ НЕОБХІДНІСТЬ (акціональний фрейм, схема стану / процесу), ГЕРОЙ КАРАЄ (акціональний фрейм, схема контактної дії), ГЕРОЙ СПРИЧНЯЄ ПОЗИТИВНІ ЯВИЩА (акціональний фрейм, схема каузації), ГЕРОЙ МАЄ ЧЕСНОТИ, ГЕРОЙ НЕ МАЄ ВИГОДИ (посесивний фрейм, схема партитивності / інклюзивності); АНТИГЕРОЙ Є ЗЛОЧИНЕЦЬ (ідентифікаційний фрейм, схема класифікації), АНТИГЕРОЙ НЕ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / НЕ РОЗВИВАЄТЬСЯ / НЕ ЗМІНЮЄТЬСЯ, АНТИГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ ЗАРАДИ ВИГОДИ, АНТИГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ ЧЕРЕЗ ГЕРОЯ (акціональний фрейм, схема стану/процесу), АНТИГЕРОЙ ОТРИМУЄ ПОКАРАННЯ (акціональний фрейм, схема контактної дії), АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ПРИВ'ЯЗАНОСТЕЙ (посесивний фрейм, схема інклюзивності). Увага може фокусуватися на спільних для двох концептів ознаках однаковим чином (наприклад, ознака ГЕРОЙ / АНТИГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ має високий та найвищий ступені відміченості і є салієнтною для обох концептів у обидва досліджувані періоди). Ознаки, які є спільними для двох концептів, можуть відрізняються за ступенем відміченості. Наприклад, ознака АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА має найвищий ступінь відміченості і є салієнтною, а ознака ГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА має найнижчий ступінь відміченості і не є салієнтною для відповідного концепту.

У змісті образної складової концепту ГЕРОЙ стабільно високий ступінь відміченості мають (отже, є салієнтними і перебувають у фокусі уваги) ознаки ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ, ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ та ГЕРОЙ РЯТУЄ / ЗАХИЩАЄ / ДОПОМАГАЄ, хоча кількісний показник ознаки ГЕРОЙ РЯТУЄ / ЗАХИЩАЄ / ДОПОМАГАЄ зростає у 1,7 рази у 2002–2012 рр. У цей період також спостерігається невелике зростання відміченості ознак ГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ (з 4% до 5,1%), ГЕРОЙ МАЄ ПРИВ'ЯЗАНOSTІ (з 4% до 4,9%), ГЕРОЙ ОБИРАЄ (ПРАВИЛЬНО) (з 1,5% до 2,3%). У той самий час суттєво (у 2,1 рази) знижується відміченість ознаки ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ, помірно знижується відміченість ознаки ГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА (з 5,2% до 2,5%), ГЕРОЙ Є ІНШИЙ (з 4,6% до 3,4%), ГЕРОЙ Є НІБИ (ЦІННА) РІЧ / ПРЕДМЕТ (з 3,5% до 1,9%), ГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ (з 2,5% до 1,1%).

Наведені результати свідчать про те, що основу образності для героя у 1977–2001 рр. складають його здібності та вміння і здатність застосувати їх в бою та для захисту інших. У 2002–2012 рр. ця основа розширюється та включає ідеї про обов'язок та самопожертву, при цьому роль героя як захисника суттєво зростає. Такі зміни в образності концепту дозволяють припустити наявність соціально-культурного зсуву у змісті концепту, коли роль героя стає роботою, пов'язаною із захистом і самопожертвою. Більш того, образ героя більше наближається до образу звичайної людини – тобто, героя роблять таким не особливі здібності, а те, як він їх застосовує. Такі спостереження узгоджуються з висновком, що американський погляд на героїзм змінився через самопожертву пожежних під час терористичної атаки на Нью-Йорк – людей “з плоті й крові, які просто мовчки робили те, що мали робити. Американці почали переосмислювати своє визначення героїзму і у своїх спробах це зробити почали шукати героїв, які у буквальному розумінні слова були навколо них” [367, с. 33].

Щодо концепту АНТИГЕРОЙ, при збереженні найбільшого акценту в обидва періоди на негативних наслідках дій антигероя (АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА) та стабільно високому фокусі уваги на його здібностях (АНТИГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ), амбітності (АНТИГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ), нездорових моральних орієнтирах (АНТИГЕРОЙ Є НЕЗДОРОВИЙ / ХВОРИЙ), помірно

зростає відміченість таких ознак як АНТИГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА (з 2% до 4,3%), АНТИГЕРОЙ Є ЯК ГРАВЕЦЬ (з 1,9% до 2,9%), АНТИГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ РОЗВАГИ (з 1,1% до 2,7%), АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ОБМЕЖЕНЬ (з 0,6% до 2,7%). У той самий час відміченість окремих ознак зменшується з високої до середньої (АНТИГЕРОЙ Є БОЄЦЬ – з 7,1% до 3,5%) або з середньої до низької (АНТИГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ – з 3,9% до 2,4%, АНТИГЕРОЙ Є НІБИ ТВАРИНА – з 4,1% до 2,1%). Актуалізуються нові ознаки (наприклад, АНТИГЕРОЙ Є НІБИ РІЧ / ПРЕДМЕТ). Таким чином, роль у змісті образної складової концепту ознак, пов'язаних зі стратегічно-маніпулятивними діями (АНТИГЕРОЙ ВИКОРИСТОВУЄ ІНШИХ), здібностями (АНТИГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ) та негативними наслідками діяльності антигероя (АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА), є незмінно великою. Роль ознак, пов'язаних з відкритою войовничістю (АНТИГЕРОЙ Є БОЄЦЬ; АНТИГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ), суттєво зменшується. Нарешті, роль ознак, пов'язаних з мотивацією антигероя (АНТИГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ; АНТИГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ РОЗВАГИ), його відмежуванням від суспільства (АНТИГЕРОЙ Є ІНШИЙ) та зневагою до кордонів та меж (АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ОБМЕЖЕНЬ) збільшується.

Детально градацію відміченості ознак образної складової досліджуваних концептів у 1977–2001 рр. та у 2002–2012 рр. репрезентовано у Додатках 3 та К.

2.5. Актуалізація ціннісної та образної складових концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ у наративних патернах американського кінодискурсу

У ціннісній складовій концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ у межах одного концепту актуалізуються протилежні ознаки. Поясненням цьому може слугувати як динаміка сюжету, так і внутрішній конфлікт образу. Для образної складової було виявлено таку саму тенденцію. Наприклад, у образній складовій концепту ГЕРОЙ у кінодискурсі актуалізовано протилежні за змістом ознаки ГЕРОЙ МАЄ ЧЕСНОТИ ТА ГЕРОЙ МАЄ ВАДИ; ГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ та ГЕРОЙ ЗАХИЩАЄ / РЯТУЄ / ДОПОМАГАЄ; ГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ ТА ГЕРОЙ НЕ МАЄ ОБМЕЖЕНЬ; ГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ та ГЕРОЙ Є СВІТЛИЙ; ГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ ПОЗИТИВНІ ЯВИЩА та ГЕРОЙ

СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА. Такі ознаки як ГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ РОЗВАГИ, ГЕРОЙ ВИКОРИСТОВУЄ ІНШИХ, ГЕРОЙ НЕ МАЄ ОБМЕЖЕНЬ є характерними для антигероя, але okazіонально актуалізуються також для героя. Така сама тенденція є характерною для концепту АНТИГЕРОЙ: у змісті його образної складової актуалізуються протилежні за змістом ознаки АНТИГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / РОЗВИВАЄТЬСЯ / ЗМІНЮЄТЬСЯ та АНТИГЕРОЙ НЕ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / НЕ РОЗВИВАЄТЬСЯ / НЕ ЗМІНЮЄТЬСЯ; АНТИГЕРОЙ Є НАД ІНШИМИ та АНТИГЕРОЙ Є НИЖЧЕ ЗА ІНШИХ; АНТИГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ та АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ОБМЕЖЕНЬ, а такі актуалізовані для антигероя в дискурсі ознаки як АНТИГЕРОЙ Є ЯК ВЗІРЕЦЬ/ЕТАЛОН, АНТИГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ ІНШИХ є характерними для героя. Уважаємо, що певні з наведених протиріч є онтологічними (наприклад, ГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ та ГЕРОЙ Є СВІТЛИЙ; АНТИГЕРОЙ Є ІНШИЙ та АНТИГЕРОЙ Є ТАКИЙ, ЯК ІНШІ тощо), а інші виникають через необхідність сфокусувати увагу на відповідних елементах загального образу відповідно до етапу розвитку сюжетної лінії.

Окремі концептуальні ознаки зі структури концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ не перебувають у фокусі уваги постійно. Такі ознаки стають салієнтними, коли відповідні сигнали (вербальні та невербальні) активують їх у свідомості глядача. Саме салієнтні ознаки примушують глядача усвідомити сюжет в цілому та допомагають йому сприйняти конкретний етап створюваного наративу, який відповідає певній стадії шляху героя або антигероя.

Використовуючи у якості основи для аналізу сюжету класичну формулу мономіфу [138; 285], формулу американського мономіфу [344] та подальші дослідження сучасної героїки щодо шляху антигероя [269], ми установили, що зміни у салієнтності ознак, які виявляються у зміні рівня їх відміченості, відбуваються у межах елементів відповідних наративів для героя та антигероя, які ми поєднали в наступні блоки:

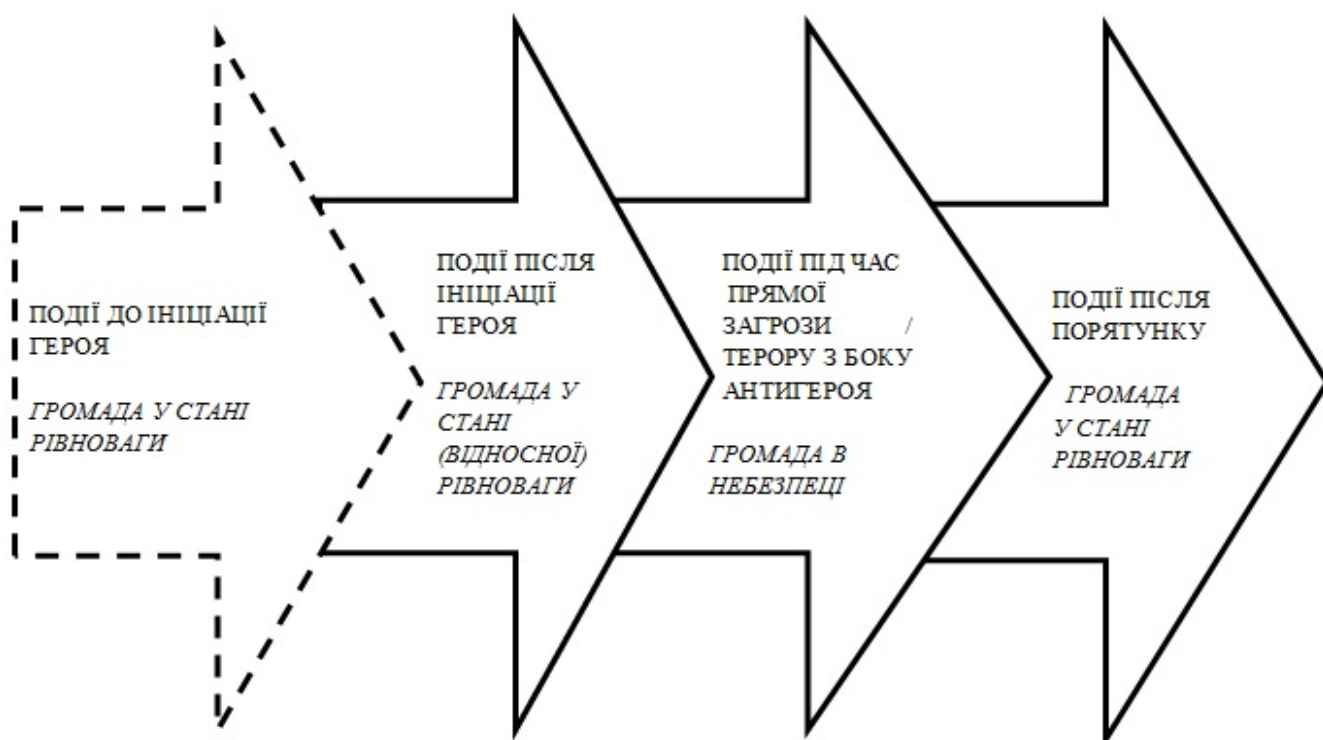


Рис. 2.1. Етапи наративу, у межах яких зафіксовано зміни у відміченості концептуальних ознак для концепту ГЕРОЙ

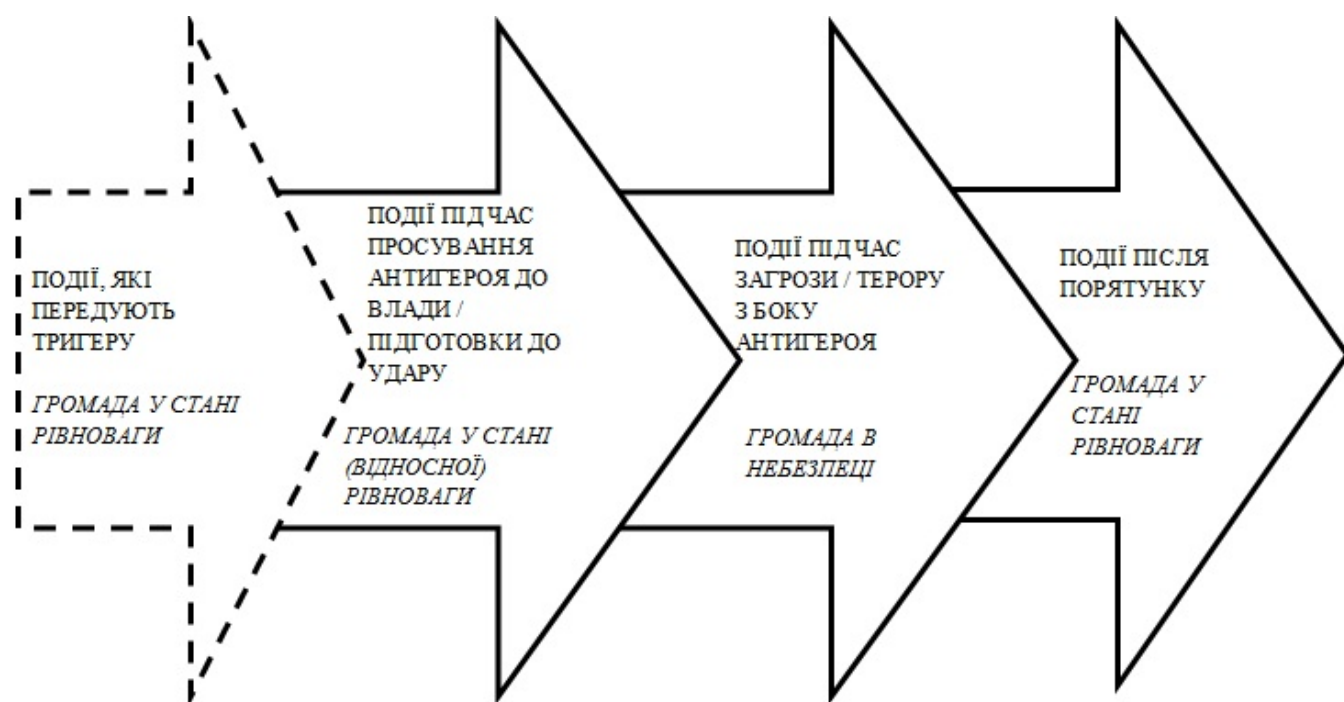


Рис. 2.2. Етапи наративу, у межах яких зафіксовано зміни у відміченості концептуальних ознак для концепту АНТИГЕРОЙ

Етапи наративу, які включають події до ініціації героя або тригера, після якого схожий процес відбувається із антигероем, не є обов'язковими і можуть не бути

включеними у сюжетну лінію, тому вони окреслені пунктиром. Частково це зумовлено використанням одних і тих самих героїв та антигероїв у різних сюжетах, які відповідають різним циклам шляху героя або антигероя. Розглянемо окремо тенденції, установлені для ціннісної та образної складової концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ.

2.5.1. Зміни в ціннісний складовій концептів за етапами наративу

Попри загальну позитивну оцінку героя, у ході розвитку сюжету на різних етапах відбувається зміна оцінки з позитивної на негативну та навпаки. На етапі “події до ініціації героя” у більшості випадків актуалізується позитивна оцінка, вербалізована такими лексичними одиницями: іменники *a blessing, a virtue*, прикметники *nice, lovable, great*, дієсловами *to cheer, to welcome, to love*, фразами *kind enough, to be credit to a (human) race, to be proud, to have caring for, virtuous spirit*, пестливою формою імені (*Annie*, похідне від *Anakin*). У авторських ремарках оцінка вербалізується фразами на позначення знаків кінесичного та проксемічного невербального коду, у яких також актуалізується схвалення та позитивне ставлення оточуючих позитивних персонажів: *to pat on the back, to give a kiss, to give a hug* та ін.

Водночас, негативна оцінка героя також неодноразово актуалізується засобами мови: іменниками *freak, arrogance, stupidity*, прикметниками *unworthy, wrong, vain, greedy, cruel, not pleased*, дієсловом з заперечною часткою *not to like*, та ін. З одного боку, це пояснюється тим, що герой до ініціації є або звичайною людиною з відповідними слабостями, або надто відрізняється від інших, через що вони сприймають його негативно. З іншого боку, моральні орієнтири героя можуть змінитися після ініціації.

Наведену тенденцію ілюструє приклад (45) з кінофільму “Spider-Man”, де негативна оцінка героя Пітера Паркера (*Peter Parker*), який після ініціації (укусу радіоактивного павука) стане Спайдерменом (*Spider-Man*), актуалізується через комбінацію знаків вербального та невербального коду:

(45) (*Peter climbs onto the bus, breathless, limping.*)

PETER: Thanks... sorry... sorry... thanks...

(He eyes an open seat next to a GEEKY GIRL with a mouthful of braces. She makes eye contact with Peter, moves her books to occupy the vacant space.)

GEEKY GIRL: Don't even think about it (Spider-Man).

Пітер не може знайти вільне місце у шкільному автобусі, оскільки ніхто не хоче з ним товаришувати. Дівчина, поряд із якою є вільне місце, експліцитно демонструє Пітерові своє негативне ставлення: вона кладе книги на вільне місце поряд із собою. Негативна оцінка актуалізується через поєднання кінесичного компоненту (*moves her books*) із проксемічним (*to occupy the vacant space*) і далі інтенсифікується через підвищення категоричності відмови вербальними засобами (*don't even think about it*).

На етапах “після ініціації героя (“громада у стані (відносної) рівноваги”) та “під час прямої загрози або терору з боку антигероя” (“громада в небезпеці”) розширюється набір мовних засобів для актуалізації позитивної оцінки героя (дієслово *to idolize*, прикметники *excited, remarkable, amazing, grateful, delightful*, іменники *marvel, wonder, sweetie*, словосполучення *guardian angel*, фрази *to be an honor, too good to be true, love it, way to go, to be good to have smb back* та ін.). Негативна оцінка на цих етапах актуалізується, окрім указаних випадків, через маніпуляції антигероя, а також через те, що герой, намагаючись виконати свій обов’язок та урятувати інших людей, жертвує, у тому числі, своїм позитивним іміджем в очах суспільства. Прикладами мовних засобів актуалізації негативної оцінки на цих етапах слугують такі лексичні одиниці: іменники *menace, monster, problem, freak, shame, phony, risk*, прикметники *disgusted, awful, reckless, foolhardy*, дієслово *to hate*, словосполучення *filthy demon* та ін.).

Звернімося до прикладу (46) у якості ілюстрації:

(46) *BOB holds up a drawing of a HUMAN BAT, with an awful, fanged rodent's face, wearing a business suit. The caption reads: "HAVE YOU SEEN THIS MAN?" (Batman).*

Герой Бетмен (*Batman*) на етапі “громада у стані (відносної) рівноваги”, коли жителям міста не загрожує справжня небезпека, оцінюється негативно. Ця ознака

актуалізується у лексемі *awful* та візуальному кодi (Бетмен зображується у карикатурі як потворна, огидна істота).

З появою справжньої загрози (відкритого нападу антигероя Джокера) оцінка Бетмена змінюється з негативної спочатку на невизначену, а потім позитивну. Саме у статусі героя із позитивним іміджем Бетмен починає новий цикл свого шляху в кінострічці “Batman Returns”. Проте на етапі “громада в небезпеці” оцінка знову змінюється, як показує приклад (47):

(47) PENGUIN: *I always say the opera isn't over until the fat lady comes off stage, cuts open your stomach, and shows you your intestines. You saw how easily I took your guardian angel Batman and made him look like a filthy demon. Wait till you see what I have planned for the rest of Gotham's pilgrims* (Batman Returns).

Через маніпуляції антигероїв Макса Шрека (*Max Schreck*) та Пінгвіна (*Penguin*) в очах громадськості оцінка Бетмена змінюється з позитивної на негативну. У наведеному епізоді обидва полюси оцінки вербалізуються за допомогою словосполучень *guardian angel* та *filthy demon*.

Позитивну оцінку героя на цьому етапі наративу ілюструє приклад (48). Герой Спайдермен (*Spider-Man*) повертається до своїх обов’язків після періоду кризи віри у себе та свої можливості. Люди, щойно врятовані ним від смерті, повертають йому маску, яку він загубив, намагаючись зупинити некерований потяг метро:

(48) (PASSENGER 1) - *It's all right.*

(BOY PASSENGER 1) - *We found something.*

(BOY PASSENGER 2) - *We won't tell nobody. It's good to have you back,* Spider-Man (Spider-Man 2).

Люди імпліцитно висловлюють позитивну оцінку через вираження підтримки (*It's all right*) готовність зберігати таємницю про його особистість (*We won't tell nobody*), а один із пасажирів експліцитно виражає своє схвалення, використовуючи лексему *good* для оцінки факту повернення героя (*It's good to have you back*).

На етапі наративу “події після порятунку”, коли громада знов перебуває у стані рівноваги, для героїв актуалізується позитивна оцінка (прикметними *thankful*, *proud*, словосполучення *to say thank you*, іменник *rejoicing* та ін.) з поодинокими

випадками актуалізації негативної оцінки (словосполучення *so-called heroes*, прикметник *dangerous*). У прикладі (49) проілюстровано обидві оцінки:

(49) *SENATOR BOYNTON: These so called heroes have to be held responsible for the destruction done to the city. This was their fight. Where are they now?*

WAITRESS: What? That this was somehow their fault? Captain America saved my life. Wherever he is, wherever any of them are, I just wanna say thank you (The Avengers).

Під час максимального загострення конфлікту в кінофільмі команда героїв виступає єдиним фронтом проти антигероя Локі (*Loki*) та армії інопланетних чудовиськ, яким він відкрив шлях на Землю. Під час битви місту було завдано великої шкоди. Після того, як планету було врятовано, саме на цьому аспекті акцентує увагу політик (*Senator Boynton*), надаючи негативну оцінку через використання прикметника *so called*, який фактично заперечує значення іменника *heroes*, модифікованого ним. Водночас, висловленням точки зору простих жителів міста є врятована героями безіменна офіціантка, позитивну оцінку якої виражено у словосполученні *to say thank you*.

Для концепту АНТИГЕРОЙ було встановлено схожу тенденцію, відповідно до якої оцінка змінюється на різних етапах наративу, хоча в цілому для антигероя актуалізується негативна оцінка.

Для етапу “події, які передують тригеру”, якщо в наративі кінофільму наявний такий етап, характерна актуалізація як позитивної оцінки (словосполучення *great honor, good friend, good man*, фраза *doesn't seem so bad*, іменник *idol*, прикметники *decent, the best, heroic*), так і негативної (прикметники *ominous, wicked, hideous, meaningless*). Превалювання позитивної оцінки на цьому етапі пояснюється тим, що у змісті концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ є однакові концептуальні ознаки, але під впливом різних факторів персонажі, які втілюють ці концепти, обирають протилежні шляхи. Проілюструємо за допомогою прикладу (50):

(50) *HARRY: (Moving around car to sidewalk) Peter, this is my father, Norman Osborn.*

PETER: Great honor to meet you (Spider-Man).

Антигероєм є Норман Осборн (*Norman Osborn*), батько найкращого друга героя Пітера Паркера (*Peter Parker*, справжнє ім'я героя Спайдермена (*Spider-Man*)). До події-тригера Норман був владним, але справедливим чоловіком, який важко працював та мав репутацію поважного бізнесмена. У наведеному прикладі син Нормана, Гаррі, знайомить Пітера із батьком, і свою позитивну оцінку герою виражає за допомогою іменника *honor*, позитивне значення якого інтенсифіковано прикметником *great*.

На етапі наративу “просування антигероя до влади або підготовки до нанесення відкритого удару” (“громада у стані (відносної) рівноваги”) у ціннісній складовій концепту також головним чином актуалізується негативна оцінка за допомогою мовних засобів вербального і невербального коду. До вербального коду відносимо такі лексичні одинці: іменники *scum*, *creep*, *malice*, *weasel*, *menace*, *bastard*, *insult*, прикметники *vicious*, *evil*, *insidious*, *twisted*, *wrong*, *perverted*, *horrendous*, *sinister*, *heinous*, словосполучення *hostile force*, *bad man*, фрази *should be at the bottom of the river*, *damn smb*. Прикладами невербального коду є фрази на позначення відповідних дій: *to throw objects at smb*, *to shake one's head* (кінесика – люди кидають предмети у того, хто викликає у них відразу та хитають головою для вираження несхвалення) та ін.

Разом із тим, в образі антигероя на цьому етапі засобами мови неодноразово актуалізується позитивна оцінка. З одного боку, це пояснюється маніпуляціями антигероя зі своїм іміджем під час просування до владної позиції, з іншого – якщо антигерой до ініціації керувався позитивними моральними принципами – поступовістю моральної деградації.

Ілюстрацією актуалізації експліцитної позитивної оцінки антигероя слугує приклад (51):

(51) ANAKIN: *Not another lecture, Master. Not on the economics of politics... It's too early in the morning... and besides, you're generalising. The Chancellor doesn't appear to be corrupt.*

OBI-WAN: *Palpatine's a politician, I've observed that he is very clever at following the passions and prejudices of the Senators.*

ANAKIN: I think he is a good man. My instincts are very positive about... (Star Wars: Episode 2 – Attack of the Clones)

Антигерой Канцлер Палпатин (*Chancellor Palpatine*) повільно реалізує свій план із установлення своєї абсолютної влади у Галактичній Республіці і майстерно вибудовує свої відносини з потрібними йому людьми, у тому числі – з героєм Енакіном Скайуокером (*Anakin Skywalker*), для якого Канцлер є гідною людиною. Позитивна оцінка актуалізується через заперечення негативної характеристики (*doesn't appear to be corrupt*) та у прикметниках *good* та *positive*. Для учителя Енакіна, Обі-Вана (*Obi-Wan*), оцінка канцлера не є визначеною. Це вербалізується імпліцитно за допомогою іменника *politician*, значення якого розкривається в пасажі “*I've observed that he is very clever at following the passions and prejudices of the Senators*”, який підкреслює хитрість Палпатина та схильність до маніпуляції.

На етапі “громада в небезпеці” в портретуванні антигероїв позитивна оцінка (фраза *there is good in smb*, словосполучення *a very nice woman*, *Man of the Year*) актуалізується лише в поодиноких випадках – для підкреслення контрасту між створеним публічним іміджем та реальною особистістю антигероя, а також для підкреслення внутрішнього конфлікту антигероя, якщо відповідний персонаж має надію на спокуту провини. У більшості випадків на цьому етапі дії та мотиви антигероя стають очевидними для громади і отримують відповідну оцінку (негативну):

(52) *Loki searches his father's face, looking for some kind of approval, some kind of redemption, but all he sees is disappointment and regret. Loki lets go* (Thor).

У наведеному прикладі антигерой Локі (*Loki*), який на етапі “просування антигероя до влади” мав позитивну оцінку (*a good son*), на етапі “події під час загрози / терору” (“громада в небезпеці”), коли про всі його вчинки стало відомо, отримує негативну оцінку з боку батька, чийого схвалення він так бажав. Негативна оцінка актуалізується через використання іменників *disappointment* та *regret*.

Етап “події після порятунку” передбачає нейтралізацію як самої загрози, так і її уособлення, тому приклади актуалізації концептуальних ознак ціннісної складової концепту є поодинокими. Практично в усіх випадках (окрім використання лексеми

evil) актуалізується позитивна оцінка, виражена через ставлення інших персонажів (*rest his soul, to mourn, to watch sadly*), яка відповідає наявності позитивної оцінки в портретуванні персонажа на стадії “події, які передують тригеру”:

(53) *Luke sets a torch to the logs stacked under a funeral pyre where his father's body lies, again dressed in black mask and helmet. He stands, watching sadly, as the flames leap higher to consume Darth Vader – Anakin Skywalker* (Star Wars: Episode VI – Return of the Jedi).

Одержавши вирішальну перемогу та знищивши тирана – Імператора Палпатина (*Emperor Palpatine*), у образі якого ознаки концепту АНТИГЕРОЙ більше не актуалізуються, – герой Люк Сайуокер (*Luke Skywalker*) влаштовує похорон батькові (антигерой *Darth Vader*, справжнє ім'я – Енакін Скайуокер (*Anakin Skywalker*)). Той у останній момент перейшов на бік добра та спокутував свою провину. Позитивна оцінка людини, якою він знову став, виражається імпліцитно засобами невербального коду (кінесика) – *watching sadly* та ставленням головного позитивного персонажа (щирий сум через смерть батька).

Тож, хоча за результатами дослідження у ціннісній складовій концепту ГЕРОЙ переважає позитивна оцінка, а у концепті АНТИГЕРОЙ – негативна, на різних етапах наративу полюси оцінки змінюються. Для концепту ГЕРОЙ досить поширеною є актуалізація негативної оцінки на етапах “події до ініціації”, “події після ініціації” та “події під час загрози з боку антигероя”, але на етапі “після порятунку” оцінка майже виключно є позитивною. Для концепту АНТИГЕРОЙ позитивна оцінка симетрично актуалізується на етапі “події до тригера” та на етапі “події після порятунку” в образах тих персонажів, які спромоглися спокутувати провину. На етапах “просування до влади” та “події під час загрози / терору з боку антигероя” для концепту АНТИГЕРОЙ також актуалізується позитивна оцінка як результат маніпуляцій із іміджем або внутрішньої боротьби.

2.5.2. Зміни в образній складовій концептів за етапами наративу

Дослідження образної складової концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ за етапами наративу дозволило окреслити наступні тенденції у портретуванні відповідних персонажів.

Першу тенденцію виявлено для **салієнтних** ознак концептів (**з найвищим та високим ступенями відміченості**). Для концепту ГЕРОЙ на етапах “події до ініціації героя” та “події після ініціації героя” (“громада у стані рівноваги” або “відносної рівноваги”) **максимальну відміченість** (більше 10% випадків) має концептуальна ознака ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ (предметний фрейм, квалітативна схема – 14,7% та 11,2% випадків актуалізації концептуальних ознак на відповідних етапах). На етапі “події під час прямої загрози з боку антигероя” максимальна відміченість спостерігається для ознак ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ (ідентифікаційний фрейм, схема класифікації – 13,2% випадків) та ГЕРОЙ РЯТУЄ / ДОПОМАГАЄ / ЗАХИЩАЄ (акціональний фрейм, схема контактної дії – 11,6%). На етапі “події після порятунку” кількість випадків актуалізації ознак концепту ГЕРОЙ суттєво нижча, ніж на попередніх етапах, оскільки на цьому етапі відбувається стисле підведення підсумків. Утім, у нечисленній вибірці ознак, актуалізованих на цьому етапі, найвищий рівень відміченості має ознака ГЕРОЙ РЯТУЄ / ДОПОМАГАЄ / ЗАХИЩАЄ (12,8%).

Ознаки ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ та ГЕРОЙ РЯТУЄ / ДОПОМАГАЄ / ЗАХИЩАЄ також характеризуються **високим ступенем** відміченості на етапах “події до ініціації” та “події після ініціації” (під час перебування громади у стані рівноваги). Ознака ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ актуалізується у 7,8% до ініціації та 8,4% випадків після ініціації, а ознака ГЕРОЙ РЯТУЄ / ДОПОМАГАЄ / ЗАХИЩАЄ – у 6,9% та 7,4% випадків, відповідно. Ознака ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ також залишається серед ознак із високим ступенем відміченості на етапах “події під час прямої загрози / терору з боку антигероя” (8,8%) та “події після порятунку” (8,5%). Таким чином, хоча усі вказані ознаки залишаються салієнтними, коли громада перебуває в небезпеці, основний фокус уваги зміщується з обдарованості героя або наявності у

нього незвичайних вмінь або здатностей на функцію, яку герой виконує для громади – функцію рятівника та захисника.

Актуалізацію ознаки ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ на етапі “події після ініціації” ілюструє приклад (54):

(54) (*The title bar reads: "Combat Series 10 of 12," file categories flashing beneath it: Savate, Jujitsu, Ken Po, Drunken Boxing... Morpheus walks in.*)

MORPHEUS: How is he?

(Tank looks at his watch, rubs his eyes.)

TANK: Ten hours straight. He's a machine.

<...>

NEO: This is incredible. I know Kung Fu (The Matrix).

Згадана ознака актуалізується через знаки вербального й невербального коду, пов'язані з військовою діяльністю. Герой Нео (*Neo*), пройшовши ініціацію, вчиться навичкам та вмінням, які допоможуть йому протистояти програмам-агентам у вигаданому світі Матриці. У свідомість Нео завантажуються знання про бойові мистецтва, у назвах яких і вербалізовано відповідні референції (*Savate, Jujitsu, Ken Po, Drunken Boxing, Kung Fu*) а також через іменник-гіперонім *combat*. Окрім цього, у ствердженні *he's a machine* також актуалізується ознака ГЕРОЙ Є НІБИ МЕХАНІЗМ / МАШИНА. Розум Нео працює ефективно та невпинно протягом тривалого часу, демонструючи нелюдську витривалість, яка дивує і оператора завантаження (*Tank*), і наставника Нео (*Morpheus*).

Для етапу “події до ініціації героя” високим ступенем відміченості (9,9%–6,0%) також визначаються ознаки ГЕРОЙ Є ІНШИЙ (6,5%) та ГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / РОЗВИВАЄТЬСЯ / ЗМІНЮЄТЬСЯ (6,5%). Ознака ГЕРОЙ Є ІНШИЙ актуалізується на наступних етапах, але її відміченість поступово зменшується, починаючи з етапу “після ініціації героя” (4,5%) і далі на етапі “події під час прямої загрози від антигероя” (3,3%). На етапі “події після порятунку” згадана ознака актуалізується, але її доля у вибірці складає усього 2,1%. Рівень відміченості ознаки ГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / РОЗВИВАЄТЬСЯ / ЗМІНЮЄТЬСЯ також поступово знижується на етапах “події після ініціації героя” та “події під час прямої загрози /

терору з боку антигероя” (5,7% та 2,6% відповідно), але ця ознака також складає 4,3% випадків актуалізації концептуальних ознак на етапі “після порятунку”. Такі зміни пояснюються тим, що герой, знаходячи своє місце в житті громади, інтегрується в нього, тому акцент на його “іншості” стає менш вираженим. Щодалі герой просувається своїм шляхом, то менш підкреслюється необхідність вчитися та змінюватися для завершення циклу шляху героя. Новий цикл потребує нових знань, тому відповідна ознака актуалізується й на етапі “події після порятунку”.

Ілюстрацією ознаки ГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / РОЗВИВАЄТЬСЯ / ЗМІНЮЄТЬСЯ є приклад (55):

(55) *PADME Mentors have a way of seeing more of our faults than we would like. It's the only way we grow.*

ANAKIN: Don't get me wrong... Obi-Wan is a great mentor. As wise as Master Yoda and as powerful as Master Windu. I am truly thankful to be his apprentice. Only... although I'm a Padawan learner, in some ways... a lot of ways... I'm ahead of him. I'm ready for the trials. I know I am! He knows it too. He believes I'm too unpredictable... Other Jedi my age have gone through the trials and made it... I know I started my training late... but he won't let me move on (Star Wars: Episode II – Attack of the Clones).

Герой Енакін Скайуокер (*Anakin Skywalker*) жаліється своїй подрузі на те, що йому інколи буває важко у його навчанні в Ордені лицарів-джедаїв, оскільки йому хочеться рухатися вперед швидше, ніж дозволяє його вчитель Обі-Ван (*Obi-Wan*). Утім, він усвідомлює необхідність навчання та розвитку, хоча йому не вистачає терплячості, щоб через це не перейматися. Мовними засобами актуалізації згаданої концептуальної ознаки є дієслова *to grow*, та *to move on*, іменники *learner*, *apprentice*, *training*, а також іменник *mentor* (через який також актуалізується зв'язок із концептами НАВЧАННЯ та РОЗВИТОК).

На етапах “події після ініціації героя” та “події під час прямої загрози з боку антигероя” високим ступенем відміченості характеризується також ознака ГЕРОЙ має (ВАЖКИЙ) ОBOB'ЯЗОК (посесивний фрейм, схема інклюзивності – 7,1% та 7,3% випадків відповідно). На етапі “події до ініціації” вона має середню (4,6%)

відміченість, а на етапі “після порятунку” актуалізується у 2,1% випадків. Ця ознака вербалізується за допомогою модальних дієслів (*must, have to, have got to*), лексичних одиниць з відповідною семою у структурі значення (*responsibility, duty*), а також лексичних одиниць на позначення ролі героя як роботи, служби (*to serve, to quit, to pledge oneself*). Важкість цієї ролі актуалізується у лексемах із відповідною семою у структурі значення (*burden, a certain weight, heavy, to endure*). Структурувати цю ознаку за внутрішньою логікою в межах посесивного фрейму дозволяють такі лексичні одиниці як *to have* або *to entrust (with a duty, responsibility)*.

Проілюструємо це за допомогою прикладу (56):

(56) *CLARK: I have to go back ... to the Fortress...*

LOIS: But what can you do? There's no way now...

CLARK: I have to try, dammit! Something, anything... (Superman II)

Під час подій, які передують наведеному епізоду, герой Супермен (*Superman*) відмовляється від своїх надзвичайних здібностей, щоб бути разом із коханою жінкою Лоїс (*Lois*), але саме в цей момент планета опиняється під загрозою. Герой розуміє, що його обов’язком є спробувати відновити свої сили у своїй схованці (*Fortress*), де є необхідне устаткування, та урятувати громаду. Ознака актуалізується за допомогою модального дієслова *to have to*.

На етапах “події під час прямої загрози з боку антигероя” та “події після порятунку” високим рівнем відміченості також характеризується ознака ГЕРОЙ ЖЕРТВУЄ (акціональний фрейм, схема стану / процесу – 6,3% та 6,4% випадків, відповідно), яка на попередніх етапах характеризується середнім (5,9%–2,0%) рівнем відміченості, ближче до низького – 2,8% на обох етапах.

На етапі “події після порятунку” високий рівень відміченості також має ознака ГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ (посесивний фрейм, схема інклюзивності – 8,5%), яка має середній рівень відміченості на попередніх трьох етапах наративу, але на етапах “до ініціації” та “після ініціації” цей рівень є вищим, ніж на етапі “прямої загрози з боку антигероя” (5% та 5,1% проти 3,9%, відповідно).

Актуалізацію наведеної ознаки на завершальному етапі наративу ілюструє приклад (57):

(57) *SPIDER-MAN: (V.O.) Tell her you love her. Tell her who you are.*

PETER: I... can't...

M.J.: You can't what?

PETER: Tell you everything. I mean there's So much to tell.

M.J.: Yes. So much to tell.

PETER: To tell the girl next door.

M.J.: But is that all I am?

PETER: Oh, no! You're the amazing girl next door, Mary Jane the amazing, amazing girl, and I want you to know that I will always be there for you, I will always be there to take care of you. I promise you that. I wish I could give you more than that, but you must know... that you will always be safe (Spider-Man).

Під час подій, що передують наведеному епізоду, на етапі “прямої загрози” антигерой Зелений Гоблін (*Green Goblin*) використав кохану дівчину героя Пітера Паркера (*Peter Parker*, справжнє ім'я героя Спайдермена (*Spider-Man*)) Мері Джейн (*M.J.*) у якості заручниці, щоб заманити його в пастку. Хоча загрозу було нейтралізовано, герой розуміє, як небезпечно для дівчини бути разом із ним, і які обмеження на його життя це накладає. Коли Мері Джейн зізнається йому в коханні, він дуже хоче їй розповісти про свою таємницю, але окреслює межу, яку не може перетнути, і відмовляє їй. Ознака ГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ актуалізується за допомогою поєднання модального дієслова *can* з заперечною часткою *not* на позначення неможливості дії, займенника *all* із обмежувальним значенням, використання умовного способу (*I wish I could*) на позначення нереальності умови розширення установленої межі (*give more than that*) порівняно із повним обсягом можливості (*there's So much*).

Таким чином, зміни у рівні відміченості салієнтних ознак свідчать про переміщення у ході розгортання наративу фокусу уваги з характеристик, якими героя наділяє доля або випадок, та необхідності розвиватися на соціально-культурну роль бійця, захисника, який має обов'язок перед громадою та приносить жертви заради виконання цього обов'язку, але чия діяльність залишається в межах, установлених суспільством, мораллю, або самим героєм.

У свою чергу, для концепту АНТИГЕРОЙ на етапі “події, які передують тригеру” ознакою з **максимальним** ($\geq 10\%$) **ступенем відміченості** є ознака АНТИГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ (предметний фрейм, квалітативна схема – 21,9%). Вона залишається салієнтною і на наступних етапах – “події під час просування антигероя до влади або підготовки до удару” та “події під час прямої загрози з боку антигероя”, але має нижчий рівень відміченості (6,5% та 7,4%, відповідно). Для етапу “просування до влади” максимально відміченими є ознаки АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА (13,8%) та АНТИГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ (11,4%). Перша з зазначених ознак також має максимальний ступінь відміченості на наступному етапі (“події під час прямої загрози або терору”), але частотність випадків її актуалізації значно зростає – до 24,1%. Ознака АНТИГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ на цьому етапі також має **високий** (9,9%–6,0%) ступінь відміченості (9,3%), як і на етапі до дії тригера (7,8%), але не максимальний.

Актуалізацію ознаки АНТИГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ на етапі “просування до влади / підготовки до удару” ілюструє приклад (58):

(58) *The awesome, seven-foot-tall Dark Lord of the Sith makes his way into the blinding light of the main passageway. This is Darth Vader, right hand of the Emperor. His face is obscured by his flowing black robes and grotesque breath mask, which stands out next to the fascist white armored suits of the Imperial stormtroopers. Everyone instinctively backs away from the imposing warrior and a deathly quiet sweeps through the Rebel troops. Several of the Rebel troops break and run in a frenzied panic* (Star Wars: Episode IV – A New Hope).

Під керівництвом антигероя Дарта Вейдера (*Darth Vader*) підвладні тирану-Імператору (*the Emperor*) війська захоплюють корабель, на якому за його даними знаходиться інформація, необхідна для придушення повстанського руху. Поява Вейдера на борту жахає не тільки повстанців, але й підвладних йому військових. Концептуальну ознаку актуалізовано мовними засобами на позначення знаків невербального коду (кінесичних та проксемічних) – *to instinctively back away, to break and run*, а також лексичних одиниць із відповідним компонентом значення,

використаних для опису ефекту від присутності антигероя – *awesome, imposing, a frenzied panic*.

На етапі “події після порятунку”, коли антигероя уже нейтралізовано, ознаки з образної складової відповідного концепту актуалізуються лише у поодиноких випадках. Це пояснюється темпоральними обмеженнями завершального етапу наративу, а також тим, що шлях антигероя у більшості випадків закінчується його фізичним усуненням. Тобто персонаж, у якому об’єктивується відповідний концепт, на цьому етапі у низці випадків узагалі фізично не існує, а відповідні концептуальні ознаки актуалізуються через його згадування іншими персонажами. З наявної нечисленної вибірки, яка відповідає цьому етапу, 21,1% відсотків випадків репрезентовано ознакою АНТИГЕРОЙ ОТРИМУЄ ПОКАРАННЯ (акціональний фрейм, схема контактної дії, АНТИГЕРОЙ – малефактив).

Актуалізацію відповідної ознаки на означеному етапі ілюструє приклад (59):

(59) (*The WARDEN looks up in astonishment as SUPERMAN whizzes down through the air holding LUTHOR and OTIS with either arm, lands directly in front of them.*)

SUPERMAN: Hello, Warden. I think these men should be safe here with you until they can get a fair trial (Superman).

Зупинивши антигероя Лекса Лутора (*Lex Luthor*) та зруйнувавши його план зі знищення західного узбережжя США, герой Супермен (*Superman*) передає самого Лутора та його помічника (*Otis*) в руки правосуддя, залишивши їх прямо на території виправного закладу. Ознака актуалізується через зазначення варіанту покарання (*a fair trial*).

Серед інших ознак із високим (9,9%–6,0%) рівнем відміченості на етапі “події, які передують тригеру” (за наявності такого етапу) виокремлено такі: АНТИГЕРОЙ МАЄ ВАДИ (посесивний фрейм, схема інклюзивності – 9,4%), АНТИГЕРОЙ Є ЗЛОЧИНЕЦЬ (ідентифікаційний фрейм, схема класифікації – 7,8%), АНТИГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА (компаративний фрейм, схема подібності / метафори – 6,3%). Рівень відміченості всіх зазначених ознак суттєво нижчий на наступних етапах наративу.

Актуалізацію ознаки АНТИГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА на етапі “події, які передують тригеру” ілюструє приклад (60). Один з антигероїв фільму – Пінгвін (*Penguin*) – народився з фізичними вадами, через які його батьки невдовзі позбулися дитини, викинувши кошик із немовлям у каналізаційний стік, що відіграє роль тригера у наративі антигероя:

(60) *Disturbing other-worldly Gaas and Goos chill the air. Mother's moans turn to howls. The Father stops and gapes the cigarette holder out of his mouth to see a SCREECHING NURSE wail out of the mansion room and disappear down the other end of the hallway* (Batman Returns).

Згаданий метафоричний переніс актуалізується за допомогою прикметника *other-worldly*, який використано для опису звуків, які видавало немовля, щойно з'явившись на світ. Окрім цього, за допомогою мовних засобів на позначення проксемічних та просодичних знаків невербального коду, які демонструють реакцію людей на зовнішність дитини, актуалізується ознака АНТИГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ (*howls, screeching, wail out of the mansion room*).

Для етапів “події під час просування антигероя до влади” та “події під час прямої загрози / терору з боку антигероя” високим ступенем відміченості характеризуються також ознаки АНТИГЕРОЙ ВИКОРИСТОВУЄ ІНШИХ (акціональний фрейм, схема контактної дії, ІНШІ – малефактив; 8,3% та 8,6%, відповідно), АНТИГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ (посесивний фрейм, схема інклюзивності – 6,9% та 6,6%, відповідно) та АНТИГЕРОЙ Є НЕЗДОРОВИЙ / ХВОРИЙ (предметний фрейм, квалітативна схема – 6,7% та 8,8%, відповідно). Окрім цього, на етапі “події під час прямої загрози” до салієнтних також належить ознака АНТИГЕРОЙ Є БОЄЦЬ (ідентифікаційний фрейм, схема класифікації – 6,6%), яка на етапі “події під час просування антигероя до влади” має середній (5,9%–2,0%) рівень відміченості – 5,3% і, відповідно, не перебуває у фокусі уваги. Ця ознака також у низці випадків актуалізується на завершальному етапі (“події після порятунку”) разом із ознакою АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА.

Актуалізацію ознаки АНТИГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ на етапі просування до влади ілюструє приклад (61). Означена концептуальна ознака відображує зв'язок концепту

АНТИГЕРОЙ із сутностями, які для відповідних персонажів втілюють уявлення про бажане. До мовних засобів актуалізації ознаки належить використання іменників та дієслів із відповідною семою (*desire, ambition, to want, to be after sth*), зазначення власне бажаного (найчастіше – влади) у поєднанні з присвійними займенниками або дієсловами *to have, to get* на позначення власності. У наведеному епізоді антигерой Дарт Сідіус (*Darth Sidious*, альтер-его поважного сенатора Палпатина (*Senator Palpatine*)) разом із своїм учнем Дартом Молом (*Darth Maul*) обговорюють план нанесення відкритого удару та цілі, яких вони хочуть цим досягти:

(61) *DARTH MAUL: At last we will reveal ourselves to the Jedi. At last we will have revenge.*

DARTH SIDIOUS: You have been well trained, my young apprentice, they will be no match for you. It is too late for them to stop us now. Everything is going as planned. The Republic will soon be in my command (Star Wars: Episode I – A Phantom Menace).

Амбіції антигероя включають помсту давнім ворогам – лицарям-джедаям (*we will have revenge*, бажаність акцентується за допомогою фрази *at last*) – та встановлення влади (*to be in one's command*) над Республікою.

Отже, зміни у рівні відміченості ознак концепту АНТИГЕРОЙ за етапами наративу свідчать про те, що антигерой незмінно пов'язаний із загрозою або небезпекою (АНТИГЕРОЙ ЗАГРОЖУЄ / ЛЯКАЄ), яка після події-тригера переходить з потенційної у реальну (АНТИГЕРОЙ СПРИЧНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА) на етапах “події під час просування антигероя до влади” та “події під час загрози / терору з боку антигероя”. До події-тригера фокус уваги припадає радше на буттєві характеристики антигероя (АНТИГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ), а після – на дієві (АНТИГЕРОЙ СПРИЧНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА). Акт порятунку громади призводить до нейтралізації антигероя і отримання ним покарання (АНТИГЕРОЙ ОТРИМУЄ ПОКАРАННЯ).

Окрім цього, вважаємо, що концептуальні ознаки з середнім (5,9%–2,0%) або низьким (1,9%–1%) ступенем відміченості (несалієнтні ознаки) слугують фоном для салієнтних ознак, активуючи у глядача (адресата кінотексту, створеного

колективним автором) необхідний елемент знання про природу, буття та суттєві характеристики персонажа. Такі ознаки не демонструють суттєвих змін у ступені відміченості на різних етапах наративу.

Для концепту ГЕРОЙ такими ознаками є:

- предметний фрейм: ГЕРОЙ Є САМОТНІЙ, ГЕРОЙ Є ТАЄМНИЧИЙ, ГЕРОЙ Є СВІТЛИЙ (квалітативна схема), ГЕРОЙ Є ТАМ / ТОДІ, ДЕ НЕОБХІДНО (локативна / темпоральна схеми), ГЕРОЙ Є НИЖЧЕ ЗА ІНШОГО та ГЕРОЙ Є НАД / ПЕРЕД ІНШИМИ (локативна схема);

- компаративний фрейм: ГЕРОЙ Є НІБИ (ЦІННА) РІЧ, ГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА, ГЕРОЙ Є НІБИ ЯВИЩЕ ПРИРОДИ (схема подібності / метафори), ГЕРОЙ Є ЯК ВЗІРЕЦЬ / ЕТАЛОН (схема схожості/аналогії);

- акціональний фрейм: (ГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ ЧЕРЕЗ НЕОБХІДНІСТЬ, ГЕРОЙ ІСНУЄ / ДІЄ ЗАРАДИ ІНШИХ, ГЕРОЙ ОБИРАЄ (ПРАВИЛЬНО), ГЕРОЙ СТРАЖДАЄ (схема стану/процесу) ГЕРОЙ КАРАЄ (схема контактної дії) та ін.;

- посесивний фрейм: ГЕРОЙ МАЄ ЧЕСНОТИ, ГЕРОЙ МАЄ ПРИВ'ЯЗАНОСТІ, ГЕРОЙ МАЄ ШЛЯХ / ПРИЗНАЧЕННЯ / МЕТУ (схема інклюзивності), ГЕРОЙ МАЄ ЩОСЬ, ЧАСТИНОЮ ЧОГО ВІН Є (схема інклюзивності/партитивності), ГЕРОЙ МАЄ ПОМІЧНИКІВ / СОЮЗНИКІВ (схема власності).

Для концепту АНТИГЕРОЙ фоновими ознаками є:

- предметний фрейм: АНТИГЕРОЙ Є ТАЄМНИЧИЙ, АНТИГЕРОЙ Є ІНШИЙ, АНТИГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ (квалітативна схема);

- компаративний фрейм: АНТИГЕРОЙ Є ЯК ГРАВЕЦЬ (схема схожості / аналогії), АНТИГЕРОЙ Є НІБИ МЕХАНІЗМ / МАШИНА, АНТИГЕРОЙ Є НІБИ ЯВИЩЕ ПРИРОДИ (схема подібності / метафори);

- акціональний фрейм: АНТИГЕРОЙ ІСНУЄ ЧЕРЕЗ ГЕРОЯ, АНТИГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ РОЗВАГИ, АНТИГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / РОЗВИВАЄТЬСЯ / ЗМІНЮЄТЬСЯ (схема стану / процесу);

- посесивний фрейм: АНТИГЕРОЙ МАЄ СОЮЗНИКІВ / ПОМІЧНИКІВ, АНТИГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ (схема власності).

Нарешті, є низка фонових концептуальних ознак, які актуалізуються на одному етапі та не актуалізуються на іншому, або відміченість яких підвищується з низького та найнижчого рівня (1,9%–1% та менш ніж 0,9%, відповідно) до середнього (5,9%–2,0%) на різних етапах, демонструючи еволюцію образів героя та антигероя відповідно до етапу наративу. Наприклад, у змісті концепту ГЕРОЙ на етапі “події до ініціації” актуалізуються такі ознаки, спільні для змісту концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ: ГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ, ГЕРОЙ МАЄ ВАДИ (посесивний фрейм, схема інклюзивності), ГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ РОЗВАГИ, ГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА (акціональний фрейм, схеми стану / процесу), які або зовсім не актуалізуються на етапі “після ініціації героя”, або ступінь їх відміченості знижується до дуже низького (менше 1%) з наступними етапами. З іншого боку, на етапах “після ініціації” та “під час прямої загрози від антигероя” актуалізуються такі ознаки: ГЕРОЙ Є НІБИ ТВАРИНА, ГЕРОЙ Є ЯК ГРАВЕЦЬ (компаративний фрейм, схеми подібності/метафори та схожості/аналогії) ГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ (предметний фрейм, квалітативна схема), ГЕРОЙ ВИКОРИСТОВУЄ ІНШИХ (акціональний фрейм, схема контактної дії, ІНШІ – малефактив), ГЕРОЙ НЕ МАЄ ОБМЕЖЕНЬ (посесивний фрейм, схема інклюзивності). Це демонструє зміни в сприйнятті власне природи героя та меж, за які герой може чи не може дозволити собі вийти.

Актуалізацію концептуальної ознаки ГЕРОЙ Є НІБИ ТВАРИНА ілюструє приклад (62):

(62) *LOKI: The mindless beast, makes play he's still a man. How desperate are you, that you call upon such lost creatures to defend you?* (The Avengers)

Доктор Брюс Беннер (*Bruce Banner*), один представник команди героїв, за сюжетом покликаних урятувати планету від антигероя Локі (*Loki*), під час значних хвилювань перетворюється на Халка (*Hulk*) – істоту, наділену надзвичайною фізичною силою. Хоча Беннерові важко прийняти себе таким, який він є, така міць, якщо її правильно скерувати, стає в пригоді людству. Фізична сила, керована лише інстинктами, емоційними реакціями, є характеристикою, яка пов’язує героя із представниками тваринного світу. У наведеному епізоді антигерой Локі акцентує увагу на іншому аспекті метафоричного переносу ГЕРОЙ Є НІБИ ТВАРИНА – відсутності інтелекту,

наявного у людини (прикметник *mindless*). Ознака актуалізується за допомогою іменників *beast* та *creature*.

Так само, для концепту АНТИГЕРОЙ на етапі “події, які передують дії тригера” актуалізуються ознаки, спільні для концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, але більш характерні для першого концепту: АНТИГЕРОЙ РЯТУЄ / ДОПОМАГАЄ / ЗАХИЩАЄ, АНТИГЕРОЙ СТРАЖДАЄ, (акціональний фрейм, схеми контактної дії та стану / процесу), АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ВИГОДИ (посесивний фрейм, схема власності), які на наступних етапах не актуалізуються. На етапі “просування до влади або підготовки до удару” актуалізуються нові ознаки: АНТИГЕРОЙ Є НІБИ ТВАРИНА, АНТИГЕРОЙ Є НІБИ ЯВИЩЕ ПРИРОДИ (компаративний фрейм, схема подібності/метафори), АНТИГЕРОЙ НЕ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / НЕ ЗМІНЮЄТЬСЯ / НЕ РОЗВИВАЄТЬСЯ (акціональний фрейм, схема стану / процесу), АНТИГЕРОЙ Є НИЖЧЕ ЗА ІНШОГО (предметний фрейм, локативна схема), АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ОБМЕЖЕНЬ, АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ПРИВ’ЯЗАНОСТЕЙ (посесивний фрейм, схема інклюзивності). Такі ознаки як АНТИГЕРОЙ МАЄ ВАДИ (посесивний фрейм, схема інклюзивності) та АНТИГЕРОЙ ОБИРАЄ (НЕПРАВИЛЬНО) (акціональний фрейм, схема стану / процесу) мають помітно вищий ступінь відміченості на етапі “події які передують тригеру”, ніж на наступних етапах (4,7% проти 0,4% та 0,6%, відповідно). Для ознаки АНТИГЕРОЙ Є НАД ІНШИМИ (предметний фрейм, локативна схема) відміченість підвищується на етапі “події під час просування антигероя до влади”, оскільки увага фокусується на амбітності антигероя та бажанні сконцентрувати у своєму розпорядженні якомога більше влади. Актуалізація такої ознаки як АНТИГЕРОЙ Є ЯК ВЗІРЕЦЬ / ЕТАЛОН на різних етапах пояснюється різними причинами. На етапі “події, які передують тригеру” та “події після порятунку” мова йде про його позитивну особистість до перетворення, а на етапі “просування до влади” актуалізація ознаки демонструє успішність маніпулювання суспільною думкою.

Наприклад, ознака ГЕРОЙ / АНТИГЕРОЙ ОБИРАЄ є однією з ознак, які симетрично актуалізують обидва досліджувані концепти, але із різними полюсами оцінки. Референції до дії вибору здійснюються за допомогою дієслова *to choose*, словосполучень *to make a choice*, *to make a move*, *to make a decision* та ін.

Звернімося до прикладу (63) з кінофільму “Batman Returns”:

(63) *BATMAN: You've been surrounded by monsters. Now you've become one. Bad move.*

CATWOMAN: Oh, now you tell me... (Batman Returns).

Герой Бетмен (*Batman*) у спілкуванні з антигероїнею Жінкою-Кішкою (*Catwoman*) дає негативну оцінку її вибору життєвого шляху. Факт вибору вербалізується за допомогою іменника *move*, а його негативна оцінка – за допомогою прикметника *bad*.

Таким чином, у межах розвитку наративу для героя та антигероя у фокусі уваги опиняються різні ознаки зі змісту образної складової відповідних концептів. Для концепту ГЕРОЙ високим ступенем відміченості на всіх етапах наративу характеризуються ознаки ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ, ГЕРОЙ ЗАХИЩАЄ / РЯТУЄ / ДОПОМАГАЄ. Для концепту АНТИГЕРОЙ такими ознаками є АНТИГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ, АНТИГЕРОЙ ЗАГРОЖУЄ / ЛЯКАЄ та АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА.

У відміченості салієнтних ознак досліджуваних концептів також є варіювання. На початкових етапах наративу, коли громада перебуває у рівновазі, максимальна відміченість спостерігається для буттєвої характеристики ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ, але з появою загрози акцент зміщується на ознаку ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ з ідентифікаційного фрейму та ознаку ГЕРОЙ РЯТУЄ / ЗАХИЩАЄ / ДОПОМАГАЄ. З розвитком наративу також підвищується ступінь відміченості ознак ГЕРОЙ МАЄ (ВАЖИЙ) ОБОВ'ЯЗОК, ГЕРОЙ МАЄ ПРИВ'ЯЗАНІСТІ, ГЕРОЙ ЖЕРТВУЄ, а ступінь відміченості ознаки ГЕРОЙ Є ІНШИЙ знижується.

Для концепту АНТИГЕРОЙ на етапі “події, які передують тригеру” ознака АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА має низький ступінь відміченості, але на етапах “події під час просування антигероя до влади” та “події під час прямої загрози / терору з боку антигероя” її відміченість є максимальною. Водночас ознака АНТИГЕРОЙ ЗАГРОЖУЄ / ЛЯКАЄ, пов'язана з потенційною небезпекою, має найвищий ступінь відміченості на етапі “події під час просування антигероя до влади”. Максимальну відміченість на етапі “події після порятунку” має ознака АНТИГЕРОЙ ОТРИМУЄ ПОКАРАННЯ.

Фонові ознаки онтологічного характеру зі змісту обох концептів демонструють незначне варіювання у відміченості та несуть у собі інформацію про природу досліджуваних концептів та їх суттєві й буттєві характеристики.

На етапах “події до ініціації” або “події, які передують тригеру” в складі обох концептів актуалізуються ознаки, характерні для концепту-антиподу. Це свідчить про те, що для героя й антигероя в низці випадків існує можливість вибору, ким їм стати, і лише після ініціації або тригера відповідний персонаж обирає свій шлях. Зміни в актуалізації або відміченості фонових (несалієнтних) ознак сприяє кращому розумінню природи, внутрішніх протиріч та дій героя та антигероя як образів, які утворюють відповідні культурні концепти.

Варіювання відміченості ознак концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ за етапами нарративу репрезентовано у Додатках Л та М.

Висновки до розділу 2

1. Передконцептуальні підвалини ГЕРОЯ та АНТИГЕРОЯ формують культурні та психологічні архетипи, які утворюють комплекси взаємодії: *Герой – Тінь / Трікстер* (об’єднані за принципом протистояння), *Герой – Дитина / Дух / Відродження / Самість* (об’єднані за принципом включення у розвиток сюжету), *Анімус – Аніма* (протиставлені за гендерним принципом). У архетиповому образі героя експліковано архетипи Героя, Тіні, Дитини, Духу, Відродження, Самості та Анімусу, а в образі антигероя – архетипи Тіні, Трікстера та Аніми. У обох образах також вербалізовано архетип Персони/Маски.

2. Номінації героїв та антигероїв широко вживаються в досліджуваному жанрі кінодискурсу як первинний засіб портретування. У них окремі концептуальні ознаки або їх передконцептуальне підґрунтя актуалізуються на дотекстовому рівні.

2.1. Герої та антигерої в американському кінодискурсі у більшості випадків мають подвійну номінацію, завдяки якій розмежовуються повсякденне життя персонажів та їх героїчна/антигероїчна іпостасі. У такий спосіб актуалізується

архетип Маски/Персони. Ординарність повсякденних образів персонажів підкреслюється використанням поширених у США імен та прізвищ.

2.2. За параметром когнітивного статусу мотиватора розрізняються *метонімічно*, *асоціативно* та *модусно вмотивовані* номінації, а також *блендінгові* та *змішаного типу*. Метонімічна мотивація описується за схемами “характеристика–герой/антигерой з такою характеристикою”; “вид/рід діяльності–герой/антигерой, який її виконує”; “країна – герой/антигерой, який походить з такої країни”. Серед асоціативно вмотивованих виділяються номінації з метафоричним переносом та алюзійні. За параметром раціональності номінації героїв мають як міфологемну, так і раціональну мотивацію, а за параметром прецедентності більшість досліджуваних антропонімів є прецедентно вмотивованими.

3. Зміст поняттєвої складової концепту ГЕРОЙ розкривається через семантичний комплекс лексеми-імені концепту *hero*. Зміст поняття, що знаходиться в ядрі антиконцепту концепту ГЕРОЙ, розкривається через семантичний комплекс лексем *antihero* та *villain*. Для обох концептів в гіперсемах-ідентифікаторах поняттєвої складової маніфестується уявлення про, з одного боку, антропну природу героя та антигероя і з іншого – про художній текст/дискурс як середовище їх функціонування. Іntenсiонал відповідних понять складають семи з оцінним компонентом значення (але з протилежними полюсами оцінки). Імплікаціонал значення лексем *antihero* та *villain* включає сему позитивної оцінки, яка є ще однією точкою дотику між досліджуваними концептами та становить потенціал до схвального сприйняття та симпатії глядачів до негативного персонажа який об’єктивує відповідний концепт.

4. В періоди 1977–2001 рр. та 2002–2012 рр. для ціннісної та образної складових концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ спостерігаються відмінні тенденції.

4.1. Ціннісна складова для концепту ГЕРОЙ у обидва періоди об’єктивується переважно мовними одиницями з позитивною конотацією, але наявні випадки актуалізації негативної оцінки. Для концепту АНТИГЕРОЙ спостерігається протилежна тенденція. Це є наслідком дуальної природи власне досліджуваних концептів, варіювання оцінки для різного ступеню вираженості ознаки (для героя),

різної оцінки справжньої особистості та соціальної маски (для антигероя), а також динаміки розвитку відповідних персонажів.

4.2. В образній складовій концепту ГЕРОЙ у період 1977–2001 рр. салієнтними є ознаки, пов'язані із здібностями героя та його фізичними характеристиками (ознака ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ), а також здатністю використати їх у бою (ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ) та для захисту громади (ГЕРОЙ РЯТУЄ / ЗАХИЩАЄ / ДОПОМАГАЄ). У період 2002–2012 рр. спостерігається фокусування уваги на обов'язку (ГЕРОЙ МАЄ (ВАЖКИЙ) ОBOB'ЯЗОК) та самопожертві (ГЕРОЙ ЖЕРТВУЄ), при цьому суттєво зростає роль героя як захисника та рятувника.

4.3. В образній складовій концепту АНТИГЕРОЙ найбільшою відміченістю в обидва періоди характеризується ознака, пов'язана з негативними наслідками дій антигероя (АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА). Ознаки, пов'язані зі стратегічно-маніпулятивними діями (АНТИГЕРОЙ ВИКОРИСТОВУЄ ІНШИХ), амбітністю (АНТИГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ) та здібностями (АНТИГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ), які є салієнтними в обидва періоди, у 2002–2012 рр. стають більш акцентованими на тлі суттєвого зниження частотності випадків актуалізації ознак, пов'язаних із потенційною небезпекою (АНТИГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ) та войовничістю антигероя (АНТИГЕРОЙ Є БОЄЦЬ).

5. У наративі героя та антигероя виокремлено 4 симетричні етапи, в межах яких відбуваються зміни у відміченості ознак зі змісту. Для героя це етапи “події до ініціації”, “події після ініціації”, “події під час прямої загрози / терору з боку антигероя” та “події після порятунку”; для антигероя – “події до тригера”, “події під час просування антигероя до влади / підготовки до удару”, “події під час загрози / терору з боку антигероя”, “події після порятунку”.

5.1. Для концепту ГЕРОЙ на етапах “події до ініціації”, “події після ініціації” та “події під час загрози з боку антигероя” вербалізується як позитивна, так і негативна оцінка, а на етапі “після порятунку” оцінка є майже виключно позитивною. Для концепту АНТИГЕРОЙ властива позитивна оцінка на етапі “події до тригера” та “події після порятунку”, якщо персонаж спокутував провину. На етапах “просування до влади” та “події під час загрози / терору з боку антигероя” для

концепту АНТИГЕРОЙ позитивна оцінка актуалізується як результат маніпуляцій із іміджем або внутрішньої боротьби.

5.2. На початкових етапах наративу героя фокусується ознака ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ, але на етапі, коли громаді загрожує небезпека, акцент зміщується на ознаки ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ та ГЕРОЙ РЯТУЄ / ЗАХИЩАЄ / ДОПОМАГАЄ як маніфестації основної функції героя. Увага також фокусується на обов'язку (ГЕРОЙ МАЄ (ВАЖИЙ) ОБОВ'ЯЗОК) та самопожертві (ГЕРОЙ ЖЕРТВУЄ). Водночас, акцент на тому, що розділяє героя та громаду (ГЕРОЙ Є ІНШИЙ) знижується.

5.3. Для антигероя на початку шляху негативний вплив на громаду (АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА) не є салієнтною ознакою, але на наступних етапах увага на ньому фокусується максимально. Потенційна небезпека (АНТИГЕРОЙ ЗАГРОЖУЄ / ЛЯКАЄ) є салієнтною на всіх етапах наративу, окрім етапу “події після порятунку” Максимальну відміченість на етапі “події після порятунку” має ознака, пов'язана з поразкою антигероя та перемогою героя й громади (АНТИГЕРОЙ ОТРИМУЄ ПОКАРАННЯ).

6. Як концепт та антиконцепт, досліджувані ментальні сутності мають точки дотику й розбіжності на поняттєвому, ціннісному та образному рівнях. Серед точок дотику – наявність семи оцінки та акцентування природи й сфери буття у поняттєвій складовій, актуалізація обох полюсів оцінки у кінодискурсі та наявність однакових ознак у образній складовій (ГЕРОЙ / АНТИГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ; ГЕРОЙ / АНТИГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ тощо). Серед розбіжностей – протилежні загальні полюси оцінки (позитивна для героя, негативна для антигероя), наявність унікальних ознак у образній складовій (ГЕРОЙ Є СВІТЛИЙ; АНТИГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ ЗАРАДИ ВИГОДИ тощо) та розбіжність у фокусуванні уваги на спільних ознаках.

Основні положення розділу висвітлено в таких публікаціях автора: [115; 116; 118; 123; 124; 125; 333].

РОЗДІЛ 3

ГЕРОЙ ТА АНТИГЕРОЙ ЯК ДИСКУРСИВНІ ОСОБИСТОСТІ

У розділі герой та антигерой розглядаються як ДО, які виражають себе у дискурсивній поведінці. Дискурсивна поведінка відповідних персонажів є прагматичним виміром актуалізації концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ у кінодискурсі. Вона маніфестується як набір виділених на підґрунті комунікативної настанови стратегій і тактик, які реалізуються в дискурсі вербальними та невербальними засобами.

3.1. Дискурсивна поведінка героя та антигероя як реалізація прагматикону відповідних персонажів

Референтами для концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, вербалізованих в американському кінодискурсі, є представники людської спільноти. Частиною змісту відповідних концептів є уявлення про природу та характер взаємодії референтів відповідних концептів один з одним та іншими представниками людської спільноти, втілені у відповідних концептуальних ознаках (ГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ ЗАРАДИ ІНШИХ, ГЕРОЙ МАЄ ПРИВ'ЯЗАНOSTІ, АНТИГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ, АНТИГЕРОЙ ВИКОРИСТОВУЄ ІНШИХ тощо). Таким чином, одним із аспектів актуалізації концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ є дискурсивна поведінка, яка пов'язується із ними представниками лінгвокультури. Персонажі, в яких об'єктивуються концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ у кінодискурсі, є особистостями, які, за задумом колективного автора обирають “мовленнєві засоби, тактики й стратегії кооперативного або некооперативного характеру” [204, с. 25].

Підґрунтям дискурсивної стратегії є комунікативна настанова – базове для прагмалінгвістичних досліджень поняття, яке характеризує стратегію як знаряддя досягнення певних цілей [240, с. 246]. На підґрунті аналізу інформаційного контексту дискурсивної взаємодії персонажів нами було визначено комунікативні настанови комунікантів, а також виокремлено й класифіковано відповідні стратегії й

тактики. У дискурсивній поведінці як героя, так і антигероя нами було виділено однакові набори дискурсивних стратегій: **домінування, дискредитація, дистанціювання, переконання, зближення, підтримання дистанції комфорту, підкорення іншому, маніпулювання та орієнтування**. Оскільки різницю виявлено у частотності та контексті використання стратегій, спочатку окреслимо загальні характеристики означених стратегій.

Виокремлені стратегії характеризуються різною дискурсивною спрямованістю. Одна група стратегій (**переконання, зближення, підтримання дистанції комфорту та підкорення іншому**) має кооперативну спрямованість, інша (**домінування, дискредитація, дистанціювання**) – некооперативну. Третя група (**маніпулювання та орієнтування**) складає специфічний комбінований тип. Спочатку розглянемо стратегії кооперативного спрямування.

Для стратегії **переконання** комунікативною настановою є формування у адресата мотивації або погляду, бажаного для адресанта. Водночас вплив на адресата є помірним – тобто, він має змогу обирати, чи погоджуватися з запропонованим варіантом. Стратегія переконання реалізується в таких виокремлених нами тактиках:

- надання поради (вербалізується через зазначення бажаної для мовця дії та мовленнєвих формул із різним ступенем залучення особистого простору адресата *you'd better, you should, I'd* та ін.);

- аргументації (надання пояснень для своїх дій чи бажаності дій адресата);

- надання опцій (окреслення можливих варіантів розвитку подій у випадку дії чи бездіяльності адресата, опціонально з використанням умовного способу або модальних дієслів *could, may* та ін.);

- прохання (вербалізується через використання лексеми *please*, питальних речень з використанням модальних дієслів *may, can, will* та ін.);

- підбадьорення (окреслення бажаного для адресанта або адресата результату та демонстрація упевненості в можливості його досягнення);

- надання ваги змісту повідомлення (використання фраз *I mean it, trust me, I swear* та ін., які інтенсифікують зміст повідомлення).

Вербалізацію стратегії переконання ілюструє приклад (64). Майбутній герой Пітер Паркер (*Peter Parker*) працює фотографом у шкільній газеті та просить у дівчини, яка йому подобається, дозволу сфотографувати її:

(64) *PETER: Can I take your picture?(she turns, surprised) I need one with a student in it. (She hides a smile. Poses, having fun. She loves the camera)* (Spider-Man).

Стратегія переконання реалізується у поєднанні тактик прохання та аргументації. Прохання вербалізується через використання питального речення з модальним дієсловом *can*, а тактика аргументації – через пояснення, що для газети потрібна фотографія зі студентом або студенткою школи (*I need one with a student in it*).

Кооперативні дискурсивні стратегії **зближення** та **підтримання дистанції комфорту** корелюють з категорією ввічливості, зокрема мовленнєвими стратегіями позитивної та негативної ввічливості [281], а також стратегіями зближення й дистанціювання [143]. Утім, у дискурсологічних термінах поняття комунікативної настанови виходить за межі досягнення мовленнєвих цілей та поширюється на всю дискурсивну діяльність [240, с. 246]. Відтак, вважаємо, що стратегії зближення та підтримання дистанції комфорту можуть як слугувати допоміжними стратегіями (метастратегіями) для реалізації кооперативної стратегії переконання, так і виступати окремими стратегіями з власними комунікативними настановами.

Для стратегії **зближення** комунікативною настановою є зменшення або підтримання близької дистанції між адресантом та адресатом. Для визначення настанови аналізуємо контекст дискурсивної взаємодії та спираємося на поняття комунікативної близькості та комунікативної віддаленості [292; 331], які характеризують два полюси дискурсивної взаємодії – від максимальної до мінімальної. У дискурсивній поведінці героя та антигероя стратегія зближення реалізується за допомогою таких тактик:

- демонстрація інтересу / небайдужості (втілюється у питальних реченнях та твердженнях, що стосуються важливих для співрозмовника тем або згадування відповідних фактів, підкреслення важливості співрозмовника та його/її інтересів для адресанта);

- демонстрація розуміння / солідарності (опис спільного для комунікантів досвіду за допомогою лексем *familiar, too*, фрази *you know*, розділових питальних речень тощо, лексем на позначення згоди: *right, yes, sure thing* та ін.);

- демонстрація схвалення / вдячності / оптимізму (використання лексем з позитивною конотацією для опису особи адресата або його теперішньої чи майбутньої діяльності: *fan, hope, bright future, optimistic, safe, to love, to give credit* тощо);

- персоналізація та інтимізація відносин (уживання імен, прізвиськ, неформальних звертань, інформації особистого характеру, використання відповідної проксемічної та кінесичної складової невербального коду тощо);

- імітація (використання лексичних одиниць, синтаксичних конструкцій або мовленнєвих формул, уживаних співрозмовником під час дискурсивної взаємодії);

- надання деталей або пояснень (презентація конкретної інформації та наочних прикладів замість більш загальної інформації, надання розгорнутих відповідей на запитання);

- залучення до спільної діяльності (використання маркерів внутрішньогрупової ідентичності на позначення виконувача певної дії, використання лексичних одиниць на позначення учасників спільної дії (*ally, team, to be with smb, to be by one's side, to join smb.*), запрошення до спільного проведення часу або діяльності (*let's go, how about, come (along)* та ін.)

Реалізацію стратегії зближення проілюстровано в прикладі (65):

(65) *NICK FURY: Agent Romanoff, would you show Dr. Banner to his laboratory, please.*
(*Natasha nods and walks off, leading Banner down the hall.*)

NATASHA: You're gonna love it, Doc. We got all the toys (The Avengers).

У наведеному прикладі героїня Наташа Романофф (*Natasha*) прагне допомогти іншому героєві – докторові Беннеру (*Dr. Banner*) – почуватись більш вільно та невимушено. Вона використовує стратегію зближення, реалізовану за допомогою тактик персоналізації та інтимізації відносин (неформальне прізвисько *Doc*), демонстрації оптимізму (використання дієслова *to love* для опису майбутніх вражень

доктора від співпраці) та надання деталей (наочний приклад того, що докторові стане до вподоби – найновітніше устаткування лабораторії, *the toys*).

Для стратегії **підтримання дистанції комфорту** комунікативною настановою є збереження такої дистанції між учасниками дискурсивної взаємодії, яка є комфортною для адресанта, адресата, або обох учасників взаємодії. Підтримання дистанції комфорту передбачає модифікацію іллокутивної сили висловлювань (термін Дж. Холмс [321]), що дозволяє обмежити залучення особистого простору комунікантів. Важливо зауважити, що мова йде не про мітигацію, оскільки цей термін описує зниження іллокутивної сили лише тих висловлювань, які з великим ступенем вірогідності сприйматимуться адресатом негативно [308, с. 342]. У стратегії підтримання дистанції комфорту іллокутивна сила висловлювання знижується адресантом й у власних інтересах. Такими випадками є ситуації, коли адресант відчуває невпевненість або хоче обмежити свою участь у дискурсивній взаємодії, але не бажає подальшого віддалення від адресата.

У дискурсивній поведінці героя та антигероя стратегія підтримання дистанції комфорту реалізується за допомогою таких тактик:

- обмеження категоричності висловлювання (використання модальних слів, умовного способу та мовленнєвих формул, які знижують інтенсивність залучення особистого простору адресата: *if you don't mind, I guess, I think, well* тощо);
- непряма презентація інформації (евфемізми, безособові конструкції та ін.);
- формалізація відносин (уживання титулів, прізвищ, формальних етикетних мовленнєвих формул).

Використання стратегії підтримання дистанції комфорту як метастратегії (допоміжної стратегії) поряд із стратегією переконання ілюструє приклад (66):

(66) CLARK: *I'm just thinking that you smoke too much, if you don't mind my saying so.* (she stares) Lois, *you should see what the inside of your lungs look like.*

LOIS: *I appreciate the advice, okay? I've got a story to do* (Superman).

Герой Супермен (*Superman*), який у повсякденному житті ховається за образом дружнього та трохи незграбного журналіста Кларка Кента (*Clark Kent*), переймається, що його кохана Лоїс Лейн (*Lois Lane*) забагато палить, тому

використовує стратегію переконання, щоб умовити її кинути шкідливу звичку. Тактика поради (палити менше), за допомогою якої реалізується означена стратегія, має форму стверджувального речення (*you smoke too much*). Попри експліцитне несхвалення, репліка героя не носить критичного характеру, оскільки, по-перше, його основною ціллю є турбота про кохану, а не надання оцінки її діям, і по-друге, про це говорить реакція Лоїс, яка сприймає репліку саме як пораду (*I appreciate the advice*), але не вважає за потрібне до неї дослухатися, посилаючись на журналістське розслідування, яким їй необхідно зайнятися. Кларк зменшує інтенсивність втручання в особистий простір Лоїс під час реалізації стратегії переконання саме за допомогою допоміжної стратегії підтримання дистанції комфорту та тактики обмеження категоричності висловлювання. Означена тактика вербалізується за допомогою фраз *I'm just thinking* та *if you don't mind*. Кларк також застосовує в межах стратегії переконання тактику аргументації, говорячи Лоїс, що через паління її легені не в найкращому стані (*you should see what the inside of your lungs look like*).

Останньою зі стратегій кооперативного спрямування є стратегія **підкорення іншому**. Комунікативною настановою відповідної стратегії є демонстрація готовності діяти відповідно до обставин, що склалися, без змоги змінювати такі обставини за своїм бажанням. Стратегія реалізується в таких тактиках:

- підкреслення панівної позиції адресата (вербалізується через використання звертань, які підкреслюють панівний статус адресата (*master, lord, sir, M'Lady, Elders*));

- підкреслення своєї підлеглої позиції (демонстрація готовності діяти відповідно до побажань адресата (використання теперішнього неозначеного часу у запитальних реченнях для отримання інструкцій, фрази *as you wish*, запитання *What is thy bidding?* та ін.), використання кінесичних знаків невербального коду (*to fall to one's knees, to be on one's knees, [with one's] head bowed, to look up and bow* та ін.);

- прийняття обставин (демонстрація безсилля перед дією зовнішніх факторів, що маніфестується у використанні модальних дієслів *can/could* із часткою *not*, використанні умовного способу на позначення неможливості дії, указання на свої

слабкості та недоліки лексичними засобами (*I have much to learn, this is my curse* та ін.), демонстрація готовності до будь-якого розвитку подій (*I'm ready for anything*).

Застосування дискурсивної стратегії підкорення ілюструє приклад (67):

(67) LAUFEY (CONT'D): <...> *Go now, while I still allow it.*

(*Thor simmers. Loki speaks up.*)

LOKI: *We will accept your most gracious offer* (Thor).

У наведеному прикладі дискурсивна взаємодія відбувається між антигероем Локі (*Loki*) та Лафеєм (*Laufey*), королем Йотунхайму, світу льодяних гігантів. Герой Тора (*Thor*), брат Локі, підбив його та своїх найближчих друзів прослизнути до Йотунхайму і дізнатися, як льодяним гігантам незадовго до цього випадку вдалося напасти на рідний світ Тора та Локі непоміченими. Сили виявляються нерівними, оскільки льодяних гігантів ціла армія, а в загоні Тора лише п'ять людей. Попри бойовий настрій героя Тора, король Лафей дозволяє гостям повернутися до їх світу, при цьому демонструючи свою панівну позицію в ситуації (*I still allow it*). Локі, прагнучи скористатися шансом уникнути бійки, застосовує стратегію підкорення, щоб улестити Лафея. У використанні фрази *your most gracious offer* реалізується як тактика підкреслення панівної позиції адресата, так і тактика підкреслення своєї підлеглої позиції, оскільки компонентом значення лексеми *gracious* є демонстрація милостивого ставлення людини вищого статусу до людини нижчого статусу.

Далі розглянемо некооперативні стратегії (**домінування, дискредитації та дистанціювання**). Стратегії домінування та дискредитації в лінгвістиці також розглядаються як локальні стратегії глобальної стратегії конфронтації [241, с. 20]. За результатами дослідження дискурсивної поведінки героя та антигероя ми розглядаємо їх як окремі стратегії з різними комунікативними настановами, які мають некооперативне спрямування, але не обов'язково мають за мету конфронтаційну взаємодію.

Для стратегії **домінування** комунікативною настановою є установлення або підкреслення свого панівного статусу в дискурсивній взаємодії, який дозволяє адресатові визначати напрямок подальшого розвитку дискурсивної взаємодії та ситуації в цілому. Домінування в дискурсі героя та антигероя стосується як

соціальної [295], так і індивідуальної влади у дискурсивному контексті, який включає лише адресанта й адресата. Для стратегії домінування виокремлено такі тактики:

- демонстрація власної переваги (реалізована через підкреслення своєї упевненості та обізнаності за допомогою фраз *I know, I can, I will, I told you, I have been expecting, I have foreseen*, лексем з позитивною конотацією *expert, genius, master* і т.п., використання займенників *my* та *mine*, а також дієслова *to have* на позначення своєї влади над ситуацією або людиною, підкреслення своїх чеснот, здібностей або талантів та ін.);

- підкреслення підлеглої позиції адресата (використання модальних дієслів *can, may*, дієслова *to allow*, словосполучення *to be given [specific] orders* для надання адресату дозволу або заборони діяти певним чином, підкреслення слабкостей адресата або неможливості досягнення ним бажаного результату (модальне дієслово *can* із заперечною часткою *not* або прислівник *never*, лексичні одиниці *feeble, weak, no match for, to have no choice* та ін.);

- спонування до дії (надання інструкцій, використання наказового способу, просодичних засобів невербального коду, модальних дієслів *must, to have got to*, фраз *I need you to* та *I want you to* та ін.);

- порушення простору адресата (переривання, недоречні коментарі та фамільярність, використання проксемічного невербального компоненту, який виявляється у порушенні комфортної дистанції або у небажаному для співрозмовника фізичному контакті);

- залякування (використання лексем *threat* та *to threaten*, лексичних одиниць із негативною конотацією для опису наслідків конфліктної взаємодії між персонажами: *time to die, misery, to finish smb., to piss smb. off, to be in a padded cell* і т.п., кінесичного компоненту невербального коду (*to look around menacing*), акцентування негативного аспекту, пов'язаного із майбутнім адресата (наприклад, *they [the horrors] are a part of you, and they will never go away*) та ін.;

- ігнорування потреб інших (оцінювання потреб інших учасників дискурсивної взаємодії як неважливих порівняно із своїми через використання відповідних лексичних одиниць).

Стратегію домінування ілюструє приклад (68):

(68) *GREEN GOBLIN (CONT'D): Ahhh, misery, misery, misery. Again and again I've tried to make my case, but you won't oblige. Had you not been so determined, your sweetheart's death would have been quick and painless, but now, now that you've really pissed me off, I'll see to it that it's slow and... painful.
(moving in for the kill)
...just...like...yours (Spider-Man).*

Антигерой Зелений Гоблін (*Green Goblin*) розлючений тим, що герой Спайдермен (*Spider-Man*) відмовився перейти на його бік, і погрожує героєві та його коханій смертю (*death*) й стражданнями (*slow and painful*), інтенсифікуючи ефект багатократним повторюванням лексеми *misery*.

Наступною стратегією некооперативного спрямування, яку виокремлено в дискурсивній поведінці героя та антигероя, є стратегія **дискредитації**. Комунікативною настановою є ураження позитивного іміджу адресата (“лиця” у термінах теорії лиця Е.Гофмана та пізніше – теорії ввічливості П. Браун та С. Левінсона [281; 317]). Стратегія дискредитації реалізується у таких тактиках:

- асоціювання з негативною дією або результатом (вербалізується за допомогою особистого займенника *you* у поєднанні з лексичними одиницями на позначення негативної оцінки: *monster, garbage who kills, to threaten the safety, to lie, to dishonor, to be afraid to act, to have it all wrong* та ін.);

- демонстрації неповаги або приниження (використання лексичних одиниць з пейоративною конотацією для звертання або характеристики інших: *freak, slime, slime-ball, creep, squealer, bastard, schmo, to howl, overgrown, not complicated*, а також принизливих порівнянь: *ant, virus* та ін.);

- глузування/іронії (використання засобів комічного).

Уживання стратегії дискредитації ілюструє приклад (69):

(69) *NICK FURY: We have no quarrel with your people.*

LOKI: An ant has no quarrel with a boot (The Avengers).

Антигерой Локі (*Loki*) який планує захопити Землю та поневолити людство, відмовляється вести перемовини з Ніком Фьурі (*Nick Fury*), координатором загону героїв. Некооперативна стратегія дискредитації в репліці антигероя представлена тактикою демонстрації неповаги. Він порівнює людство з мурахами (*an ant*), зазначаючи, що точка зору мурахи не має жодного значення для чоботу, що його давить (*a boot*).

Останньою стратегією некооперативного спрямування є **дистанціювання**. У виділенні цієї стратегії, як і у випадку зі стратегією зближення, спираємося на поняття комунікативної близькості та комунікативної віддаленості [292; 331]. Полюсу комунікативної близькості відповідає максимальне скорочення комунікативної відстані, а полюсу комунікативної віддаленості – максимальне дистанціювання. Тож, комунікативною настановою для стратегії дистанціювання в цьому випадку є збільшення комунікативної відстані між адресантом та адресатом або припинення дискурсивної взаємодії між ними. Дискурсивна стратегія дистанціювання реалізується у таких тактиках:

- самозахист (вербалізується за допомогою заперечних займенників та конструкцій або демонстрації сумніву або незгоди з певною характеристикою, наданою іншим учасником взаємодії);
- ухиляння (зміна теми, надання невизначених або беззмістовних відповідей (*I don't know, I'm not sure, not really* та ін.) проксемічна складова невербального коду (*to look away, to stride away, to turn around*);
- стислий виклад інформації (короткі відповіді, номінативні речення);
- підкреслення розбіжностей (заперечення схожості, використання особистих та присвійних займенників для створення опозицій між адресатом та адресантом, акцентування конфліктних аспектів взаємодії як реакція на спробу скоротити комунікативну відстань);
- виключення зі спільної діяльності (мовчання замість відповіді, відмова взяти участь у запропонованій діяльності (*I will not, I can't, I'm not going to, I don't want, I don't need* та ін.);

- демонстрація песимізму (демонстрація скептичного ставлення до ситуації, у якій відбувається дискурсивна взаємодія, або можливості її позитивного розвитку).

Ілюстрацією може слугувати приклад (70):

(70) "BATMAN": *We're trying to help you!*

BATMAN: *I don't need help* (The Dark Knight).

Фанати героя Бетмена (*Batman*) намагаються допомогти йому у боротьбі зі злочинністю, вдягнувши схожі костюми та полюючи на дрібних злодюг. Їх спроби призводять до того, що Бетменові доводиться рятувати своїх помічників. Він намагається дистанціюватися від них та припинити контакт за допомогою тактики виключення зі спільної діяльності, використовуючи заперечну конструкцію *I don't need help*.

Розглянемо специфічні стратегію **маніпулювання** та **орієнтування**.

Комунікативною настановою для стратегії **маніпулювання** є “приховане від адресата спонукання до прийняття рішень, необхідних ініціаторові для досягнення своїх власних цілей” [164, с. 404]. Стратегія маніпулювання реалізується як засобами кооперативного характеру, так і засобами некооперативного характеру, “маскуючись” під інші дискурсивні стратегії зі ступенем залучення особистого простору від максимального (покладання відповідальності на іншого) до низького (ухиляння від прямої відповіді).

У дискурсивній поведінці ця стратегія реалізується за допомогою таких тактик:

- провокування на бажану реакцію (використання номінацій та фраз з емоційним забарвленням для апеляції до емоційної сфери співрозмовника);
- дозування інформації (стисле подання важливої інформації у короткій репліці та відмова надати подальшу інформацію);
- ухиляння від прямої відповіді (відсутність прямого зв'язку між змістом запитання та відповіді);
- зазначення схожості або спорідненості та дистанціювання від інших (використання особових та присвійних займенників як маркерів внутрішньогрупової ідентичності);

- подання своєї думки як істини (використання лексичних одиниць із гіперсемою “істинність”, “правильність”, а також стверджувальних речень);
- пропонування вигоди (акцентування цінності, унікальності, виключності за допомогою лексичних одиниць із відповідними гіперсемами);
- покладання відповідальності на іншого (використання особових та присвійних займенників для створення асоціації з певними діями або наслідками, акцентуація ролі або наслідків дій співрозмовника за допомогою лексичних засобів на позначення провини або відповідальності);
- погрози (детальний опис ситуації з акцентуацією різних її аспектів за допомогою лексичних засобів, уживання лексичних одиниць із негативною конотацією для підкреслення небажаності такої ситуації для співрозмовника);
- удавання симпатії або позитивної оцінки (вибачення, самозасудження, використання лексичних одиниць з позитивною конотацією для експліцитного схвалення).

Використання стратегії маніпулювання ілюструє приклад (71):

(71) CAPT. PANAKA: *Your Highness, Senator Palpatine has been nominated to succeed Valorum as Supreme Chancellor.*

PALPATINE : *A surprise, to be sure, but a welcome one. I promise, Your Majesty, if I am elected, I will bring democracy back to the Republic. I will put an end to corruption. The Trade Federation will lose its influence over the bureaucrats, and our people will be freed* (Star Wars: Episode I – The Phantom Menace).

Сенатор Палпатин (*Palpatine*) прагне зайняти посаду канцлера. Для досягнення своєї мети він, приховуючи свою справжню особистість, через підвладних йому політиків (*The Trade Federation*), ініціював політичний та згодом військовий конфлікт на мирній планеті Набу. Використовуючи тактику пропонування вигоди (*I will bring democracy, I will put an end to corruption, people will be freed*), сенатор мотивує сенат та особисто королеву Набу, чия підтримка є надзвичайно важливою для успіху, обрати його на посаду, обіцяючи вирішити проблему.

Останньою стратегією, виокремленою в дискурсивній поведінці героя та антигероя, є стратегія **орієнтування**. Комунікативною настановою, яка слугує

підґрунтям для цієї стратегії, є набуття більшої обізнаності адресанта про контекст дискурсивної взаємодії, про свій статус у ній та відповідний статус інших учасників. Стратегія орієнтування може реалізовуватися як за наявності діалогової взаємодії, так і за її відсутності (через монологічне мовлення). Таким чином, вважаємо, що стратегія орієнтування має нейтральне спрямування та не є кооперативною або некооперативною за свою природою. Стратегія орієнтування реалізується за допомогою наступних тактик:

- розпитування (вербалізується за допомогою загальних та спеціальних запитань);
- уточнення (перепитування, повтори окремих елементів отриманої інформації);
- побудування логічного ланцюжку (використання наявної обмеженої інформації як фундаменту для подальших припущень про контекст дискурсивної взаємодії або події, використання розділових питань або стверджувальних речень для вербалізації побудованих припущень).

Приклад (72) ілюструє застосування стратегії орієнтування, маніфестованої у тактиці розпитування:

(72) *NEO: Did you have to do this?*

TRINITY: Yeah.

NEO: What did she tell you?

TRINITY: Lots of things.

NEO: Any of them true? (The Matrix)

Герой Нео (*Neo*) потрапляє у зовсім нове для себе комунікативне середовище, де йому треба швидко зорієнтуватися. Він намагається досягти своєї мети, ставлячи загальні та спеціальні (з питальним словом *what*) запитання Трініті, яка колись уже мала схожий досвід.

У структурі дискурсивної поведінки героя та антигероя окреслені стратегії зустрічаються з різною частотністю. Результати кількісного аналізу дозволяють оцінити частотність використання стратегій героєм та антигероєм за двома параметрами. Першим є частка від усіх випадків реалізації дискурсивної поведінки

персонажа. За цим параметром у дискурсивній поведінці героя та антигероя стратегія домінування реалізується у 16,8% та 47,3% випадків, відповідно; стратегія дискредитації – у 8,5% та 14,4%, відповідно; маніпулювання – у 1,6% та 16,3%; переконання – у 11,5% та 3,7%; зближення – у 27,7% та 6,2%; підтримання дистанції комфорту – у 13,6% та 3,3%; дистанціювання – у 9,4% та 4%; підкорення іншому – 9,1% та 3,7%; орієнтування – у 1,8% та 1%, відповідно. Другим параметром є частка від загальної кількості випадків реалізації відповідної стратегії героєм та антигероєм. Для стратегії домінування це співвідношення становило 37,3% та 62,7%, відповідно; дискредитації – 49,8% та 50,2%; маніпулювання – 14,4% та 85,6%; переконання – 83,8% та 16,2%; зближення – 88,2% та 11,8%; підтримання дистанції комфорту – 87,3% та 12,7%; дистанціювання – 79,9% та 20,1%; підкорення іншому – 80,3% та 19,7%; орієнтування – 74,4% та 25,6%, відповідно.

Як демонструють результати дослідження, у дискурсивній поведінці героя та антигероя виокремлено одні й ті самі стратегії. Водночас, кількісне варіювання випадків використання означених стратегій свідчить про те, що для героя та антигероя характерною є різна питома вага реалізації цих стратегій.

Для героя найбільш характерною є кооперативна стратегія зближення (27,7% випадків маніфестації дискурсивної поведінки героя). Іншими характерними для героя стратегіями є стратегії домінування (16,8%), підтримання дистанції комфорту (13,6%) та переконання (11,5%). Таким чином, для дискурсивної поведінки героя властивим є використання низки кооперативних стратегій поряд із некооперативною стратегією домінування.

Для антигероя найбільш характерною є некооперативна стратегія домінування (47,3%). Іншими стратегіями, які є властивими для дискурсивної поведінки антигероя, є некооперативна стратегія дискредитації (14,4%) та специфічна стратегія маніпулювання (16,3%). Тож, дискурсивна поведінка антигероя носить головним чином некооперативний характер.

Таким чином, дискурсивну поведінку героя та антигероя розглядаємо як набір тих самих дискурсивних стратегій, маніфестованих у відповідних тактиках. Тактики реалізуються засобами як вербального, так і невербального коду. Відповідно до

комунікативної настанови, установлені з дискурсивного контексту, виділено такі стратегії: домінування, дискредитації, маніпулювання, переконання, зближення, підтримання дистанції комфорту, дистанціювання, підкорення іншому та орієнтування. За характером комунікативної настанови виділені стратегії розподіляємо на такі типи:

- а) кооперативні (стратегії зближення, підтримання дистанції комфорту, переконання та підкорення іншому);
- б) некооперативні (стратегія домінування, дискредитації та дистанціювання);
- в) специфічні (нейтральна стратегія орієнтування та стратегія маніпулювання, яка може мати як кооперативний, так і некооперативний характер) (детально див. Додаток Н).

Стратегія переконання реалізується у тактиках надання поради, аргументації, надання опцій, прохання, підбадьорення, надання ваги змісту повідомлення. Стратегія зближення маніфестується у тактиках демонстрації інтересу / небайдужості, демонстрації розуміння / солідарності, демонстрації схвалення / вдячності / оптимізму, персоналізації та інтимізації відносин, імітації, надання деталей або пояснень, залучення до спільної діяльності. Стратегія підтримання дистанції комфорту включає тактики обмеження категоричності висловлювання, непрямой презентації інформації, формалізації відносин. Стратегія підкорення іншому реалізується за допомогою тактик підкреслення панівної позиції адресата, підкреслення своєї підлеглої позиції та прийняття обставин.

Стратегія домінування включає у себе тактики демонстрації своєї переваги, підкреслення підлеглої позиції адресата, спонукання до дії, порушення простору адресата, залякування, ігнорування потреб інших. Стратегія дискредитації реалізується у таких тактиках: асоціювання з негативною дією / результатом, демонстрація неповаги або приниження, глузування / іронії. Стратегія дистанціювання включає тактики самозахисту, ухиляння, стислого викладу інформації, підкреслення розбіжностей, виключення зі спільної діяльності, демонстрації песимізму.

Стратегія маніпулювання маніфестується у тактиках провокування на бажану дію, дозування інформації, ухилення від прямої відповіді, зазначення схожості або спорідненості та дистанціювання від інших, подання своєї думки як істини, пропонування вигоди, покладання відповідальності на іншого, погрози, удавання симпатії або позитивної оцінки. Стратегія орієнтування включає тактики розпитування, уточнення, побудування логічного ланцюжку.

За результатами кількісного аналізу встановлено, що для дискурсивної поведінки героя характерне переважання кооперативних стратегій, а також застосування некооперативної стратегії домінування. Водночас, для антигероя характерним є переважання некооперативних стратегій, а також специфічної стратегії маніпулювання (детально див. Додаток П).

3.2. Особливості дискурсивної поведінки героя в американському кінодискурсі

Розглянемо детально особливості реалізації кооперативних, некооперативних та специфічних стратегій та відповідних тактик у дискурсивній поведінці героя.

3.2.1. Кооперативно спрямовані стратегії в дискурсивній поведінці героя

У кількісному вираженні кооперативні стратегії складають 61,9% випадків маніфестації дискурсивної поведінки героя. Такий показник свідчить про те, що прагматикон героя як мовної особистості, тобто, прагматичний вимір відповідного концепту, пов'язаний з настановою на гармонізацію стосунків та досягнення кооперації у взаємодії з іншими учасниками дискурсивних відносин. Зупинимось детально на кожній з відповідних стратегій.

Найпоширенішою стратегією у прагматиконі героя є стратегія зближення (27,7% випадків маніфестації дискурсивної поведінки героя та 88,2% застосування означеної стратегії). Стратегія зближення використовується героями задля підтримання близьких стосунків з друзями, членами родини, коханими людьми, а також для забезпечення тіснішого контакту або більш доброзичливої атмосфери з

представниками громади, якій служить герой. Поширеним є також використання стратегії зближення у якості метастратегії, яка допомагає реалізувати стратегію переконання. Саме у такій кооперативно спрямованій дискурсивній взаємодії з іншими людьми розкривається небайдуже ставлення героя до інших людей.

Задля досягнення мети, яка визначається комунікативною настановою стратегії зближення, героєм використовуються всі тактики, виокремлені для цієї стратегії. Проілюструємо використання кожної з тактик окремо.

Реалізацію тактик демонстрації інтересу / небайдужості та демонстрації схвалення / вдячності / оптимізму ілюструє приклад (73):

(73) *VICKI: Vicki Vale.*

BRUCE: Bruce Wayne.

VICKI: (smile and edge) ... You sure?

BRUCE: (smile) I've seen your photographs from Corto Maltese – You've got an extraordinary eye (Batman).

У наведеному прикладі герой Бетмен (у звичайному житті бізнесмен Брюс Уейн (*Bruce Wayne*)) проводить велику вечірку у своєму маєтку. На вечірці він знайомиться з фотокореспондентом Вікі Вейл (*Vicki Vale*), якою він зачарований. Намагаючись скоротити комунікативну дистанцію між собою та співрозмовницею, Уейн застосовує тактику демонстрації інтересу (згадування професійної діяльності Вікі та демонстрація обізнаності щодо її журналістських розслідувань – *I've seen your photographs from Corto Maltese*). Водночас Уейн використовує тактику демонстрації схвалення / вдячності / оптимізму (використання лексеми *extraordinary* для опису професійних здібностей Вікі – *You've got an extraordinary eye*). Схвалення, тобто демонстрація бажаності взаємодії, також маніфестується у кінесичному невербальному компоненті – *smile*.

Використання героєм тактики демонстрації розуміння / солідарності ілюструє приклад (74):

(74) *DACK: Feeling all right, sir?*

LUKE: Just like new, Dack. How about you?

DACK: Right now I feel like I could take on the whole Empire myself.

LUKE: (*quietly, strapping in*) I know what you mean (Star Wars: Episode V – The Empire Strikes Back).

У наведеному прикладі герой Люк Скайуокер (*Luke Skywalker*) розмовляє з одним із пілотів свого загону (*Dack*) перед бойовим вильотом. Герой спочатку застосовує тактику демонстрації інтересу / небайдужості та цікавиться станом справ пілота (*How are you?*), хоча для нього як для лідера загону немає необхідності підтримувати зі своїм підлеглим близьку комунікативну відстань. Подальше зближення досягається через використання тактики демонстрації розуміння / солідарності. Означена тактика вербалізується через використання фрази *I know what you mean* – за допомогою якої герой експліцитно підкреслює близькість між собою та співрозмовником через указання на схожість їх емоційного стану (*I feel like I could take on the whole Empire myself*) в однаковій ситуації.

Використання тактик персоналізації та інтимізації відносин та надання деталей / пояснень ілюструє наступний приклад:

(75) (*As Thor enters, he BANGS Selvig's head on the doorway. Selvig GROANS.*)

THOR (CONT'D): Sorry, my friend.

JANE: *What happened?*

THOR: We drank. We fought. He made his ancestors proud.

JANE: *Put him on the bed.*

(*Thor moves through the small trailer carrying Selvig, like a bear lugging another bear, smashing into things along the way, until he finally sets Selvig down on Jane's bed. Selvig awakens groggily and looks up at him through bleary eyes.*)

SELVIG: *I still don't believe you're the God of Thunder. (THEN) But you ought to be.*

(*Thor grins, pats him on the cheek. As Selvig drifts off to sleep, Thor pulls a blanket over him. Jane watches, stunned by their friendship, impressed by Thor's tenderness*)

<...> (Thor).

У наведеному прикладі герой Тор (Thor) допомагає докторові Еріку Селвігу (*Erik Selvig*), з яким вони до цього випивали, дістатися помешкання астрофізика Джейн Фостер (*Jane Foster*), де всі вони тимчасово живуть і яка подобається героєві. Доктор забагато випив і не може пересуватися самотужки, тому Тор несе його на

собі. Джейн просить пояснити, що сталося, і герой, реалізуючи стратегію зближення, вдається до тактики надання деталей / пояснень (*We drank. We fought. He made his ancestors proud*). Тор демонструє їй готовність до зменшення комунікативної відстані з Селвігом. Персоналізація та інтимізація відносин досягається за допомогою використання звертання *my friend* та знаків невербального коду – кінесичного й проксемічного. Використовуючи означену лексичну одиницю, герой експліцитно демонструє, що Селвіг належить до кола його близьких. За допомогою невербального коду (*pats him on the cheek*) герой одночасно досягає персоналізації відносин через проксемічну складову, оскільки відбувається фізичний контакт, і демонструє свою небайдужість, оскільки жест (кінесичний знак) плескання по щоці, так само як і широка посмішка (*Thor grins*) є виявом дружності. Тактика демонстрації інтересу / небайдужості, яку також використовує Тор у цій ситуації, реалізується й у вибаченні (*sorry*) за те, що герой випадково зачепив головою Селвіга дверний отвір. Тобто, героєві не байдуже, що він спричинив дискомфорт для свого друга. Та сама тактика реалізується й за допомогою невербального коду (*pulls a blanket over him*) – піключись про доктора, герой укриває його ковдрою.

Тактику імітації в дискурсивній поведінці героя ілюструє приклад (76):

(76) (ROSIE) - *You can sleep soundly tonight. Otto's done his homework. Come to the demonstration tomorrow, and you'll see for yourself. And you need to sleep soundly tonight, Otto.*

(OTTO) - *Did Edison sleep before he turned on the light? Did Marconi sleep before he turned on the radio? Did Beethoven sleep before he wrote the [5]th?*

(PETER) - *Did Bernoulli sleep before he found the curves of quickest descent?*

(OTTO) - *Rosie, I love this boy* (Spider-Man 2).

У наведеному прикладі герой Пітер Паркер (*Peter*) обговорює зі своїм кумиром професором Отто Октавіусом (*Otto Octavius*) та його дружиною Роуз (Rosie) винахід професора, який має бути презентований громадськості наступного дня. Роуз заспокоює Пітера, який висловлює побоювання, що щось може піти неправильно, і радить чоловікові добре виспатися. Отто заперечує, що навряд чи

зможє заснути. Він порівнює свій стан зі станом Едісона, Марконі та Бетховена перед тим, як вони презентували світові свої найбільші досягнення, використовуючи низку риторичних запитань із однакою структурою та повторюваними лексичними формулюваннями (*Did Edison sleep before he turned on the light? Did Marconi sleep before he turned on the radio? Did Beethoven sleep before he wrote the [5]th?*) Прагнучи підтримати професора та продемонструвати йому своє захоплення, герой реагує, використовуючи той самий патерн з іншим прикладом – видатним швейцарським математиком Йоганном Бернуллі (*Did Bernoulli sleep before he found the curves of quickest descent?*).

Використання героєм тактики залучення до спільної діяльності ілюструє приклад (77):

(77) *IRON MAN (V.O.): Thor is right. We gotta deal with these guys.*

BLACK WIDOW: How do we do this?

CAPTAIN AMERICA: As a team (The Avengers).

Загін героїв, скликаних для порятунку людства від іншопланетних монстрів (згадуються як *these guys*), має проблеми із взаємодією, але всі вони усвідомлюють необхідність виконати свій обов'язок та нейтралізувати загрозу, коли настає критичний момент. Кожен із трьох героїв – Залізна Людина (*Iron Man*), Чорна Вдова (*Black Widow*) та Капітан Америка (*Captain America*) використовує означену тактику для реалізації стратегії зближення. Тактика вербалізується через використання займенника *we* як маркера внутрішньогрупової ідентичності на позначення виконувача дії (*deal with these guys, do this*), а також використання лексеми *team*. Окрім цього, Залізна Людина також використовує тактику демонстрації розуміння / солідарності, вербалізовану у використанні лексеми *right*, демонструючи згоду із точкою зору героя Тора (*Thor*), висловлену ним у попередньому епізоді.

Другою за поширеністю стратегією кооперативного спрямування в дискурсивній поведінці героя є стратегія підтримання дистанції комфорту (13,6% усього прагматикону героя та 87,3% випадків реалізації означеної стратегії).

Стратегія підтримання дистанції комфорту використовується героями в інтересах як адресата, так і адресанта. Удаючись до цієї стратегії, герой обмежує

свої втручання в особистий простір співрозмовника, поважаючи його або її автономію. Окрім цього, використання такої стратегії створює певний “буфер” між особистим простором героя та зовнішніми обставинами або іншими людьми. Оскільки герой є складною особистістю, якій завжди доводиться вирішувати внутрішні конфлікти, робити складні вибори та інколи – поєднувати в собі дві різні особистості, ця стратегія також є маніфестацією психологічного захисного механізму (за Е. Холлом) [318, с. 119]. Хоча у теорії Е. Холла мова йде саме про фізичний простір спілкування, вважаємо за доцільне скористатися відповідними теоретичними положеннями також для мовленнєвого виміру дискурсивної взаємодії. Іншими словами, мова йде про мінімальний персональний простір (як фізичний, так і психологічний), який, за даними досліджень, у американській культурі відіграє важливу роль і є більшим, ніж, наприклад, у арабській культурі або у культурі низки латиноамериканських країн [300; 318; 379]. Така культурна специфіка відображується й у прагматиконі героя.

У дискурсивній поведінці героя використовуються усі тактики, виокремлені для цієї стратегії.

Використання героєм тактики обмеження категоричності ілюструє наступний приклад:

(78) *MORPHEUS: You are angry with me.*

(Neo pants.)

NEO: I, uh... maybe.

MORPHEUS: It's all right. It's natural (The Matrix).

У наведеному прикладі герой Нео (*Neo*) спілкується зі своїм наставником Морфеусом (*Morpheus*). Цьому епізоду передувала низка подій, у результаті яких Нео вчинив так, як хотів Морфеус – приєднався до руху опору людства проти машин, що намагаються їх знищити. Роблячи цей вибір, Нео керувався обмеженою інформацією, оскільки Морфеус свідомо приховав факти, які могли б відвернути Нео від шляху героя-рятівника. Після того, як вибір зроблено, повернутися до минулого життя уже неможливо. Розкривши Нео всю правду, Морфеус припускає, що Нео розлючений. Проте Нео, для якого це дійсно виявилось досить важким

випробуванням, знижує категоричність своєї відповіді через використання вигуку *uh* на позначення невпевненості та лексеми *maybe* замість стверджувальної відповіді. Таким чином він знижує інтенсивність втручання в особистісний простір адресата, зберігаючи комфортну дистанцію взаємодії, яка дозволить підтримувати кооперативне спрямування цієї взаємодії в майбутньому.

Використання тактики непрямой презентації інформації ілюструє наступний приклад:

(79) PADME: *It must be difficult having sworn your life to the Jedi... not being able to visit the places you like... or do the things you like...*

ANAKIN: *Or be with the people I love.*

PADME: *Are you allowed to love? I thought that was forbidden for a Jedi* (Star Wars: Episode II – Attack of the Clones).

В епізоді, що описується, герой Енакін Скайуокер (*Anakin Skywalker*) спілкується з сенаторкою Падме Амідалою (*Padme Amidala*), у яку він закоханий. Членам ордену Джедай, до якого належить хлопець, романтичні стосунки мати заборонено. Не бажаючи заохочувати Енакіна, сенаторка кладе край усім спробам хлопця висловити свої почуття, але намагається залишатися його другом. Енакін не може втриматись від демонстрації почуттів, але висловлюється непрямым чином, щоб мінімізувати втручання в особистісний простір дівчини. Удаючись до імперсоналізації, він говорить, що йому важко не бути поруч із тими, кого він любить (*the people I love*), хоча має на увазі саме свою співрозмовницю.

Реалізацію тактики формалізації відносин ілюструє приклад (80):

(80) JANE: *I'm sorry. I can't take you.*

THOR: *I understand. Then this is where we say goodbye.*

(*He takes her hand and kisses it.*)

JANE: *That's... thank you.*

(*Thor bows slightly to each of them.*)

THOR: *Jane Foster... Erik Selvig... Darcy. Farewell.*

(*He heads off down the street*) (Thor).

В епізоді, що описується, герой Тор (*Thor*) вважає, що більше ніколи не побачить своїх друзів з Землі, оскільки от-от повернеться до свого рідного світу. Оскільки подальше зближення не є можливим через припинення спілкування, герой удається до підтримання дистанції комфорту як логічного вибору для завершення взаємодії у кооперативному річизі. Він демонструє повагу до особистісного простору співрозмовників через формалізацію стосунків за допомогою невербального коду (*takes her hand and kisses it, bows slightly to each of them*). Герой використовує також вербальні засоби – повне ім'я (*Jane Foster, Erik Selvig*, за винятком асистента Джейн Фостер Дарсі (*Darcy*), повне ім'я якої Тор не знає) та стилістично марковану лексику (формальне *farewell* замість нейтрального *good-bye*).

Наступною за поширеністю кооперативно спрямованою стратегією в прагматиконі героя є стратегія переконання (11,5% випадків маніфестації дискурсивної поведінки героя та 83,8% випадків застосування цієї стратегії).

Використання стратегії переконання у дискурсивній поведінці героя має на меті створення в адресата мотивації вчинити таким чином, який герой вважає за потрібне. У більшості випадків це відповідає інтересам адресата. При цьому процес створення відповідної мотивації є прозорим і дає адресатові змогу самостійно прийняти остаточне рішення.

У дискурсивній поведінці героя застосовуються усі виокремлені для стратегії переконання тактики.

Використання героєм тактики надання поради ілюструє приклад (81):

(81) *PETER: M.J., it's Peter, you there? Hello? Alright, well, I'm calling to check up on you, so call me when you get in... Uh... don't go up any dark alleys* (Spider-Man).

Герой Пітер Паркер (*Peter Parker*) переймається, що його коханій дівчині Мері-Джейн (*Mary Jane, M.J.*) може бути заподіяно шкоди, щоб усунути його з дороги. Він телефонує Мері-Джейн, щоб дізнатися, чи з нею все гаразд та попередити її про можливу небезпеку. Дівчина не бере слухавку, тому Пітер залишає на автовідповідачі повідомлення з порадою уникати безлюдних та погано освітлених місць (*don't go up any dark alleys*). Водночас, не бажаючи надто лякати кохану та втручатися в її особистий простір, герой використовує як допоміжну стратегію

підтримання дистанції комфорту та тактику обмеження категоричності (лексеми *alright, well*, вигук *uh*).

Використання тактик аргументації, надання опцій та надання ваги змісту повідомлення ілюструє приклад (82):

(82) *QUI-GON : Podracing... Greed can be a powerful ally.. if it's used properly.*

ANAKIN : I've built a racer! It's the fastest ever...There's a big race tomorrow, on Boonta Eve. You could enter my pod. It's all but finished...

SHMI : Anakin, settle down. Watto won't let you...

ANAKIN : Watto doesn't know I've built it. (to Qui-Gon) You could make him think it's yours, and you could get him to let me pilot it for you (Star Wars: Episode I – The Phantom Menace).

У наведеному прикладі герой Енакін Скайуокер (*Anakin Skywalker*) переконує свою мати Шмі (*Shmi*) та лицаря ордену Джедай Квай-Гона (*Qui-Gon*) дозволити йому допомогти Квай-Гону знайти гроші на деталі, необхідні, щоб полагодити його космічний корабель. Хоча Енакін знайомий із Квай-Гоном лише декілька годин, він готовий ризикнути життям, щоб допомогти своєму новому другові. Переконуючи співрозмовників дозволити йому участь у перегонах, на яких можна виграти необхідні гроші, Енакін використовує два аргументи. Першим є наявність майже готового боліду (*I've built a racer! <...> It's all but finished...*). Другим аргументом є те, що ця інформація невідома Уотто (*Watto*), володарю майстерні, де є необхідні деталі, тому з ним можна укласти вигідне парі (*Watto doesn't know I've built it*). Енакін надає Квай-Гонові опції, як цю інформацію можна використати (*You could enter my pod. <...> You could make him think it's yours, and you could get him to let me pilot it for you*). Нарешті, надання ваги змісту повідомлення реалізується хлопцем через використання гіперболи в описанні сконструйованого ним боліда, яка маніфестується у найвищому ступені порівняння (*the fastest ever*).

Використання героєм тактики прохання ілюструє приклад (83):

(83) *HAN: Now, look, don't get any funny ideas. The old man wants us to wait right here.*

LUKE: But he didn't know she was here. Look, will you just find a way back into the detention block? (Star Wars: Episode IV – A New Hope)

Герой Люк Скайуокер (*Luke Skywalker*) та найманий пілот Ган Соло (*Han Solo*) знаходяться на борту ворожого корабля, але поки що залишаються непоміченими. Вони чекають на повернення ще одного члена екіпажу (*the old man*), який повинен вимкнути силове поле, яке заважає їх кораблю втекти. Продивляючись системні дані корабля, Люк помічає, що на борту ворожого корабля знаходиться бранка, яку от-от мають стратити, і переконує Гана допомогти її звільнити. Тактика аргументації, яку герой використовує в цій ситуації (*he didn't know she was here*) не має ефекту, тому Люк просто просить допомогти йому знайти дорогу до тюремного блоку, використовуючи модальне дієслово *will* (*will you just find a way back into the detention block?*), реалізуючи таким чином тактику прохання.

Нарешті, тактика підбадьорення реалізується в прагматиконі героя наступним чином:

(84) *SPIDER-MAN: Listen – I need you to climb down.*

M.J.: (voice quivering) I can't.

SPIDER-MAN: Yes, you can!

(after the web starts tearing, letting them slip down by several more meters)

M.J., you can do it! You have to! Trust me! Hold on tight – and go quickly! (Spider-Man)

У наведеному прикладі герой Спайдермен (*Spider-Man*) переконує свою кохану Мері Джейн (*Mary Jane, M.J.*) використати павутиння, щоб спуститися униз з небезпечної висоти (*I need you to climb down*). Дівчина боїться, тому герой вдається до тактики підбадьорення, яка реалізується за допомогою використання модального дієслова *can* на позначення можливості виконання дівчиною необхідної дії (*Yes, you can! <...> You can do it!*). Герой також використовує тактику поради – він радить рухатися швидко, адже так рухатися менш лячно (*go quickly!*), і тактику надання ваги змісту повідомлення, інтенсифікуючи його ефект за допомогою фрази *trust me*.

Останньою з використовуваних героєм стратегій кооперативної спрямованості є стратегія підкорення іншому (9,1% прагматикону героя та 80,3% випадків реалізації означеної стратегії у вибірці).

За допомогою цієї стратегії герой демонструє сумирне сприйняття своєї долі та випробувань, з якими йому доводиться зустрітися, готовність діяти відповідно до волі антигероя(їв), щоб захистити мирне населення, покірність перед волею наставника або жартівливу покору у відносинах із близькими людьми.

Реалізацію тактики прийняття обставин ілюструє приклад (85):

(85) *As the Agents surround him, Thor doesn't seem to notice or care. He just sits there on his knees, head bowed in the rain – a man broken, lost* (Thor).

Означена тактика у цьому епізоді реалізується через кінесичний компонент невербального коду. Під час переміщення з рідного світу на Землю герой Тор (*Thor*) загубив свій молот (одночасно і зброю, і магічний артефакт), але уважав, що проблема з поверненням додому вирішиться, щойно він його знайде. Утім, знайшовши молот, Тор не зміг його підняти. Оскільки лише людина, яка гідна бути лідером для свого народу, може підняти молот, Тор зрозумів, що він не може називатися лідером і не є гідним свого народу. Скорення героя перед цим вироком та прийняття ним своєї долі маніфестується в комбінації кінесичних знаків (*sits there on his knees, head bowed*).

Реалізацію тактики підкреслення панівної позиції адресата ілюструє наступний приклад:

(86) (*SUPERMAN – thoroughly defeated.*)

SUPERMAN: Stop! Let her go! (pause to Zod) All right, Zod, you win. It's over (Superman II).

У наведеному епізоді антигерой Генерал Зод (*General Zod*) захоплює в заручники кохану жінку героя Супермена (*Superman*) та погрожує їй смертю, якщо герой не здасться. Не бажаючи ризикувати життям жінки, герой підкорюється, та виражає це у мовленні через підкреслення панівної позиції свого опонента за допомогою дієслова *win*. Відмова від подальшої боротьби та перемога Зода у цьому етапі протистояння маніфестується у фразі *it's over*.

Нарешті, використання героєм тактики підкреслення своєї підлеглої позиції у жартівливій тональності під час спілкування з близькими ілюструє приклад (87):

(87) TONY: <...> *I'm going to pay for that comment about percentages in some subtle way later, aren't I?*

(Pepper pours herself and Tony a glass of champagne.)

PEPPER: *Not gonna be that subtle* (The Avengers).

У наведеному прикладі герой Тоні Старк (*Tony Stark*) перебуває в дискурсивній взаємодії з коханою жінкою, Пеппер Поттс (*Pepper Potts*). Тоні зазвичай демонструє самовпевненість та перевагу у спілкуванні з іншими, але з Пеппер він удається до жартівливої демонстрації покори. Він підкреслює свою начебто підлеглу позицію за допомогою припущення, що Пеппер примусить його відповісти за озвучений до цього зухвалий коментар (*I'm going to pay for that comment <...> in some subtle way later, aren't I?*).

Таким чином, стратегії кооперативного спрямування складають основну частину прагматикону героя і реалізуються в усіх тактиках, виділених для цих стратегій.

3.2.2. Некооперативно спрямовані стратегії в дискурсивній поведінці героя

Стратегії некооперативного спрямування в дискурсивній поведінці героя разом складають 34,7%. Такі стратегії використовуються героєм у конфронтаційній дискурсивній взаємодії, яка характеризує відносини між героєм та антигероєм. Окрім цього, некооперативний характер носить взаємодія, за якої герой конфліктує з близькими, знаходячись на початку свого шляху та ще не обравши шлях служіння громаді. Також відповідні стратегії застосовуються, коли герой прагне припинити спілкування та в епізодах з монологічним мовленням, коли герой дає негативну оцінку власним діям.

Найпоширенішою з некооперативних стратегій у дискурсивній поведінці героя є стратегія домінування (16,8% прагматикону героя та 37,3% використання відповідної стратегії).

Стратегія домінування пов'язана з займанням позиції влади в дискурсивній ситуації. На відміну від стратегії переконання, адресант не має наміру створювати

мотивацію у адресата діяти певним чином, а використовує авторитет та владу, щоб здійснити досить інтенсивний вплив на адресата та примусити його або її діяти або почуватися так, як необхідно адресантові. При цьому такий вплив не є прихованим від адресата.

У дискурсивній поведінці героя використання відповідної стратегії є характерним для дискурсивної взаємодії з антигероєм, коли кожний з учасників намагається взяти гору над іншим. У взаємодії кількох героїв вона є також розповсюдженою, адже кожен герой є лідером за своєю природою, через що виникає конкуренція. Стратегія домінування також використовується героями в ситуаціях, коли діяти необхідно швидко та ефективно, тому героєві вигідніше здійснити вплив на адресата з позиції влади, аніж витратити час на переконування. Для реалізації стратегії домінування у прагматиконі героя використовуються усі тактики, виокремлені нами для цієї стратегії.

Використання героєм комбінації тактик демонстрації переваги, підкреслення підлеглої позиції адресата, порушення простору адресата та залякування ілюструє приклад (88):

(88) *NEO: And you can cram that file up your Secret Service sphincter.*

(Agent Smith puts his glasses back on.)

AGENT SMITH: You disappoint me, Mr. Anderson.

NEO: You ain't seen nothing yet.

AGENT SMITH: The irony of your situation is that you have no choice.

NEO: You can't scare me with this gestapo crap. I know my rights. I want my phone call (The Matrix).

У наведеному епізоді герой Нео (Neo) перебуває у дискурсивній взаємодії з антигероєм Агентом Смітом (Agent Smith). Нео, який заробляє на життя хакерською діяльністю, заарештовано за відповідним обвинуваченням. Утім, спроби Сміта використати ситуацію, щоб здійснити тиск на Нео, залякати або змусити співпрацювати, не мають жодного ефекту. Нео сам робить кроки, щоб зайняти панівну позицію в дискурсивній взаємодії. Він порушує особистісний простір співрозмовника через використання образливого звороту із залученням внутрішніх

анатомічних деталей (*cram that file up your Secret Service sphincter*). Герой також залякує співрозмовника, обіцяючи ще більш інтенсивну конфліктну взаємодію у майбутньому (*you ain't seen nothing yet*). Нео також підкреслює підлеглу позицію опонента через використання модального дієслова *can* із заперечною часткою *not*, стверджуючи, що Агент Сміт не має достатньо влади, щоб здійснити відповідний вплив на нього (*you can't scare me*). Власну ж перевагу герой вербалізує, підкреслюючи свою обізнаність щодо своєї правової захищеності (*I know my rights*) та заявляючи про бажання скористатися привілеєм, який йому належить за законом (*I want my phone call*).

Для тактики порушення простору адресата також характерним є залучення невербальної складової, як проілюстровано в прикладі (89):

(89) *THE JOKER: You didn't think I'd risk losing the battle for the soul of Gotham in a fist fight with you? You've got to have an ace in the hole. Mine's Harvey.*

(Batman hauls the Joker up, nose to nose.)

BATMAN: What did you do? (The Dark Knight)

В наведеному епізоді герой Бетмен (*Batman*) під час бійки з антигероєм Джокером (*Joker*) дізнається, що тому вдалося якось використати прокурора Гарві Дента (*Harvey Dent*), який є символом надії для усього міста через свою запевняту боротьбу зі злочинністю. Прагнучи отримати інформацію про те, що саме зробив Джокер, Бетмен демонструє йому свою панівну позицію в цій дискурсивній ситуації, реалізуючи домінування через вторгнення в особистий простір супротивника, виражене за допомогою невербального проксемічного компоненту невербального коду (*nose to nose*).

Реалізацію тактики ігнорування потреб інших ілюструє наступний приклад:

(90) *(The Promoter comes rushing up out of the office, a large red welt growing on his cheek.)*

PROMOTER: You coulda taken that guy apart! Now he's gonna get away with my money!

SPIDER-MAN: I missed the part where this is my problem (Spider-Man).

У наведеному епізоді герой Спайдермен (*Spider-Man*) є учасником конфліктної дискурсивної взаємодії з промоутером (*Promoter*), який влаштовує напівлегальні двобої з реслінгу. Прагнучи швидко заробити гроші, Спайдермен бере участь у двобої та виграє його, але промоутер відмовляється сплачувати йому повну суму виграшу. Майже одразу на офіс промоутера здійснює напад грабіжник, але Спайдермен, який міг би його зупинити (*you coulda taken that guy apart*), нічого не робить. У відповідь на докір збоку пограбованого промоутера Спайдермен свідомо демонструє зневагу до його потреб (*I missed the part where this is my problem*). Він дає співрозмовнику зрозуміти, що міг допомогти, але обрав цього не робити, тим самим демонструючи свою панівну позицію в дискурсивній взаємодії.

Використання тактики спонукання до дії ілюструє приклад (91):

(91) *Neo: Tell me how I separated my mind from my body without jacking in. Tell me how I stopped four sentinels by thinking it. Tell me just what the hell is happening to me.*

Oracle: The power of the one extends beyond this world. It reaches from here, all the way back to where you came from (The Matrix Revolutions).

Дискурсивна взаємодія у наведеному прикладі не є конфліктною за своїм характером, але герой Нео (*Neo*) здійснює тиск на свою співрозмовницю – Вішунку (*Oracle*), вимагаючи від неї пояснень, як йому вдалося потрапити до віртуального світу Матриці без фізичного підключення, як йому вдалося вивести з ладу розвідувальні кораблі-роботи (*sentinels*), і що взагалі з ним відбувається. Спонування до дії, реалізоване у наказовому способі (*tell me*), інтенсифікується завдяки трикратній ітерації фрази.

Другою за поширеністю стратегією некооперативного спрямування в дискурсивній поведінці героя є стратегія дистанціювання (9,4% прагматикону героя та 79,9% випадків використання відповідної стратегії).

Означена стратегія використовується героєм у ситуаціях, коли він не бажає конфліктувати з іншим учасником дискурсивної взаємодії, але й не хоче підтримувати таку взаємодію, тому намагається її припинити. Також герой удається до стратегії дистанціювання, коли хоче збільшити комунікативну відстань між собою та співрозмовником, захищаючи свій особистісний простір від небажаного

втручання. Ще одним контекстом для використання означеної стратегії є відмова героя приймати обставини, що склалися, та висловлення такого неприйняття через дистанціювання від ситуативного контексту у мовленні або за допомогою невербального компоненту комунікації.

Означена стратегія в дискурсивній поведінці героя реалізується усіма виокремленими для неї тактиками.

Використання героєм тактик демонстрації песимізму та підкреслення розбіжностей засобами вербального та невербального коду ілюструє приклад (92):

(92) ALFRED: *Endure, Master Wayne. Take it. They'll hate you for it, but that's the point of Batman... he can be the outcast. He can make the choice no one else can face. The right choice.*

(Wayne shakes his head.)

WAYNE: *Today I've found out what Batman can't do. He can't endure this. (rueful smile) Today you get to say 'I told you so' (The Dark Knight).*

У наведеному епізоді Брюс Уейн (*Bruce Wayne*), альтер-его героя Бетмена (*Batman*), опиняється у ситуації, коли ті, кого він захищає, звинувачують його в тому, що саме через нього їм загрожує небезпека. Герой може або розкрити світові свою особу, як вимагає антигерой Джокер (*Joker*), або спостерігати, як Джокер та його спільники далі вбивають людей. Уейн дистанціюється від свого “героїчного” альтер-его, існування якого сприймається ним як важкий обов’язок, використовуючи тактику підкреслення розбіжностей. Означена тактика реалізується через уживання займенників першої та третьої особи однини (*I* та *he*) та відповідної номінації (*Batman*) для розділення своїх двох різних іпостасей. Водночас, тактика демонстрації песимізму реалізується у використанні кінесичного компоненту невербального коду, який виказує песимістичну оцінку можливого розвитку ситуації (*shakes his head*) та модального дієслова *can* з часткою *not* на позначення неможливості позитивного вирішення проблеми, яка склалася. Таким чином герой відсторонюється від ситуації, не бажаючи нести відповідальність за можливі негативні результати.

Використання тактики самозахисту ілюструє приклад (93):

(93) NATASHA: *Loki's manipulating you.*

BANNER: *And you've been doing what exactly?*

NATASHA: *You didn't come here because I bat my eyelashes at you.*

BANNER: *Yes, and I'm not leaving because suddenly you get a little twitchy (The Avengers).*

У наведеному прикладі дискурсивна взаємодія відбувається між героями Наташею Романовою (*Natasha Romanoff*) та Брюсом Беннером (*Bruce Banner*), який у моменти неконтрольованого гніву перетворюється на істоту з надлюдською силою. Наташа привертає увагу Беннера до того, що антигерой Локі (*Loki*) спробує скористатися його емоційною нестабільністю у своїх інтересах. У свою чергу, Беннер звинувачує Наташу у тому, що вона зробила те саме, щоб примусити його стати членом загону героїв-рятівників, хоча він хотів залишатися поодаль від подій, де його некерована сила може спричинити негативні наслідки. Наташа дистанціюється, реагуючи на надмірне втручання у свій особистісний простір, використовуючи для цього тактику самозахисту. Означена тактика реалізується у частковому запереченні висунутого звинувачення та покладання частини відповідальності на самого Беннера (*You didn't come here because I bat my eyelashes at you*). Тобто, Наташа визнає, що використала свої жіночі чари, щоб переконати Беннера (*I bat my eyelashes at you*), але не це стало остаточною причиною його згоди приєднатися до загону (*You didn't come here because [of it]*).

Використання героєм тактики ухиляння ілюструє приклад (94):

(94) (*Clark looks more and more nervous the closer she gets to it.*)

CLARK: (*trying to fake her out*) Lois, *I don't have the vaguest idea* – as usual – what you're –

LOIS: (*cutting through it*) Don't fake me out, Clark. (*pause*) Or whoever you are.

CLARK: *Whoever, I (acting "patient") Look, maybe you ought to take a walk and clear your head. I'll meet you back at the motel.*

(*Desperate to get out of this tight spot, he turns and starts to walk away.*) (Superman II)

У наведеному прикладі Кларк Кент (*Clark Kent*), докладає усіх зусиль, щоб дистанціюватися від Лоїс Лейн (*Lois Lane*), яка здогадалася, що він і є Супермен. Лоїс ставить йому прямі запитання, через які Кларк нервує (*looks more and more nervous the closer she gets to it*) та від відповіді на які Кларк ухиляється, вдаючись до вербальних та невербальних засобів. До вербальних засобів належить заперечення розуміння змісту питання (*I don't have the vaguest idea <...> what you're [talking about]*), зміна теми розмови зі своєї особи на особу співрозмовника (*maybe you ought to take a walk and clear your head*). До невербальних засобів належить зміна фізичної відстані між співрозмовниками (проксемічна складова) та уникання зорового контакту, повернення спиною (кінесична складова). У наведеному епізоді Кларк використовує обидві складові – фраза *meet you back at the motel* є сигналом про те, що він залишає Лоїс та повертається до мотелю, після чого Кларк розриває зоровий контакт (*he turns*) та фізично збільшує дистанцію (*starts to walk away*).

Використання героєм тактики стислого викладу інформації ілюструє наступний приклад:

(95) *GORDON: The leaders are in the Shreck building. The Mayor and Max himself are up there. Do you need any...*

BATMAN: No.

GORDON: But you can't just...

BATMAN: Yes.

(Batman quickens his pace, leaving Gordon and his words behind.) (Batman Returns).

У наведеному прикладі комісар поліції Гордон (*Gordon*) намагається продемонструвати героєві Бетмену (*Batman*) свою доброзичливість та готовність надати всю необхідну інформацію та сприяння, допомогти розібратися в ситуації, що виникла через дії злочинного угруповання. Проте Бетмен воліє діяти самостійно і дистанціюється від Гордона, реагуючи на його запитання короткими односкладними репліками (*No. Yes.*).

Нарешті, використання тактики вилучення зі спільної дії ілюструє наступний приклад:

(96) *BEN: You must learn the ways of the Force if you're to come with me to Alderaan.*

LUKE: (laughing) Alderaan? I'm not going to Alderaan. I've got to go home. It's late, I'm in for it as it is.

BEN: I need your help, Luke. She needs your help. I'm getting too old for this sort of thing.

LUKE: I can't get involved! I've got work to do! It's not that I like the Empire. I hate it! But there's nothing I can do about it right now. It's such a long way from here.

(Star Wars: Episode IV – A New Hope)

У наведеному прикладі герой Люк Скайуокер (*Luke Skywalker*), який знаходиться на початку свого шляху, отримує запрошення від свого майбутнього наставника Бена Кенобі (*Ben Kenobi*) приєднатися до нього у місії на планету Алдераан (*come with me to Alderaan*). Результатом місії може стати допомога руху повстання в Галактиці. Проте Люк не хоче мати проблем. Він дистанціюється і від Бена, і від перспективи приєднатися до повстання через заперечення можливості своєї участі (*I can't get involved!*), та підкреслення розбіжності у обраних маршрутах (*I'm not going to Alderaan. I've got to go home*).

Останньою та найменш поширеною стратегією некооперативного спрямування в дискурсивній поведінці героя є стратегія дискредитації (8,5% прагматикону героя та 49,8% випадків використання означеної стратегії).

Стратегія дискредитації використовується героями у конфронтаційній взаємодії з антигероями. Це пояснюється тим, що у такій конфронтації маніфестується конфлікт двох систем цінностей, які уособлює кожен з персонажів, у якому актуалізовано зміст відповідного концепту. Стратегія також застосовується героями у взаємодії одне з одним, коли методи боротьби, які використовує інший герой, здаються адресантові неприпустимими. З іншого боку, майже у 1/5 частині (18,4%) випадків застосування героєм стратегії дискредитації адресатом є сам герой. Тобто досить поширеним явищем є дискредитація героєм самого себе – у випадках, коли герой не виправдовує своїх власних очікувань, демонструє недоречну з його точки зору слабкість або поводить негідним чином. Героєм використовуються всі тактики, виокремлені для цієї стратегії.

Використання тактики асоціювання з негативною дією/результатом ілюструє приклад (97):

(97) *VICKI: <...> A lot of people think you and the Joker work together.*

BATMAN: Do me a favor. Don't flatter my enemy. The man's psychotic (Batman).

У наведеному прикладі герой Бетмен (*Batman*) розмовляє з фотокореспонденткою Вікі Вейл (*Vicki Vale*), яка розповідає йому про поширені чутки, що Бетмен та антигерой Джокер (*Joker*) є співниками. Бетмен заперечує цю думку як безглузду, дискредитуючи при цьому Джокера шляхом створення асоціації з негативним станом – хворобою (*The man's psychotic*).

Використання тактики глузування / іронії ілюструє приклад (98):

(98) *NATASHA: (turns back around; poised) So, Banner... that's your play.*

LOKI: (STAGGERED) What?

NATASHA: (ON EARPIECE) Loki means to unleash the Hulk. Keep Banner in the lab, I'm on my way. Send Thor as well. (TO LOKI) Thank you for your cooperation (The Avengers).

У наведеному прикладі представлено взаємодію антигероя Локі (*Loki*) та героїні Наташі Романофф (*Natasha Romanoff*). Хоча загонові героїв вдається затримати Локі, вони упевнені, що він дозволив їм це зробити, оскільки має таємний план. Завдяки вдалій маніпуляції Наташі вдається дізнатися, що саме замислив Локі. Залишаючи його камеру, Наташа дискредитує свого опонента як негідного супротивника, вдаючись до іронії – дякує йому за співпрацю (*thank you for your cooperation*).

Використання тактики демонстрації неповаги / приниження ілюструє наступний приклад:

(99) *Architect: You are here because Zion is about to be destroyed – its every living inhabitant terminated, its entire existence eradicated.*

Neo: Bullshit (The Matrix Reloaded).

У наведеному прикладі герой Нео (*Neo*) зустрічається із Архітектором Матриці (*Architect*), завданням якого є конструювання віртуального світу, де існує свідомість людей. Архітектор повідомляє героєві, що люди, які рятуються від загибелі у

підземному місті Зіоні, знаходяться під загрозою знищення, і цієї загрози неможливо уникнути. Таке ствердження провокує Нео на конфронтаційну взаємодію. Він реагує, дискредитуючи співрозмовника та його думку через використання засобу демонстрації неповаги – лайку (*bullshit*).

Приклад (100) ілюструє спрямування стратегії дискредитації героєм проти самого себе:

(100) *CLARK: (softly) I've failed. (ashamed and defeated) I thought only of myself and I ... I even failed myself. (anguished, barely able to say it) I failed everyone...*
(Superman II)

У наведеному прикладі герой Супермен (*Superman*) висловлює оцінку своїм діям, коли він дозволив собі забажати людського щастя та жити як проста людина Кларк Кент (*Clark Kent*) з коханою жінкою. Нажаль, саме в той момент, коли планета залишилась беззахисною, на неї здійснили напад антигерой Генерал Зод (*General Zod*) та його спільники. Супермен дискредитує себе як героя через асоціювання з негативною дією / результатом (*I've failed. I thought only of myself and... I even failed myself. I failed everyone*). Ефект інтенсифікується через багатократне повторення дієслова з негативною конотацією *fail*.

Таким чином, стратегії некооперативного спрямування складають інструментарій дискурсивної взаємодії, яким герої користуються у ситуаціях, пов'язаних із необхідністю швидко реагувати, у ситуаціях конфронтації, для реагування на втручання в їх особистісний простір та на свої власні дії та дії інших, які суперечать ціннісним орієнтирам героя.

3.2.3. Специфічні стратегії у дискурсивній поведінці героя

Специфічні стратегії у прагматиконі героя є найменш поширеними і складають усього 3,4%. Дещо більш поширеною є нейтральна за своїм спрямуванням стратегія орієнтування, яка більш характерна для героя, ніж антигероя (1,8% прагматикону героя та 74,4% випадків застосування означеної стратегії).

Стратегія орієнтування використовується героєм для здобуття більш поширеного інформаційного контексту або структурування уже здобутих знань і більш ефективного користування ними. Ця стратегія застосовується як у діалогічному, так і у монологічному мовленні, але не має за мету досягнення впливу на іншого учасника дискурсивної взаємодії. Стратегія реалізується героєм за допомогою усіх виокремлених для неї тактик.

Використання тактики розпитування ілюструє приклад (101):

(101) *CLINT BARTON: <...> Tasha, how many agents?*

NATASHA: Don't. Don't do that to yourself, Clint (The Avengers).

У наведеному прикладі герой Клінт Бартон (*Clint Barton*, альтер-его Соколине Око (*Hawkeye*)) спілкується з колегою та подругою Наташею Романовою (*Natasha Romanoff*). Клінт до цього моменту перебував під гіпнозом антигероя Локі (*Loki*), і через це завдав шкоди декільком агентам та цивільним. Дуже переймаючись через це, Бартон використовує тактику розпитування, щоб дізнатися, скільки агентів стали жертвами його дій (*how many agents?*).

Застосування героєм тактик уточнення та побудування логічного ланцюжку ілюструє наступний приклад:

(102) *LUKE: Obi-Wan Kenobi? I wonder if he means old Ben Kenobi?*

THREEPIO: I beg your pardon, sir, but do you know what he's talking about?

LUKE: Well, I don't know anyone named Obi-Wan, but old Ben lives out beyond the dune sea. He's kind of a strange old hermit.

(Luke's gazes at the beautiful young princess for a few moments.)

LUKE: I wonder who she is. It sounds like she's in trouble. I'd better play back the whole thing (Star Wars: Episode IV – A New Hope).

У наведеному прикладі герой Люк Скайуокер (*Luke Skywalker*) приводить до ладу щойно придбаного дроїда. Він випадково вмикає повідомлення від незнайомої дівчини, у якому вона просить про допомогу людину на ім'я Обі-Ван Кенобі (*Obi-Wan Kenobi*). Люку хочеться дізнатися більше, тому він використовує тактику уточнення, повторюючи щойно отриману інформацію у запитанні (*Obi-Wan Kenobi? I wonder if he means old Ben Kenobi?*). Запитання не потребує відповіді, оскільки

адресатом є скоріше глядач, ніж хтось із учасників сцени (таким чином залучається ефект підслуховування [335]). Люк також використовує наявний обсяг інформації, щоб зробити логічне припущення для розширення інформаційного контексту, реалізуючи тактику побудування логічного ланцюжку (*It sounds like she's in trouble*).

Нарешті, стратегія маніпулювання також зустрічається в прагматиконі героя, проте не є характерною для нього. Герой майже не використовує її у своїх власних інтересах (за винятком випадків, коли ще знаходиться на шляху формування особистості та має досить багато спільного з антигероєм). Проте маніпулювання застосовується героєм у обмеженій кількості випадків (загальна частка його в прагматиконі героя складає 1,6%) у дискурсивній взаємодії в інтересах громади, яку він захищає. Означена стратегія в поведінці героя реалізується у більшості випадків за допомогою тактик провокування на бажану реакцію та у поодиноких випадках – у тактиках ухиляння від прямої відповіді, указання на схожість/спорідненість та дистанціювання від інших, пропонування вигоди, погрози та подання своєї думки як істини.

Приклад (103) ілюструє використання героєм тактики провокування на бажану дію у поєднанні із тактиками ухиляння від прямої відповіді та подання своєї думки як істини:

(103) *A lovely apartment in a high-rise building with a balcony-terrace off the living room. Books, modern art posters, desk with typewriter, etc. CLARK sits at one end of the sofa. LOIS paces next to him.*

LOIS: (outraged) It wasn't a trick!

CLARK: Oh sure. A man flies in the sky like a pigeon and it wasn't a trick. It was probably done with wires. They must have rigged him up like Peter Pan.

LOIS: There weren't any wires. I looked.

CLARK: Mirrors, then.

LOIS: He grabbed me! He held me! How could that be done with mirrors?

CLARK: I don't know, Lois, but I do know a fraud when I hear one. This thing goes against all natural laws (Superman).

Дискурсивна взаємодія відбувається між героєм Кларком Кентом (*Clark*), та його подругою Лоїс (*Lois*). Герой прагне приспати будь-які підозри про те, що він і є Супермен. Епізод починається з реакції Лоїс на невідому репліку Кларка, зміст якої можна встановити з цієї реакції. Імовірно, знаючи, як дівчина захоплюється героєм, Кларк припустив, що здібності Супермена – це трюк, провокуючи її на емоційну реакцію ((*outraged*) *It wasn't a trick!*). Тактика провокування на бажану реакцію реалізується героєм і надалі через саркастичне зауваження схожого змісту (*A man flies in the sky like a pigeon and it wasn't a trick*). Тактика подання своєї думки як істини реалізується через використання модального дієслова *must* та емпатичного дієслова *do* на позначення упевненості у своєму припущенні (*They must have rigged him up like Peter Pan. I do know a fraud when I hear one.*). Нарешті, ухиляння від прямої відповіді реалізується героєм як заперечення наявності необхідної інформації (*I don't know*). Результатом є те, що, по-перше, захищаючи Супермена від звинувачень Кларка, Лоїс не проводить паралелі між двома іпостасями однієї людини. По-друге, Кларк дізнається, якої думки Лоїс про Супермена.

Таким чином, загальне підґрунтя (61,9%) прагматикону героя складають стратегії кооперативного спрямування. Це свідчить про те, що прагматичний вимір концепту ГЕРОЙ визначається настановою на досягнення гармонійної взаємодії із іншими (зближення, підтримання дистанції комфорту, переконання, підкорення іншому) та собою (підкорення, реалізоване у монологічному мовленні як прийняття обставин або ситуації). Оскільки прагматикон МО (і, відповідно, ДО) та її цінності пов'язані як рівні однієї загальної структури, можна стверджувати, що настанова на гармонізацію стосунків є ціннісним орієнтиром для героя як ДО.

У прагматиконі героя майже вдвічі менше (34,7%) випадків реалізації стратегій некооперативного спрямування. Частотність випадків реалізації специфічних стратегій – орієнтування (нейтральної) та маніпулювання (і кооперативного, і некооперативного спрямування) є найнижчою (3,4%).

Найпоширенішою є стратегія зближення, найменш поширеною – стратегія маніпулювання. Водночас некооперативна стратегія домінування у прагматиконі героя є другою за поширеністю, тобто герой здатний займати або прагнути позиції

влади у дискурсивній взаємодії. Аналіз контексту дискурсивної взаємодії дозволяє зауважити, що домінування застосовується героєм не тільки у конфліктній взаємодії з антигероєм, а й у ситуаціях, коли домінування є найбільш ефективним способом дії в інтересах людей та громади.

Характерною особливістю некооперативно орієнтованої дискурсивної поведінки героя є поширеність стратегії дистанціювання (9,4%). Тобто, досить поширеною є тенденція героя до припинення взаємодії або збільшення комунікативної дистанції до максимальної. Некооперативна стратегія дискредитації (8,5% прагматикону героя) майже у 1/5 випадків застосовується героєм для дисгармонізації стосунків із самим собою і є реакцією на власну слабкість, недосконалість, неправильно обраний варіант дії.

Усі стратегії, виокремлені в дискурсивній поведінці героя, реалізуються повним набором відповідних тактик. Виключенням є найменш поширена в дискурсивній поведінці героя стратегія маніпулювання.

3.3. Особливості дискурсивної поведінки антигероя в американському кінодискурсі

Розглянемо особливості реалізації кооперативних, некооперативних та специфічних стратегій та відповідних тактик у дискурсивній поведінці антигероя.

3.3.1. Некооперативно спрямовані стратегії в дискурсивній поведінці антигероя

У дискурсивній поведінці антигероя питому вагу складають стратегії некооперативного спрямування (загалом 65,7% прагматикону антигероя). Це свідчить про некооперативний загальний характер дискурсивної взаємодії антигероя.

Найпоширенішою стратегією антигероя як дискурсивної особистості є стратегія домінування, яка складає майже $\frac{1}{2}$ його прагматикону (47,3%). Хоча вона є

досить поширеною і для героя, для антигероя вона є більш характерною (62,7% випадків використання відповідної стратегії).

Антигерої використовують стратегію домінування, щоб продемонструвати контроль над ситуацією та її учасниками, організувати дискурсивну взаємодію таким чином, щоб забезпечити максимальну реалізацію своїх інтересів без урахування інтересів інших учасників взаємодії або дискурсивного контексту. Домінування реалізується антигероем за допомогою всіх виокремлених для цієї стратегії тактик.

Використання антигероем поєднання тактик демонстрації переваги та підкреслення підлеглої позиції адресата ілюструє наступний приклад:

(104) (*SUPERMAN takes off in the direction of the sound waves, following them.*)

LUTHOR'S VOICE: I just knew you couldn't resist the chance of sort of ... pitch in. Know what I mean?

(SUPERMAN looks down at a crowded city street from mid-air. The sound waves seems to emanate through a particular section of the sidewalk.)

LUTHOR'S VOICE: There's a strong streak of good in you, Superman. But then, nobody's perfect. Almost nobody (Superman).

У наведеному прикладі антигерой Лекс Лутор (*Lex Luthor*) використовує ультразвукові частоти, щоб передати повідомлення своєму супротивникові – герою Супермену (*Superman*), адже він – єдина людина, чий слух їх сприймає. У цьому повідомленні він погрожує завдати шкоди невинним людям, щоб змусити Супермена робити те, що йому вигідно. При цьому Лутор не може втриматися від демонстрації влади. Домінування реалізується ним через підкреслення підлеглої позиції адресата порівняно із своєю, панівною позицією (<...> *nobody's perfect. Almost nobody*). Тобто, перевага Лутора в тому, що він є бездоганим, а підлегла позиція Супермена в тому, що він має слабкості. Демонстрація переваги також реалізується через підкреслення своєї обізнаності щодо можливої поведінки супротивника (*I just knew*).

Комбінування антигероем тактик спонукання до дії, залякування та порушення простору ілюструє приклад (105):

(105) (PETER) - *What do you want?*

(DR OCTOPUS) - *I want you to find your friend Spider-Man. Tell him to meet me at the Westside Tower at 3 pm.*

(PETER) - *I don't know where he is.*

(DR OCTOPUS) - *Find him. Or I'll peel the flesh off her bones.*

(PETER) - *If you lay one finger on her...*

(DR OCTOPUS) - *You'll do what?* (Spider-Man II)

Антигерой Доктор Восьминіг (*Dr. Octopus*) розпочинає конфронтаційну взаємодію з героєм Пітером Паркером (*Peter Parker*, справжнє ім'я героя Спайдермена (*Spiderman*)). Доктор Восьминіг хоче знайти Спайдермена, тому використовує для цього Пітера, який начебто дружить з таємничим героєм. Антигерой застосовує тактику спонукання до дії, реалізовану за допомогою наказового способу (*tell him; find him*) та об'єктної інфінітивної конструкції, де необхідну дію представлено як бажання адресанта (*I want you to find your friend*). Для подальшого утвердження своєї панівної позиції антигерой застосовує тактику залякування, описуючи негативні для дівчини Пітера наслідки, якщо він відмовиться підкоритися (*I'll peel the flesh off her bones*). Коли Пітер намагається чинити опір, також удаючись до тактики залякування (*If you lay one finger on her...*), Доктор Восьминіг залучає тактику порушення простору. У цій ситуації вона реалізується у перериванні співрозмовника (*You'll do what?*).

Нарешті, вербальне втілення тактики ігнорування потреб інших ілюструє приклад (106):

(106) WILLIE: (*pleading*) *Please, Mister General! Please let my daddy down!*

ZOD: *Whatever you say.*

NEW ANGLE – *as Zod snaps off the beam of light. Suddenly Dino drops from the sky like a sack of potatoes. He hits the ground with a thud* (Superman II).

Антигерой Генерал Зод (*General Zod*), демонструючи людям свою владу, зусиллям волі підіймає в повітря чоловіка (*Dino*) і примушує його родину дивитися на його страждання. Зод закріплює своє домінування в ситуації, демонструючи непохитність прийнятого рішення та неважливість для нього потреб інших. Він використовує

неоднозначне формулювання прохання сина чоловіка (*Willie*) відпустити батька (*Please let my daddy down!*). З відповідним іронічним коментарем (*whatever you say*) він дозволяє чоловікові впасти з великої висоти, можливо, спричиняючи травми (*Dino drops from the sky like a sack of potatoes. He hits the ground with a thud*). Таким чином Зод демонструє, що на нього неможливо вплинути.

Другою за поширеністю стратегію некооперативного спрямування в прагматиконі антигероя є стратегія дискредитації (14,4% випадків реалізації дискурсивної поведінки антигероя). Стратегія є однаково характерною як для героя (49,8% випадків її уживання), так і для антигероя (50,2% випадків її уживання). Проте спостерігається суттєва розбіжність у частотності застосування стратегії дискредитації героєм та антигероєм проти себе самого. Герой дискредитує сам себе майже у 1/5 випадків, а антигерой – менш ніж у 1/10 (7,7%). Для антигероя така поведінка, за поодинокими винятками, властива у періоди до ініціації або на етапі спокутування провини.

У конфронтаційній взаємодії антигерой використовує стратегію дискредитації, щоб здійснити напад на позитивне лице адресата [281; 317], вплинути на його суспільний та соціальний імідж або покращити свою власну оцінку за рахунок інших. У прагматиконі антигероя означена стратегія реалізується усіма виділеними для неї тактиками.

Використання антигероєм тактики асоціювання з негативною дією/результатом ілюструє наступний приклад:

(107) *OTIS: I did it, Mr. Luthor! Just like you told me to!*

LUTHOR: It's not that I don't trust you, Otis ... (thinks about it) Yes, it is. Tell me what you did (Superman).

У наведеному прикладі антигерой Лекс Лутор (*Lex Luthor*) спілкується зі своїм помічником Отісом (*Otis*). Отіс повертається з завдання, яке йому доручив Лутор, і заявляє, що успішно його виконав. Лутор не просто вимагає деталей, але й у процесі дискредитує свого помічника, асоціюючи його з негативним результатом через упевненість у недбалому виконанні (*It's not that I don't trust you, Otis... Yes, it is*).

Тактика демонстрації неповаги / приниження вербалізується антигероєм у наступному прикладі:

(108) *Bane: Back away from the gun and turn around.*

Neo: Let her go. Who are you?

Bane: Still don't recognize me. It admit it is difficult to even think, encased in this rotting piece of meat. The stink of it filling every breath, suffocating cloud you can't escape. Disgusting. How pathetically fragile it is. Nothing this weak is meant to survive (The Matrix Revolutions).

У наведеному прикладі дискурсивна взаємодія відбувається між героєм Нео (*Neo*) та антигероєм – програмою Агентом Смітом (*Agent Smith*), який заволодів свідомістю та тілом іншого чоловіка на ім'я Бейн (*Bane*). У дискурсивній взаємодії з Нео Агент Сміт демонструє неповагу через образливі описи людського тіла (*rotting piece of meat*), необхідного для його існування процесу дихання (*stink of it filling every breath*), використання лексем із негативною конотацією (*disgusting, pathetically*) для загальної оцінки людського буття. Ще однією маніфестацією неповаги є заперечення можливості виживання людства як виду, ураховуючи всі його недоліки (*nothing this weak is meant to survive*).

Використання антигероєм тактики глузування/іронії ілюструє приклад (109):

(109) (*She scrapes off. Batman does a last minute slam of his foot onto one of her claws to hold her in the air.*)

CATWOMAN: My hero. Where were you the last time I died? You don't get it, I don't want to be saved. I want to be changed <...>.

(*Catwoman rips out from Batman and drops from the building.*) (Batman Returns).

Дискурсивна взаємодія відбувається між героєм Бетменом (*Batman*) та антигероїнею Жінкою-Кішкою (*Catwoman*). Вони борються одне з одним, в результаті чого Жінка-Кішка падає. Вона висить на великій висоті, учепившись кігтями за край даху. Бетмен в останній момент не дає їй зірватися (*does a last minute slam of his foot onto one of her claws to hold her in the air*), але реакцією жінки є подальша інтенсифікація конфлікту. Вона дискредитує героя за допомогою тактики іронії/глузування (*my hero*), оскільки лексема з позитивною конотацією *hero* вживається жінкою у

протилежному значенні. Подальша дискредитація здійснюється за допомогою тактики асоціювання з негативною дією/результатом. Жінка-Кішка звинувачує Бетмена в тому, що він не урятував її, коли вона ще була звичайною людиною і їй загрожувала смерть (*Where were you the last time I died?*). Таким чином, антигероїня створює асоціацію між героєм (його бездіяльністю) та своєю смертю як негативним результатом.

Наступний приклад ілюструє використання антигероєм тактики асоціювання з негативною дією/результатом для дискредитації самого себе:

(110) ОТТО: *My Rosie's dead. My dream is dead. And these... monstrous things should be at the bottom of the river... along with me. Something... in my head. Something talking. The inhibitor chip! Gone. Rebuild. No. Peter was right. I miscalculated* (Spider-Man II).

Антигерой Отто Октавіус (*Otto Octavius*) оцінює ситуацію після того, як його експеримент, який мав стати великим науковим проривом, перетворився на катастрофу з людськими жертвами. Отто усвідомлює, що через нього загинула його кохана дружина (*my Rosie's dead*). Він також розуміє, що сталеві маніпулятори, обладнані штучним інтелектом, які він під'єднав до свого тіла для роботи з небезпечним матеріалом, спричинили смерть і руйнацію і є небезпечними (*monstrous things*). Асоціація себе з негативною дією/результатом вербалізується через оцінку своєї ролі у ситуації, що склалася ([I] *should be at the bottom of the river; I miscalculated*).

Найменш поширеною некооперативною стратегією у прагматиконі антигероя є стратегія дистанціювання, яка складає лише 4% випадків реалізації дискурсивної поведінки антигероя. Означена стратегія не є характерною для антигероя, її використання відповідними персонажами обмежується рівнем 20,1%. Дистанціювання застосовується антигероями у ситуаціях конфліктної взаємодії, коли герой починає переважати та здійснювати більш інтенсивне втручання в особистісний простір антигероя, а також в епізодах, коли антигерой відмовляється погоджуватися з несприятливим для нього перебігом ситуації. Означена стратегія

реалізується поширеними тактиками самозахисту, підкреслення розбіжностей та поодинокими тактиками ухиляння та виключення зі спільної діяльності.

Використання антигероєм тактики самозахисту ілюструє приклад (111):

(111) *LUKE: Your thoughts betray you, father. I feel the good in you... the conflict.*

VADER: There is no conflict (Star Wars: Episode VI – Return of the Jedi).

У наведеному епізоді герой Люк Скайуокер (*Luke Skywalker*) перебуває в дискурсивній взаємодії з антигероєм Дартом Вейдером (*Darth Vader*), який виявився його батьком. Під час останньої битви Люк намагається переконати батька повернутися на Світлу сторону. У певний момент він починає переважати у двобої і домінувати у дискурсивній взаємодії, порушуючи особистісний простір співрозмовника (*I feel the good in you... the conflict*). Вейдер дистанціюється, захищаючи свій особистісний простір через заперечну конструкцію (*There is no conflict*).

Застосування тактики підкреслення розбіжностей у прагматиконі антигероя ілюструє наступний приклад:

(112) *THOR: I will not fight you, brother.*

LOKI: I am not your brother. I never was (Thor).

У наведеному прикладі дискурсивна взаємодія відбувається між героєм Тором (*Thor*) та антигероєм Локі (*Loki*). Перетворенню Локі на лиходія у великій мірі сприяло те, що, як виявилось, він не є Торові братом і взагалі не належить до звичного йому світу. Під час фінального етапу протистояння Тор використовує стратегію зближення, реалізовану у тактиці персоналізації/інтимізації відносин (звертання *brother*, яке вказує на братське ставлення та належність до однієї родини), щоб зупинити конфлікт. Реакцією Локі, який не хоче погоджуватися з перебігом ситуації, є застосування протилежної за своїм механізмом стратегії – дистанціювання. Тактика підкреслення розбіжностей вербалізується через заперечення наявності родинного зв'язку (*I am not your brother*), а також відцурання минулого, яке поєднує братів (*I never was*).

Таким чином, стратегії некооперативного спрямування складають загальне підґрунтя дискурсивної поведінки антигероя, за виключенням стратегії

дистанціювання, яка не має за мету конфронтаційну взаємодію. Найбільш поширеною є стратегія домінування, яка складає майже $\frac{1}{2}$ загального прагматикону антигероя.

3.3.2. Специфічні стратегії у дискурсивній поведінці антигероя

Специфічні та кооперативно спрямовані стратегії в дискурсивній поведінці антигероя складають майже однакову частку (17,3% та 16,9% відповідно). Водночас, специфічна стратегія маніпулювання є другою за поширеністю в прагматиконі антигероя (16,3%) і характерною для нього (85,6% випадків використання антигероями проти 14,4% використання героями). Антигерої маніпулюють іншими, використовуючи їх слабкості, прив'язаності та звички у своїх інтересах у різноманітних контекстах, оскільки не мають моральних перепон, які б забороняли їм такі дії. Маніпулювання в дискурсивній поведінці антигероя реалізується в усіх виокремлених для цієї стратегії тактиках.

Вербалізацію тактики провокування на бажану реакцію проілюстровано у наступному прикладі:

(113) ZOD: (*stentorian tones*) *Son of Jor-El! Kneel before Zod!*

(*At the sound of the hated name, Non roars*).

ZOD: *When you did not come, we took you for a coward!*

(*SUPERMAN – looking up at him.*)

SUPERMAN: *I'm no coward, General Zod.*

(*on ZOD*)

ZOD: *Perhaps not. Perhaps you are only... fool. (with a malicious smile) Like your father.*

(*SUPERMAN – his jaw tightens. The insult to his father has its effect*) (Superman II).

У цьому прикладі антигерої Генерал Зод (*General Zod*) провокує героя Супермена (*Superman*) на прояв агресії, використовуючи образливу характеристику *coward*. Коли цього виявляється недостатньо, Зод обирає іншу образливу характеристику (*fool*), але не для самого героя, а для його батька, справедливо припускаючи, що це матиме сильніший ефект (*The insult to his father has its effect*).

Реалізацію тактики дозування інформації представлено у прикладі (114):

(114) *THE JOKER: Evening, Commissioner.*

GORDON: Harvey Dent never made it home.

THE JOKER: Of course not.

GORDON: What have you done with him?

THE JOKER: (laughs) Me? I was right here (The Dark Knight).

Епізод описує ситуацію, коли антигерою Джокерові (*Joker*), якого було затримано поліцією, повідомляють про зникнення окружного прокурора. Він натякає, що йому відомі обставини цього випадку, за допомогою короткої репліки, що містить ідіоматичний вираз *of course*, а потім відмовляється надати подальшу інформацію, імплікуючи свою непричетність через наявність алібі (*Me? I was right here*). Таким чином він змінює свій статус на власну користь.

Вербалізацію тактики ухиляння від прямої відповіді в дискурсивній поведінці антигероя ілюструє наступний приклад:

(115) *THE JOKER: Look at you go... does Harvey know about you and his –?*

(The Joker SMASHES into the wall – SLIDES to the floor. Batman stands over him, a man possessed –)

BATMAN: WHERE ARE THEY?!

(He GRABS the Joker, holding him close –)

THE JOKER: Killing is making a choice...

(Batman PUNCHES the Joker across the face. HARD.)

BATMAN: WHERE ARE THEY?!

(The Joker FEEDS off Batman's anger. Loving it.)

THE JOKER ...you choose one life over the other (The Dark Knight).

Прагнучи встановити місцезнаходження людей, викрадених до цього антигером Джокером (*Joker*), герой Бетмен (*Batman*) ставить це запитання своєму супротивнику, використовуючи при цьому фізичне насилля. Респонсивні репліки Джокера не є відповідями на поставлене питання, вони не містять жодної інформації про зниклих людей. Замість цього антигерой реагує за допомогою цинічного афоризму (*you choose one life over the other*), який він формулює, незважаючи на

насильство над ним з боку героя. Таким чином Джокер контролює перебіг комунікативної ситуації, даючи їй розвиватися в руслі, яке є бажаним не для Бетмена, а для самого Джокера.

Ілюстрацією використання тактики зазначення схожості або спорідненості та дистанціювання від інших є наступний приклад:

(116) *GREEN GOBLIN: They call us freaks. But we're not less than human, we are more than human.*

SPIDER-MAN: I'm not like you. You're a murderer.

GREEN GOBLIN: Well... to each his own. I chose my path. You chose the way of the hero. And they found you amusing for a while... the people of this city. But the one thing they love more than a hero is to see the hero fail, fall, die trying. The truth is people don't like heroes. Who wants an example you can never live up to? Take my word for it... in spite of all you've done for them, eventually they will hate you. Read the headlines (Spider-Man).

Для антигероя Зеленого Гобліна (*Green Goblin*) бажано, щоб герой Спайдермен (*Spider-Man*) не заважав, а допомагав йому у здійсненні його планів. Намагаючись досягти своєї мети, антигерой підкреслює схожість, яка існує між ним та героєм, та акцентує різницю між героєм та всіма іншими мешканцями міста за допомогою займенників на позначення внутрішньогрупової ідентичності. Замість окремого використання займенників *you* та *I* застосовується займенник *we* як маркер внутрішньогрупової ідентичності, тоді як референція *they* використовується для всіх інших людей (*the people of this city*). При цьому між *you* та *they* створюється відношення опозиції через асоціювання з негативним результатом (*they will hate you*).

Використання тактики подання своєї думки як істини ілюструє наступний приклад:

(117) *PALPATINE stands next to AMIDALA.*

PALPATINE : You see, Your Majesty, the tide is with us... Valorum will be voted out, I assure you, and they will elect in a new Chancellor, a strong Chancellor, one

who will not let our tragedy continue... (Star Wars: Episode I – The Phantom Menace)

У наведеному прикладі антигерой Сенатор Палпатин (*Palpatine*) використовує стратегію маніпуляції у дискурсивній взаємодії з королевою Амідалою (*Amidala*), яка прибула до Сенату, щоб попросити допомоги у протистоянні військовій агресії на її рідній планеті. Для Палпатина вигідно, щоб дівчина вважала, що Сенат співчуває її планеті, а єдиною перешкодою на шляху до порятунку є дійсний Канцлер Валорум (*Valorum*). Подання своєї думки як істини вербалізується Палпатином через опис ситуації нібито з точки зору співрозмовниці (*You see, Your Majesty, the tide is with us*).

Використання антигероем тактики пропонування вигоди ілюструє наступний приклад:

(118) ZOD: *Why do you say this to me when you know I will kill you for it?*

LUTHOR: (*chuckle*) *Kill me? Lex Luthor? Extinguish the greatest criminal flame of our age? Eradicate the only man on earth...<...>*

LUTHOR: (*quickly*) ... with Superman's address? (Superman II)

Антигерой Лекс Лутор (*Lex Luthor*) прагне укласти угоду з іншим антигероем – Генералом Зодом (*General Zod*). Він з рідної планети героя Супермена (*Superman*), має такі самі надможливості і тому може бути використаний як інструмент у реалізації злочинного плану зі здобуття влади та багатства. Спочатку Зод не має наміру спілкуватися, проте вектор комунікації різко змінюється, коли Лутор недвозначно вказує на вигоду, яку Зод отримає з такої угоди – інформацію про місцезнаходження Супермена (*Superman's address*), якому Зод прагне помститися. Цінність такої вигоди підкреслюється використанням лексичних одиниць із гіперсемою “унікальність”, “виключність” (у цьому прикладі – прикметника *only*, тільки Лутор може запропонувати таку вигоду).

Тактика покладання відповідальності на іншого реалізується антигероем наступним чином:

(119) THOR: *What's happened? Tell me! Is it Jotunheim? Let me explain to FATHER –*

LOKI: *Father is dead.*

(Thor stares at him, stunned)

THOR: What?

LOKI: Your banishment, the threat of a new war, it was too much for him to bear.

(The implications of Loki's words dawn on Thor – he's responsible for his father's fate. Loki draws close to him, looks in his eyes, consolingly.)

LOKI (CONT'D): You mustn't blame yourself. I know that you loved him. I tried to tell him so, but he wouldn't listen (Thor).

Антигерой Локі (*Loki*) хоче завадити своєму брату, герою Тору (*Thor*), повернутися з вигнання та посісти місце на троні, яким Локі вже вдалося заволодіти. Уводячи брата в оману щодо начебто передчасної смерті батька, Локі імпліцитно звинувачує в ній Тора, примушуючи того почуватися винним. Локі акцентує відповідальність Тора, вживаючи лексеми *your*, *you*, *yourself*, а також дієслово *to blame* та фразу *too much to bear*.

Тактика погрози реалізується антигероем наступним чином:

(120) *LUTHOR'S VOICE: In approximately five minutes a poisoned gas pellet containing a propane lithium compound will be released through thousands of air ducts in this city...*

(CLARK slips out of PERRY'S office, quickly crosses the city room 'where the REPORTERS cluster around the TV.)

LUTHOR'S VOICE: (happy chuckle) Effectively annihilating half the population of Metropolis.

(Looking up from the street: CLARK jumps out a window high up on the Daily Planet building. As he falls, a gradual transformation to SUPERMAN takes place in blurred, overlapping stages.)

LUTHOR'S VOICE: I know it all seems a bit much, but how else was I going to get to meet you, Superman? I knew you'd never accept an invitation to tea. But a disaster – with people in danger – people who need help...

(SUPERMAN takes off in the direction of the sound waves, following them.)

(Superman)

Бажаючи заманити героя Супермена (*Superman*) у пастку, антигерой Лекс Лутор (*Lex Luthor*) погрожує завдати шкоди жителям міста. Для посилення ефективності обраної тактики антигерой вдається до детального опису запланованої атаки, називаючи засіб (*poisoned gas pellet containing a propane lithium compound*), спосіб розповсюдження (*air ducts*), масштаб ураження (*half the population*) та кінцевий результат (*annihilating*). Необхідність швидкого реагування підкреслюється за допомогою лексичних одиниць з негативною конотацією, характерних для надзвичайної ситуації, які акцентують небажаність настання такої ситуації: *disaster*, *danger*.

Нарешті, ілюстрацією тактики удавання симпатії або позитивної оцінки є наступний приклад:

(121) *OSBORN: I'm so sorry... (pause) I haven't always been there for you, have I?*

HARRY: Well... you're busy... you're an important man, I understand that.

OSBORN: It's no excuse. I'm proud of you. And I lost sight of that somewhere. But I'm going to make it up to you. I'm going to rectify certain... inequities (Spider-Man).

Антигерой Норман Осборн (*Norman Osborn*) дізнається, що його син Гаррі (*Harry*) може допомогти йому знешкодити героя Спайдермена (*Spider-Man*), тому вдає, що йому шкода, що він не приділяв сину досить уваги, що він насправді пишається ним. Така удавана симпатія виявляється через вибачення (*I'm so sorry*), самозасудження (*I haven't always been there for you; it's no excuse*) та експліцитне вираження схвалення (*I'm proud of you*).

Другою специфічною стратегією дискурсивної поведінки антигероя є стратегія орієнтування, але її частотність складає усього 1% прагматикону відповідних персонажів. Окрім цього, означена стратегія є більш характерною для героя (25,6% проти 74,4% випадків реалізації стратегії в дискурсивній взаємодії).

Як і герой, антигерой вдається до орієнтування задля підвищення ступеню своєї поінформованості про релевантні для нього обставини. Така поведінка характерна для ситуацій, коли антигерой стикається з новим форматом існування (після ініціації), або коли він шукає шляхи для реалізації своїх амбіцій та планів.

Орієнтування здійснюється через використання тактики побудування логічного ланцюжку та розпитування.

Використання антигероєм тактики побудування логічного ланцюжку ілюструє приклад (122):

- (122) (*Through a grand, vertical half-circle sewer grate, an older stranger pair of eyes peer. Taking the point of view of the eyes through the grate slats, one takes in the sight of the mammoth lit Christmas Tree, just as it did through the Playpen bars.*)
THE VOICE OF PENGUIN: It is so beautiful, I could die. I must have been born around Christmas time, because every year I get the same intense desires to scream, cry, and freely engage in violent bodily eruptions (Batman Returns).

У наведеному прикладі антигерой Пінгвін (*Penguin*), який живе в каналізації під містом, дивиться крізь ґрати каналізаційної решітки на різдвяну ялинку, яка прикрашає центральний майдан міста. Використовуючи наявну інформацію – свій психологічний та емоційний стан (*I get the same intense desires to scream, cry, and freely engage in violent bodily eruptions*), який настає щороку (*every year*) у різдвяні свята (*around Christmas time*) – він будує логічний ланцюжок і робить припущення, що він народився в такий самий час. Елементи логічного ланцюжку поєднано сполучником *because*, результат (логічне припущення про минулі події) вводиться за допомогою модального дієслова *must* та перфектного інфінітива (*have been born around Christmas time*).

Таким чином, специфічна стратегія маніпулювання є характерною особливістю прагматикону антигероя, тоді як стратегія орієнтування зустрічається лише в поодиноких випадках.

3.3.3. Кооперативно спрямовані стратегії в дискурсивній поведінці антигероя

Стратегії кооперативного спрямування характеризуються найнижчою частотністю використання (4 стратегії разом складають 16,9%) у прагматиконі антигероя, що свідчить про те, що вони загалом не є характерними для нього. Утім,

кожну з виділених стратегій презентовано у дискурсивній взаємодії відповідних персонажів.

Найчастотнішою кооперативною стратегією у дискурсивній поведінці антигероя є стратегія зближення (6,2%), хоча її використання відповідними персонажами складає лише 11,8% випадків використання означеної стратегії в американському кінодискурсі.

Стратегія зближення використовується антигероями у дискурсивній взаємодії з друзями, членами родини або коханими людьми у період до ініціації, у повсякденному житті (якщо образ антигероя характеризується наявністю двох особистостей, які перебувають у конфлікті між собою), або у разі, коли антигерой намагається встановити романтичні стосунки з представницею/представником протилежної статі. Хоча випадки уживання стратегії є поодинокими, вона реалізується майже усіма виокремленими для неї тактиками.

Реалізацію антигероєм тактик демонстрації інтересу / небайдужості, демонстрації схвалення / вдячності / оптимізму, демонстрації розуміння / солідарності ілюструє приклад (123):

(123) *OSBORN: I've heard a lot about you. Harry tells me you're quite the science whiz.*

PETER: Well, I don't know about that.

HARRY: He's being modest. I told you, he's won all the prizes.

OSBORN: Anyone who can get Harry to pass Chemistry shouldn't be modest.

PETER: Harry's really smart. He didn't really need my help.

<...>

OSBORN: I'm something of a scientist myself, you know.

PETER: I know. I know all about OsCorp. You guys are designing the guidance and entry systems for the first shuttle mission to Mars. Really brilliant.

OSBORN: Impressive. Your parents must be proud (Spider-Man).

Дискурсивна взаємодія відбувається між героєм Пітером Паркером (*Peter Parker*) та антигероєм Норманом Осборном (*Norman Osborn*) до ініціації. На цьому етапі обидва чоловіки є звичайними людьми, Пітер є найкращим другом сина Осборна, Гаррі (*Harry*), епізод демонструє їх першу зустріч. Виявлення інтересу до

співрозмовника реалізується через демонстрацію поінформованості про його особу (*I've heard a lot about you*) та називання фактів (характеристик) особи адресата, про які адресат сам ще не згадував (*you're quite the science whiz*). Демонстрація схвалення відбувається через уживання лексичних одиниць, які містять позитивну оцінку (*[you] shouldn't be modest; impressive; proud*). Нарешті, тактика демонстрації розуміння/солідарності реалізується через використання фрази-маркера наявності схожого досвіду (*you know*) та зазначення аспекту, який є точкою дотику для співрозмовників (*I'm something of a scientist myself*).

Використання антигероєм тактик персоналізації відносин та надання деталей/пояснень ілюструє наступний приклад:

(124) *The Joker turns to Vicki, putting his hand on her knee. She tries to move away from him.*

JOKER: (sadly, trying to gain her sympathy) I'm a little high-strung. Y'know, I've recently had tragedy in my life. Day before yesterday, Alicia hurled herself out of the window. Couldn't adjust to my new aesthetic (Batman).

У наведеному прикладі антигерой Джокер (*Joker*) залицяється до дівчини Вікі Вейл (*Vicky Vale*). Спочатку Джокер намагається домінувати в ситуації, використовуючи тактику порушення простору. Він залучає кінесичний та проксемічний компонент невербального коду, який маніфестується в небажаному фізичному контакті (*putting his hand on her knee*). Коли Вікі намагається дистанціюватися та припинити контакт, Джокер вирішує покласти на шарм, який допомагав йому бути популярним у жінок до події-тригера, яка перетворила його на антигероя. Він намагається зблизитися із дівчиною через залучення емоційної сфери (*trying to gain her sympathy*). Антигерой використовує тактику персоналізації відносин, яка маніфестується в переведенні фокусу уваги в дискурсивній взаємодії на внутрішні переживання мовця та факти з його особистого життя (*I'm a little high-strung. <...> I've recently had tragedy in my life*). Тактика надання деталей/пояснень для подальшого зближення маніфестується у більш детальному описі ситуації, яку Джокер у реченні більш загального змісту називає *tragedy*. Антигерой зазначає, що саме сталося – його дівчина викинулася з вікна (*Alicia hurled herself out of the*

window), надає точний часовий контекст (*day before yesterday*) та своє пояснення її вчинку ([*she*] *couldn't adjust to my new aesthetic*). Реалізуючи відповідні тактики, антигерой розраховує на співчуття та симпатію співрозмовниці.

Далі розглянемо особливості реалізації в дискурсивній поведінці антигероя стратегій переконання та підкорення (обидві – 3,7% прагматикону антигероя). Обидві стратегії не є характерними для антигероя (16,2% та 19,7% випадків від загальної кількості використання означеної стратегії), але наявні у прагматиконі антигероя у поодиноких випадках.

Стратегія переконання застосовується антигероем у взаємодії зі спільниками (іншими антигероями) за наявності мети, яка їх об'єднує. Випадки використання відповідної стратегії для спілкування з близькими або важливими людьми також спостерігаються в періоди до або одразу після ініціації, коли перетворення звичайної людини на лиходія ще не завершилося, та після спокутування своєї провини. Втім, низька частотність випадків використання антигероем стратегії переконання, можливо, пояснюється великою частотністю випадків стратегій маніпулювання та домінування. Тобто, для створення у співрозмовника мотивації діяти певним чином або сформувати певну точку зору антигерой радше використовує співрозмовника або стверджує над ним свою владу, ніж надає йому вибір, що робити. У прагматиконі антигероя стратегія переконання реалізується за допомогою тактик прохання, аргументації, поради та надання ваги змісту повідомлення, з яких аргументація є найчастотнішою, а інші три тактики зустрічаються у поодиноких випадках.

Реалізацію антигероем стратегії переконання за допомогою комбінації тактик поради, прохання та аргументації ілюструє приклад (125):

(125) CATWOMAN: *Don't be naive. When people like Max say "Jump", we say "Out the window or off the rollercoaster?" The law does not apply...*
(Batman takes a step forward. Catwoman lightly zaps Max, then smashes the gun to the ground, cracking it in two. She launches into a fierce cartwheel that ends in Batman's abdomen.)

CATWOMAN: (genuinely pleading) Please, please... don't make me hurt you. You can't control me.

BATMAN: Don't make me fight back. I can't control myself (Batman Returns).

Під час подій, що передують епізодові, герой Бетмен (*Batman*) та антигероїня Жінка-Кішка (*Catwoman*) закохалися одне в одного, зустрівшись у повсякденному житті під справжніми іменами та без масок. Через це під час фінального протистояння у дискурсивній поведінці жінки наявна стратегія кооперативного спрямування як маніфестація небайдужого ставлення до суперника. Жінка-Кішка бажає учинити самосуд над Максом Шреком (*Max Schreck*), іншим антигероєм, через помсту якому вона й перетворилася на лиходійку. Жінка-Кішка переконує Бетмена, що обраний нею варіант є правильним, застосовуючи, по-перше, тактику поради. Фраза *don't be naïve*, у якій реалізовано тактику, використовується в інтересах адресата – допомогти співрозмовникові позбутися хибного уявлення про роботу правосуддя. Ступінь інтенсивності впливу підвищується через застосування тактики аргументації (*When people like Max say "Jump", we say "Out the window or off the rollercoaster?"*). Після короткого епізоду боротьби жінка продовжує спроби переконати героя прийняти її точку зору та припинити двобій. Вона застосовує тактику прохання через повторювану лексему *please* та просодичний компонент невербального коду (*genuinely pleading*), та знов удається до тактики аргументації (*don't make me hurt you* та *you can't control me*).

Наступною за частотністю стратегією кооперативного спрямування у прагматиконі антигероя є стратегія підкорення іншому. Частотність її використання в дискурсивній поведінці антигероя значно нижча, ніж у поведінці героя (19,7% проти 80,3% випадків використання відповідної стратегії у вибірці). Це пояснюється тим, що відповідна стратегія застосовується антигероєм лише у взаємодії зі співрозмовниками, які є на вищому рівні ієрархічної структури. З цієї самої причини у наборі тактик, які антигерої використовують для реалізації стратегії підкорення, відсутня тактика прийняття обставин.

Реалізацію стратегії підкорення в дискурсивній поведінці антигероя тактиками підкреслення панівної позиції адресата й підкреслення своєї підлеглої позиції ілюструє наступний приклад:

(126) *VADER: What is thy bidding, my master?*

EMPEROR: There is a great disturbance in the Force.

VADER: I have felt it.

EMPEROR: We have a new enemy – Luke Skywalker.

VADER: Yes, my master (Star Wars: Episode V – The Empire Strikes Back).

У наведеному епізоді антигерой Дарт Вейдер (*Darth Vader*) перебуває в дискурсивній взаємодії з іншим антигероем – Імператором Палпатином (*Emperor*), який у системі ієрархічних відносин є вищим. Вейдер підкреслює панівну позицію співрозмовника через використання звертання *master*, а свою підлеглу позицію – через використання означеної лексеми у поєднанні з присвійним займенником *my*. Підкреслення своєї підлеглої позиції також реалізується у запитанні з надзвичайно високим ступенем формальності *What is thy bidding?* та лексеми *yes* на позначення готовності діяти відповідно до побажань адресата.

Останньою зі стратегій кооперативного спрямування у дискурсивній поведінці антигероя є стратегія підтримання дистанції комфорту (3,3% прагматикону антигероя). Означена стратегія також є характерною радше для героя, ніж для антигероя (87,3% проти 12,7% випадків реалізації стратегії у вибірці) і використовується лише okazіонально. Тим не менш, у дискурсивній поведінці антигероя означена стратегія реалізується усім набором тактик, виокремлених для неї. Антигерой підтримує дистанцію комфорту у випадках, коли йому необхідно співпрацювати з іншими, але він бажає обмежити рівень залучення свого особистого простору або простору адресату, щоб уникнути як зближення, так і віддалення від співрозмовника. Іншим можливим контекстом є дискурсивна взаємодія, яка відбувається до події-тригера, яка перетворює звичайну людину на антигероя. Антигерой також вдається до такої стратегії у взаємодії з близькими людьми або друзями, де повага до особистісної автономії є підґрунтям ефективного спілкування.

Наступний приклад ілюструє реалізацію стратегії підтримання дистанції комфорту за допомогою тактики непрямої презентації інформації:

(127) *CHECHEN: What you propose?*

THE JOKER: It's simple. Kill the Batman.

(Jeers. Laughter.)

MARONI: If it's so easy why haven't you done it already?

THE JOKER: Like my mother used to tell me – if you're good at something, never do it for free (The Dark Knight).

У наведеному епізоді антигерой Джокер (*Joker*) перебуває в дискурсивній взаємодії з ватажками злочинних угруповань міста Готем (*Chechen, Maroni*). Антигерой пропонує злочинцям угоду, за якою він допоможе їм збагатитися, а вони організують убивство героя Бетмена. Один з ватажків (*Maroni*) висловлює недовіру до дій Джокера, оскільки він міг би й сам убити героя, не звертаючись по допомогу (<...> *why haven't you done it already?*). Підозра Мароні є втручанням в особистісний простір Джокера. Тим не менш, йому необхідно підтримувати кооперацію з обома ватажками, оскільки вони є важливими фігурами в його плані. Відповідь Джокера містить необхідну Мароні інформацію (*[I] never do it for free*), але він знижує інтенсивність взаємодії через відновлення дистанції комфортної взаємодії. Це досягається шляхом цитування думки іншої людини замість надання своєї (*Like my mother used to tell me*) та використання безособової конструкції із займенником *you* (*if you're good at something, never do it for free*).

Таким чином, широке підґрунтя дискурсивної поведінки антигероя складають стратегії некооперативного спрямування (65,7% загального обсягу прагматикону відповідних персонажів). Це свідчить про те, що загальною комунікативною настановою дискурсивної діяльності антигероя є дисгармонізація стосунків. Найпоширенішою стратегією прагматикону антигероя є стратегія домінування (47,3%), яку відповідні персонажі використовують з метою задоволення своїх потреб та інтересів, ігноруючи необхідність урахувати інтереси інших, через що виникають ситуації конфронтаційного характеру. Зауважимо, що висока частотність застосування стратегії домінування є спільною характеристикою для дискурсивної

поведінки героя та антигероя. Домінування та дискредитація реалізуються антигероем в усіх тактиках, виокремлених у межах відповідних стратегій.

Суттєву частку прагматикону антигероя (16,3%) складає також стратегія маніпулювання. Це пояснюється тим, що антигерой використовує інших у своїх цілях, обираючи найвигідніший для себе варіант здійснення впливу на адресата.

Стратегії кооперативного спрямування, а також нейтральна стратегія орієнтування представлені в дискурсивній поведінці антигероя, але у поодиноких випадках, найчастіше у періоди до або одразу після ініціації та після спокутування провини. Їх використання також є властивим для взаємодії антигероя з людьми, з якими він планує підтримувати співпрацю або романтичні стосунки. Низька частотність використання антигероем кооперативних стратегій становить ще один аспект, у якому виявляється опозиційне відношення між концептами ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ на комунікативному рівні.

Загальна настанова антигероя на дисгармонізацію стосунків є протилежною тій, яку було виявлено для героя. Зв'язок між прагматиконом ДО та її цінностями дозволяє стверджувати, що настанова на дисгармонізацію стосунків є ціннісним орієнтиром для антигероя як ДО. Протилежні загальні полюси оцінки у ціннісній складовій концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ поширюються й на комунікативний аспект їх вербалізації. Тож, загальний кооперативний характер дискурсивної поведінки героя корелює з позитивною оцінкою, а некооперативний характер поведінки антигероя – з негативною. На цій підставі доцільно говорити про регулятивний потенціал концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ.

Висновки до розділу 3

1. Комунікативний аспект актуалізації концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ у американському кінодискурсі реалізується у дискурсивній поведінці відповідних персонажів як дискурсивних особистостей у різних контекстах та комунікативних ситуаціях. Дискурсивна поведінка героя та антигероя маніфестується у застосуванні стратегій через низку відповідних тактик. Кожна з тактик реалізується в дискурсі

засобами вербального та невербального коду. Вибір стратегії залежить від контексту взаємодії та характеру відносин, які пов'язують учасників, а також етапу наративу героя чи антигероя (до, після ініціації чи після спокутування провини).

2. Для дискурсивної поведінки героя та антигероя виокремлено однаковий набір стратегій. Розбіжності між відповідними дискурсивними особистостями полягають у співвідношенні частотності використання одних і тих самих стратегій для реалізації відповідних комунікативних настанов. Стратегії об'єднано за характером комунікативної настанови у три блоки. Блок кооперативно спрямованих стратегій включає стратегії переконання, зближення, підтримання дистанції комфорту та підкорення іншому. Блок некооперативно спрямованих стратегій включає стратегії домінування, дискредитації та дистанціювання. Блок специфічних стратегій включає стратегію маніпулювання (поєднує різні вектори взаємодії) та стратегію орієнтування (є нейтральною за спрямуванням).

3. Для дискурсивної поведінки героя характерне переважання стратегій кооперативного спрямування (61,9% прагматикону героя), серед яких стратегія зближення є найпоширенішою. Стратегії некооперативного спрямування є другими за поширеністю (34,7%), особливе місце серед них посідає стратегія дискредитації, яку героєві властиво спрямовувати проти себе самого. Найменш поширеними є специфічні стратегії (3,4%). Найнижчу частотність у прагматиконі героя має стратегія маніпулювання (1,6%).

4. Для дискурсивної поведінки антигероя характерне переважання стратегій некооперативного спрямування (65,7% усього прагматикону), серед яких стратегія домінування має найвищу частотність застосування. Специфічні та кооперативні стратегії загалом мають майже однакову частотність. Разом із тим, специфічна стратегія маніпулювання (16,3% прагматикону антигероя) є відзначною рисою дискурсивної поведінки відповідних персонажів, тоді як частотність використання стратегій орієнтування, зближення, підтримання дистанції комфорту, переконання, підкорення та дистанціювання є досить низькою.

5. Відношення *концепт :: антиконцепт* між досліджуваними ментальними сутностями маніфестується на комунікативному рівні. Точкою дотику є

використання однакового набору стратегій. Відмінність полягає в тому, що для героя властиве переважання стратегій кооперативного характеру, спрямованих на гармонізацію стосунків, а для антигероя – стратегій некооперативного характеру, спрямованих на дисгармонізацію стосунків. Найчастотніша стратегія з дискурсивної поведінки героя (зближення) має низьку частотність застосування для антигероя, а друга за частотністю стратегія антигероя (маніпуляція) має найнижчу частотність для героя.

6. Протилежні вектори комунікативних настанов героя та антигероя (кооперативний :: некооперативний) корелюють із полюсами оцінки ціннісної складової відповідних концептів (позитивна для героя, негативна для антигероя). Таким чином, наявний зв'язок ціннісної складової з деонтичними нормами, що дозволяє вести мову про регулятивний потенціал концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ.

Основні положення розділу висвітлено у таких публікаціях автора: [117; 119; 126].

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Дослідження структурно-змістових і комунікативних тенденцій втілення концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ в американському ігровому кінодискурсі героїчної тематики проведено відповідно до принципів когнітивно-комунікативної парадигми сучасної лінгвістичної науки із залученням теоретичних засад та інструментарію лінгвокогнітивістики, теорії мовленнєвої комунікації та дискурсивної особистості з позицій мікродіахронії протягом періодів 1977–2001 рр. та 2002–2012 рр.

Специфіка втілення, структура та зміст концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ дозволяють розглядати їх як гібридні (лінгвокультурні та художні) концепти, середовищем існування та актуалізації яких є ігровий кінодискурс як особливий тип художнього дискурсу. Досліджувані концепти мають системне (мовне) вираження та історичну мінливість (характеристики лінгвокультурного концепту), а також відбивають жанрову специфіку і світогляд колективного автора художнього дискурсу, в якому вони актуалізуються (характеристики художнього концепту). Презентовані як концепт та антиконцепт, ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ мають точки дотику на поняттєвому, ціннісному, образному рівнях та у прагматиконі персонажів, у яких вони об'єктивуються, але аксіологічно перебувають у бінарній опозиції одне до одного. Іншими виявленими розбіжностями концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ є наявність унікальних ознак у змісті, а також відмінності у рівні фокусування уваги на спільних ознаках.

У якості передконцептуального підґрунтя концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ виокремлені культурні та психологічні архетипи, які утворюють такі комплекси взаємодії: *Герой – Тінь / Трікстер* (об'єднання за принципом протистояння), *Герой – Дитина / Дух / Відродження / Самість* (об'єднання за принципом включення у розвиток сюжету), *Анімус – Аніма* (протиставлення за гендерним принципом). В образі героя вербалізовано архетипи Героя, Тіні, Дитини, Духу, Відродження, Самості та Анімусу, а в образі антигероя – архетипи Тіні, Трікстера та Аніми. Архетип Персони/Маски експліковано в ігровому кінодискурсі героїчної тематики як передконцептуальне підґрунтя обох концептів.

Дослідження показало, що антропоніми-номінації залучаються як засіб портретування персонажів героя та антигероя на первинному, дотекстовому рівні, оскільки інформація, отримана з імені персонажа, передує інформації, отриманій через його мотиви або дії. Завдяки подвійній номінації героїв та антигероїв розмежовуються дві їх іпостасі: повсякденна імплікована в у поширеному в американській лінгвокультурі імені, а героїчна/анти героїчна – у промовистому. Серед номінацій героїв та антигероїв у досліджуваній вибірці виокремлено метонімічно, асоціативно, модусно вмотивовані антропоніми, а також блендінгові антропоніми й антропоніми змішаного типу. Їх мотивація ґрунтується на міфологемних і раціональних, але майже виключно прецедентних засадах.

Концепти ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ структуровано як трикомпонентні ментальні утворення, які включають нерозривно пов'язані поняттєву, ціннісну й образну складові.

Актуальний зміст поняттєвої складової, а також його еволюційні тенденції визначено на підґрунті змін у семантичних комплексах імен концептів – лексем *hero* :: *villain/antihero*. У результаті еволюції відповідних понять до їх інтенціоналу увійшов компонент оцінки, яка є позитивною для поняття “герой” і негативною – для поняття “антигерой”. Для обох понять спільним є уявлення про їх людську природу та художній дискурс як сферу їх буття. В імплікаціоналі значення лексем, які називають поняття “антигерой”, також виокремлено сему позитивної оцінки.

У змісті ціннісної складової концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ, вербалізованої в американському кінодискурсі у 1977–2001 рр. та у 2002–2012 рр., суттєвих змін не відзначено. Протягом обох періодів у змісті концептів актуалізуються обидва полюси оцінки з істотним переважанням позитивної оцінки для концепту ГЕРОЙ і негативної – для концепту АНТИГЕРОЙ. Протилежні оцінки одного персонажа пояснюються, по-перше, внутрішнім конфліктом; по-друге, динамікою розгортання наративу; по-третє, різним ступенем інтенсивності ознаки персонажа, коли помірне її вираження є чеснотою, а надмірне – вадю (що характерно для героя); по-четверте, оцінкою соціальної маски замість реальної особистості (що характерно для антигероя).

На етапах розгортання наративу для героя (“події до ініціації” – “події після ініціації” – “події під час прямої загрози / терору з боку антигероя” – “події після порятунку”) та антигероя (“події до тригера” – “події під час просування антигероя до влади / підготовки до удару” – “події під час загрози / терору з боку антигероя” – “події після порятунку”) виявлено зміни у полюсах оцінки ціннісної складової. Переважно позитивна оцінка спостерігається у відповідному компоненті концепту ГЕРОЙ на усіх етапах, окрім етапу “події після порятунку”. У концепті АНТИГЕРОЙ позитивна оцінка актуалізується на етапі “події до тригера” та “події після порятунку” (якщо антигероєві вдається спокутувати провину та повернутися до ціннісних орієнтирів етапу “події до тригера”), а на етапах “просування до влади” та “події під час загрози / терору з боку антигероя” позитивна оцінка антигероя є наслідком маніпулятивного впливу.

Для аналізу історичної та наративної динаміки образної складової концептів розроблено й застосовано методику оцінки фокусування уваги на окремих ознаках (салієнтності ознак), яка ґрунтується на теорії градуйованої відміченості й залучає дані про щільність актуалізації ознак у кінодискурсі. За результатами дослідження виявлено, що для концепту ГЕРОЙ у 1977–2001 рр. салієнтними є ознаки, пов’язані зі здібностями та вміннями (ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ), ідентифікацією як учасника боротьби (ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ) та функцією захисника (ГЕРОЙ РЯТУЄ / ЗАХИЩАЄ / ДОПОМАГАЄ). У 2002–2012 рр. фокус уваги поширюється на ідеї обов’язку та самопожертви (ГЕРОЙ МАЄ (ВАЖКИЙ) ОБОВ’ЯЗОК та ГЕРОЙ ЖЕРТВУЄ).

В образній складовій концепту АНТИГЕРОЙ у 1977–2001 рр. салієнтними є ознаки, пов’язані з потенційною небезпекою (АНТИГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ) та негативними наслідками (АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА). У 2002–2012 рр. фокус на наслідках діяльності антигероя зберігається, а фокус на загрозі – послаблюється. Стабільно салієнтними є ознаки, пов’язані з амбітністю антигероя (АНТИГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ), схильністю до маніпуляцій (АНТИГЕРОЙ ВИКОРИСТОВУЄ ІНШИХ) та здібностями й уміннями (АНТИГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ).

На послідовних етапах наративу ознаки образної складової також варіюються за ступенем фокусування уваги. На етапах “події до ініціації” та “події після ініціації” стосовно героя максимальний акцент робиться на ознаці буттєвого характеру ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ, але з появою загрози зміщується на ознаки функціонального характеру ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ та ГЕРОЙ РЯТУЄ / ЗАХИЩАЄ / ДОПОМАГАЄ.

У наративі антигероя на етапі “події до тригера” негативні наслідки дії відповідного персонажу не є салієнтними, але на етапах “події під час просування антигероя до влади” та “події під час загрози / терору з боку антигероя” ця ознака актуалізується найчастіше. Потенційна загроза від антигероя (АНТИГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ) максимально акцентується на етапі “події під час просування антигероя до влади / підготовки до удару”. На етапі “події після порятунку” акцентується ознака АНТИГЕРОЙ ОТРИМУЄ ПОКАРАННЯ.

Прагматикон героя та антигероя як дискурсивних особистостей реалізується в однаковому наборі виділених у межах дослідження дискурсивних стратегій, які відповідають певній комунікативній настанові. Серед них кооперативно спрямованими є стратегії переконання, зближення, підтримання дистанції комфорту та підкорення іншому. Некооперативно спрямованими є стратегії домінування, дискредитації та дистанціювання. До специфічних стратегій належить стратегія маніпулювання, яка може мати кооперативну і некооперативну спрямованість, а також нейтральна стратегія орієнтування.

Дискурсивна поведінка героя загалом визначається кооперативним спрямуванням, найпоширенішою в ній є стратегія зближення. Другими за поширеністю сукупно презентовані стратегії некооперативного спрямування, у тому числі стратегія домінування, яка є другою за поширеністю для героя. Найменш поширеними є специфічні стратегії орієнтування та маніпулювання.

Для антигероя сукупно найбільш характерними є некооперативні стратегії, з яких стратегія домінування значно переважає над іншими. Наступною за частотністю стратегією прагматикону антигероя є маніпулювання.

Деонтичні норми формують мотиваційні підвалини прагматикону дискурсивної особистості. Оскільки у дискурсивних особистостях героя та антигероя втілюються певні культурні цінності, між деонтичними нормами та ціннісною складовою концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ формується зв'язок, яким визначається регулятивний потенціал відповідних концептів.

Одержані результати репрезентують цілісну картину структурно-змістових й онтологічних особливостей концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ в поняттєвому, ціннісному, художньо-образному та комунікативному вимірах з урахуванням історичної й наративної динаміки, що свідчить про вирішення поставленого наукового завдання.

Перспективи дослідження вбачаємо у подальшому вивченні концептів, вербалізованих у кінодискурсі або іншому типі дискурсу, у дослідженні лінгвокультурної специфіки вербалізації концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ в інших англomовних (британському, австралійському тощо) та іншомовних дискурсах, а також застосуванні розробленої в роботі методики оцінки фокусування уваги (салієнтності) до інших ментальних сутностей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агавелян О.К. Вербально-визуальные характеристики архетипов в современных представлениях личности [Електронний ресурс] / О.К. Агавелян, С.Б. Перевозкин, Ю.М. Перевозкина // Сибирский вестник специального образования. – 2011. – №1(3). – С. 17–27. – Режим доступа: <http://sibsedu.kspu.ru/index.php?option=content&task=view&id=247>
2. Аладько Д.О. Мотиваційні моделі номінацій предметів матеріальної культури в англійській та українській мовах / Д.О. Аладько // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. – 2014. – №10, Т. 2. – С. 86–88.
3. Алефиренко Н.Ф. Проблемы когнитивной лингвистики : [монография] / Н.Ф. Алефиренко, Н.Б. Корина. – Нитра : Университет им. Константина Философа в Нитре, 2011. – 216 с.
4. Алефиренко Н.Ф. Спорные проблемы семантики : [монография] / Н.Ф. Алефиренко. – М. : Гнозис, 2005. – 326 с.
5. Андріанова Н.С. Концептуальна діада "свій – чужий" як жанроутворювальний параметр чату [Електронний ресурс] / Н.С. Андріанова // Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Мовознавство. – 2014. – Т. 22, Вип. 20 (2). – С. 3–7. – Режим доступа: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vdumo_2014_22_20\(2\)__3.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vdumo_2014_22_20(2)__3.pdf).
6. Андрієвська В.В. Концепт АНТИЛЮДИНА у французькій драматургії абсурдизму: структура, семантика, прагматика : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.05 “Романські мови” / В.В. Андрієвська. – Київ, 2010. – 20 с.
7. Апресян Ю.Д. Избранные труды : в 2 т. / Ю.Д. Апресян. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : Школа “Языки русской культуры”, изд. фирма “Восточная литература” РАН, 1995. – Т. 1 : Лексическая семантика. – 472 с.
8. Арутюнова Н.Д. Язык и мир человека / Н.Д. Арутюнова. – [2-е изд., испр.]. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 896 с.

9. Баран Г.П. Об'єктивація концепту RECESSION / РЕЦЕСІЯ у сучасному англomовному політичному інтернет-дискурсі : лінгвокогнітивний, семіотичний та комунікативно-прагматичний аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 "Германські мови" / Г.П. Баран. – Херсон, 2015. – 20 с.
10. Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет / М.М. Бахтин. – М. : Художественная литература, 1975. – 504 с.
11. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф.С. Бацевич. – К. : Академія, 2004. – 344 с.
12. Безугла Л.Р. Діалог, діалогічний текст та діалогічний дискурс / Л.Р. Безугла // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – 2009. – № 867 (Вип. 60). – С. 7–14.
13. Безугла Л.Р. Лінгвопрагматика дискримінації у публіцистичному дискурсі : [монографія] / Л.Р. Безугла, І.О. Романченко. – Харків : ФОП Лисенко І.Б., 2013. – 182 с.
14. Белехова Л.И. Методика экспликации архетипов, воплощенных в американских поэтических текстах [Электронный ресурс] / Л. И. Белехова // Когниция, коммуникация, дискурс. – 2014. – № 9. – С. 8–32. – Режим доступа: <https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/vypusk-no9-2014/belehova-l-i>.
15. Белехова Л.И. Архетип, архетипный смысл, архетипный образ у лінгвокогнітивному висвітленні (на матеріалі віршованих текстів американської поезії) / Л.И. Белехова // Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія: "Філологічні науки". Мовознавство. – 2015. – № 3. – С. 6–16.
16. Белова А.Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики / А.Д. Белова // Мовні і концептуальні картини світу : [зб. наук. пр]. – Київ : КНУ ім. Т. Шевченка, 2004. – С. 11–16.
17. Бенвенист Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист ; пер. с фр. ; под ред., с вступительной статьей и комментарием Ю.С. Степанова. – М. : Прогресс, 1974. – 446 с.

18. Бехта І.А. Дискурс наратора в англomовній прозі : [монографія] / І.А. Бехта. – К. : Грамота, 2004. – 304 с.
19. Бехта І.А. Специфіка репрезентації художнього наративу в структурі електронної комунікації / І.А. Бехта, І.О. Доскоч // Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія “Філологічні науки”. Мовознавство. – 2016. – Т. 1, № 5. – С. 24–26.
20. Близнюк О.О. Концепти ЖИТТЯ і СМЕРТЬ: лінгвокультурологічний аспект (на матеріалі паремійного фонду української та італійської мов) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.17 “Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство” / О.О. Близнюк. – К., 2008. – 20 с.
21. Богданов В.В. Семантикоцентризм и формoцентризм в мировой лингвистике XX века / В.В. Богданов // Структурная и прикладная лингвистика. Вып.5 : [межвуз. сб.] / [Под. ред. А.С. Герда.] – СПб. : Изд-во С.-Петербург. ун-та, 1998. – С. 3–9.
22. Богин Г.И. Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текстов : автореф. дис. на соискание науч. степени д-ра филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка” / Г.И. Богин. – Л., 1984. – 31 с.
23. Бодуэн де Куртенэ И.А. Избранные труды по общему языкознанию : в 2 т. / И.А. Бодуэн де Куртенэ. – М. : Изд-во АН СССР, 1963. – Т. 2. – 391 с.
24. Бока О.В. Власні імена як компресовані тексти-носії когнітивної інформації (на матеріалі казки Дж. Роулінг “Гаррі Поттер і Орден Фенікса”) / О.В. Бока // Вісник СумДУ. Серія: “Філологія”. – 2008. – №1. – С. 15–19.
25. Болдырев Н.Н. Когнитивная семантика. Введение в когнитивную лингвистику : [курс лекций] / Н.Н. Болдырев. – [Изд. 4-е, испр. и доп.]. – Тамбов : Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2014. – 236 с.
26. Болдырев Н.Н. Процессы концептуализации и категоризации в языке и роль в них имен абстрактной семантики / Н.Н. Болдырев // Горизонты современной лингвистики: Традиции и новаторство : [сб. в честь Е.С. Кубряковой]. – М. : Языки славянских культур, 2009. – С. 38–50.

27. Большакова А.Ю. Архетип, миф и память литературы / А.Ю. Большакова // Архетипы, мифологемы, символы в художественной картине мира писателя [Текст] : материалы Междунар. заоч. науч. конф. (г. Астрахань, 19-24 апреля 2010 г.) / [под ред. Г.Г. Исаева]. – Астрахань : Астрахан. ун-т, 2010. – С. 7–14.
28. Бондалетов В.Д. Русская ономастика : [учеб. пособие] / В.Д. Бондалетов. – М. : Просвещение, 1983. – 224 с.
29. Бондаренко Е.В. Дискурс как объект когнитивной лингвистики / Е.В. Бондаренко // Записки з романо-германської філології. – 2013. – Вип. 1 (30). – С. 25–32.
30. Бондаренко Е.В. Матричное моделирование. Дуальность времени в англоязычной картине мира : [монография] / Е.В. Бондаренко. – Х. : ХНУ имени В.Н. Каразина, 2014. – 304 с.
31. Бондаренко Е.В. Эволюционные тенденции объективации понятия времени в английском языке и дискурсе (VII-XXI ст.) [Электронный ресурс] / Е.В. Бондаренко // Когниция, коммуникация, дискурс. – 2013. – № 7. – С. 8–22. – Режим доступа: <https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/vypusk-no7-2013/bondarenko-e-v>.
32. Бондаренко Є.В. Еволюція поняття часу в англійській мові та у дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / Є.В. Бондаренко. – Харків, 2012. – 36 с.
33. Боров Ю.Б. Эстетика : в 2 т. / Ю.Б. Боров. – [5-е изд., допол.]. – Смоленск : Русич, 1997. – Т.1. – 576 с.
34. Борисова И.Н. Русский разговорный диалог: Структура и динамика / И.Н. Борисова. – [Изд. 3-е.]. – М. : Книжный дом “ЛИБРОКОМ”, 2009. – 320 с.
35. Вайсгербер Й.Л. Родной язык и формирование духа / Й.Л. Вайсгербер ; пер. с нем., вступ. ст. и коммент. О.А. Радченко. – [Изд. 2-е, испр. и доп.]. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 232 с. – (История лингвофилософской мысли).
36. Ваховська О.В. Вербалізація концепту ГРІХ в англomовному дискурсі XIV-XXI століть : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / О.В. Ваховська. – Харків, 2011. – 20 с.

37. Верещагин Е.М. Рече-поведенческое исследование притчи Пушкина о блудной дочери / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров // Вопросы языкознания. – 2000. – № 2. – С. 90–117.
38. Вессон К. Двойственная роль языка в организациях (модель Януса) / К. Вессон // Организационная коммуникация ; [сост. А.П. Мюллер, А. Кизер ; пер. и науч. ред. А.А. Киселевой]. – Х. : Изд-во Гуманитарный центр, 2005. – С. 28–69.
39. Виноградов В.В. О языке художественной прозы : Избр. тр. / В.В. Виноградов. – М. : Наука, 1980. – 360 с.
40. Воркачев С.Г. Алгебра смысла: имя концепта / С.Г. Воркачев // Вестник ИГЛУ. – 2012. – Вып. 1(17). – С. 142–150.
41. Воркачев С.Г. Концепт счастья в русском языковом сознании: опыт лингвокультурологического анализа / С.Г. Воркачев. – Краснодар : Кубанский гос. технол. ун-т, 2002. – 142 с.
42. Воркачев С.Г. Правды ищи: идея справедливости в русской лингвокультуре : [монография] / С.Г. Воркачев. – Волгоград : Парадигма, 2009. – 190 с.
43. Воркачев С.Г. Российская лингвокультурная концептология: современное состояние, проблемы, вектор развития / С.Г. Воркачев // Известия РАН. Серия литературы и языка. – 2011. – Т. 70, № 5. – С. 64–74.
44. Воркачев С.Г. Счастье как лингвокультурный концепт : [монография] / С.Г. Воркачев. – М. : ИТДГК “Гнозис”, 2004. – 192 с.
45. Воробйова О.П. Когнітивна поетика в Україні: напрями досліджень / О.П. Воробйова // Актуальні проблеми романо-германської філології в Україні та Болонський процес: Матеріали Міжнародної наукової конференції (Чернівецький нац. ун-т імені Юрія Федьковича, 25-26 листопада 2004 р.). – Чернівці : ЧНУ, 2004. – С. 37–38.
46. Воробйова О.П. Концептологія в Україні: здобутки, проблеми, прорахунки / О.П. Воробйова // Вісник КНЛУ. Сер.: Філологія. – 2011. – Т.14, № 2. – С. 53–64.
47. Воробйова О.П. Лінгвістика 2012: шляхи, які ми обираємо [Електронний ресурс] / О.П. Воробйова // Тези Міжнародної науково-практичної конференції

- “Україна і світ: діалог мов та культур”. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2012. – С. 47–48. – Режим доступу: http://uaclip.at.ua/LINGVISTIKA_2012pdf.pdf.
48. Воробйова О.П. РІЧ як антиконцепт у творах художнього модернізму: лінгвофілософські аспекти естетики негативності / О.П. Воробйова // Вісник КНЛУ. Серія: Історія. Економіка. Філософія. – 2013. – Вип. 18. – С. 11–22.
 49. Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: кинотекст [Електронний ресурс] / М.Б. Ворошилова // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2007. – Вып. (2) 22. – С. 106–110. – Режим доступу: <http://www.philology.ru/linguistics1/voroshilova-07.htm>.
 50. Гаврилов Д.А. К определению трикстера и его значимости в социо-культурной реальности [Електронний ресурс] / Д.А. Гаврилов // Первая Всероссийская научная конференция "Философия и социальная динамика XXI века: проблемы и перспективы", 15 мая 2006 г. [материалы]. – Омск : СИБИТ, ИПЭК, СРШБ (колледж), 2006. – С. 359–368. – Режим доступу: <http://northernwind.ru/project/mif/gav/igg04.pdf>.
 51. Гнаповская Л.В. Лингвокогнитивные и лингвокультурологические характеристики английских антропонимов германского происхождения : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Людмила Вадимовна Гнаповская. – К., 1999. – 206 с.
 52. Гнаповская Л.В. Личное имя: новый ракурс исследования [Електронний ресурс] / Л.В. Гнаповская // Вісник Київського лінгвістичного університету. Серія: Філологія. – 1999. – Т. 2, №1. – С. 116–127. – Режим доступу: <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/handle/123456789/6050>.
 53. Гнаповська Л.В. Текст імені у тексті культури: антропонімічні етюди / Л.В. Гнаповська // Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ. Серія: “Філологія. Педагогіка. Психологія”. – 2011. – Вип. 22. – С. 10–19.
 54. Гойхман О.Я. Речевая коммуникация : [учебник] / О.Я. Гойхман, Т.М. Надеина. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 272 с.
 55. Голубовська І.О. Мовна особистість як лінгвокультурний феномен / І.О. Голубовська [Електронний ресурс] // Studia Linguistica. – К., 2008. – Вип.1.

- С. 25–33. – Режим доступу: http://www.philology.kiev.ua/library/zagal/Studia_Linguistica_1/025_033.pdf
56. Горшкова В.Е. Перевод в кино : [монография] / В.Е. Горшкова. – Иркутск : ИГЛУ, 2006. – 278 с.
 57. Гридасова О.І. Кінодискурс як об'єкт навчання кіноперекладу / О.І. Гридасова // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Серія: “Філологічні науки”. – 2014. – Вип. 2 (74). – С. 102–107.
 58. Гумбольдт В. фон. Язык и философия культуры / В. фон Гумбольдт. – М. : Прогресс, 1985. – 452 с.
 59. Давидова Т.В. Антиконтцепт як одне з базових понять когнітивної лінгвістики / Т.В. Давидова // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 9: Сучасні тенденції розвитку мов. – Київ, 2009. – Вип. 3. – С. 200–205.
 60. Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк. – Б. : БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.
 61. Демьянков В.З. Англо-русские термины по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста / В.З. Демьянков. – М. : ВЦП, 1982. – 288 с. – (Тетради новых терминов; № 39, вып. 2 “Методы анализа текста”).
 62. Демьянков В.З. Конвенции, правила и стратегии общения: (Интерпретирующий подход к аргументации) [Електронний ресурс] / В.З. Демьянков // Изв. АН СССР. Сер. литературы и языка. – 1982. – Т. 41, № 4. – С. 327–337. – Режим доступу: http://www.infolex.ru/IZV4_82.html.
 63. Демьянков В.З. Текст и дискурс как термины и как слова обиходного языка / В.З. Демьянков // Язык. Личность. Текст : [сб. к 70-летию Т.М. Николаевой] / [Отв. ред. В.Н. Топоров]. – М. : Языки славянских культур, 2005. – С. 34–55.
 64. Денисюк Е.В. Манипулятивное речевое воздействие: коммуникативно-прагматический аспект : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 “Русский язык” / Елена Викторовна Денисюк. – Екатеринбург, 2004. – 23 с.

65. Ермакова Е.В. Лингвориторические основы формирования языковой личности в системе дошкольного образования : [монография] / Е.В. Ермакова, А.А. Ворожбитова. – [2-е изд., стер.]. – М. : Флинта, 2014. – 154 с.
66. Ефремова М.А. Концепт кинотекста: структура и лингвокультурная специфика: на материале кинотекстов советской культуры : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Ефремова Марина Алексеевна. – Волгоград, 2004. – 185 с.
67. Жаботинская С.А. Имя как текст: концептуальная сеть лексического значения (анализ имени эмоции) [Электронный ресурс] / С.А. Жаботинская // Когниция, коммуникация, дискурс. – 2013. – № 6. – С. 47–76. – Режим доступа: <https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/vypusk-no6-2013/zabotinskaa-s-a>.
68. Жаботинская С.А. Концепт / домен: матричная и сетевая модели / С.А. Жаботинская // Культура народов Причерноморья. – 2009. – № 168, Т.1. – С. 254–259.
69. Жаботинская С.А. Концептуальный анализ языка: фреймовые сети / С.А. Жаботинская // Мова : [зб. наук. праць]. – Одеса, 2004. – № 9. – С. 81–92.
70. Жаботинская С.А. Лингвокогнитивный подход к анализу номинативных процессов / С.А. Жаботинская // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія : Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – 2010. – № 928. Вип. 63. – С. 6–20.
71. Жаботинская С.А. Ономазиологические модели в свете современных школ когнитивной лингвистики / С.А. Жаботинская // С любовью к языку : Сб. науч. трудов. Посвящается Е.С. Кубряковой / [под. ред. В.А. Виноградова]. – М. ; Воронеж : ИЯ РАН : Воронежский ГУ, 2002. – С. 115–123.
72. Жаботинская С.А. Ономазиологические модели и событийные схемы / С.А. Жаботинская // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – 2009. – № 837. – С. 3–14.
73. Залевская А.А. Введение в психолингвистику / А.А. Залевская. – М. : Российск. гос. гуманит. ун-т, 2000. – 382 с.

74. Зарецкая А.Н. Особенности реализации подтекста в кинодискурсе : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.09 “Теория языка” / А.Н. Зарецкая. – Челябинск, 2010. – 21 с.
75. Зверева О.Г. Комунікативні стратегії сіблінгів в англомовному сімейному дискурсі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Зверева Ольга Геннадіївна. – Харків, 2014. – 258 с.
76. Зимич Е.В. Структурно-семантические и прагматические особенности maritalного диалогического дискурса : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Зимич Евгения Владимировна. – Харьков, 2011. – 223 с.
77. Зубавіна І. Кіноекран як сфера репрезентації архетипічних мотивів та міфологічних образів [Електронний ресурс] / І. Зубавіна // Сучасні проблеми художньої освіти в Україні. – 2014. – Вип. 9. – С. 118–146. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Spkho_2014_9_8.
78. Иванова Е.Б. Художественный видеофильм как текст и его категории / Е.Б. Иванова // Языковая личность: проблемы креативной семантики. К 70-летию профессора И.В. Сентенберг: [Сб. науч. трудов]. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 200–206.
79. Иванцова Е.В. О термине “языковая личность”: истоки, проблемы, перспективы использования / Е.В. Иванцова // Вестник Томского государственного университета. – 2010. – № 4(12). – С. 24–32.
80. Игнатов К.Ю. От текста романа к кинотексту: языковые трансформации и авторский стиль (на англоязычном материале) : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 “Германские языки” / К.Ю. Игнатов. – М., 2007. – 26 с.
81. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – [Изд. 5-е.]. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.
82. Иссерс О.С. Речевое воздействие : [учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности “Связи с общественностью”] / О.С. Иссерс. – [2-е изд.]. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 224 с.

83. Кагановська О.М. Когнітивно-наратологічний погляд на текстові концепти французької художньої прози / О.М. Кагановська // *Studia philologica*. – 2012. – Вип. 1. – С. 57–61.
84. Кагановська О.М. Лінгвокогнітивний аспект утілення текстових концептів у французькій та українській художній прозі / О.М. Кагановська // *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 9: Сучасні тенденції розвитку мов*. – Київ, 2007. – Вип. 2 : До 175-річчя НПУ імені М.П. Драгоманова. – С. 50–57.
85. Кагановська О.М. Текстові концепти художньої прози: когнітивна та комунікативна динаміка (на матеріалі французької романістики середини ХХ сторіччя) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук : спец. 10.02.05 “Романські мови” / О.М. Кагановська. – Київ, 2003. – 32 с.
86. Калинин В.М. От литературной ономастики к поэтонимологии / В.М. Калинин // *Ономастичні науки*. – 2006. – №1. – С. 81–89.
87. Карасик В.И. Базовые характеристики концептов в лингвокультурной концептологии / В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин // *Антология концептов* ; [под. ред. В.И. Карасика, И.А. Стернина] – М. : Гнозис, 2007. – С.13–16.
88. Карасик В.И. Институциональные концепты / В.И. Карасик // *Vita in lingua* : К юбилею профессора С.Г. Воркачева : [сб. ст.]. – Краснодар : Атриум, 2007. – С. 87–97.
89. Карасик В.И. Лингвокультурный концепт как единица исследования / В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин // *Методологические проблемы когнитивной лингвистики*: [науч. издание] / [под ред. И.А. Стернина]. – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2001. – С. 75–80.
90. Карасик В.И. Лингвокультурный концепт как элемент языкового сознания / В.И. Карасик, Г.Г. Слышкин // *Методология современной психолингвистики* : [сб. статей]. – Москва ; Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2003. – С. 50–56.
91. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.
92. Карасик В.И. Языковые ключи / В.И. Карасик. – Волгоград : Парадигма, 2007. – 520 с.

93. Каратєєва Г.М. Текстовий концепт-константа Подорож: просторові параметри (на матеріалі творів Ле Клезіо) / Г.М. Каратєєва // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Серія : Філологічні науки. – Луцьк, 2013. – № 19 (268). – С. 159–164.
94. Караулов Ю.Н. Русская языковая личность и задачи ее изучения / Ю.Н. Караулов // Язык и личность : [сб. ст.] / [под ред. Д.Н. Шмелева] – М. : Наука, 1989. – С. 3–8.
95. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – [Изд. 7-е.]. – М. : Изд-во ЛКИ, 2010. – 264 с.
96. Карпенко О.Ю. Концептуалізація власних назв у художньому творі [Електронний ресурс] / О.Ю. Карпенко // Записки з ономастики. – Одеса, 2002. – Вип. 6. – С. 80–88. – Режим доступу: http://karpenko.in.ua/wp-content/uploads/2013/01/Karp_O6.pdf.
97. Карпенко Ю.О. Літературна ономастика : [Зб. статей] / Ю.О. Карпенко. – Одеса : Астропринт, 2008. – 328 с.
98. Карчевская К.С. Архетипы в кинематографе: культурологический анализ : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. культурологии : спец. 24.00.01 “Теория и история культуры” / К.С. Карчевская. – Санкт-Петербург, 2010. – 25 с.
99. Кацнельсон С.Д. Типология языка и речевое мышление / С.Д. Кацнельсон. – Л. : Наука, 1972. – 213 с.
100. Качмар О.Ю. Дискурс як простір реалізації ментальних структур / О.Ю. Качмар // Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія: “Філологія”. – Київ, 2014. – Т. 17, № 2. – С. 70–76.
101. Качмар О.Ю. Концепт *МЕНЕДЖМЕНТ* в управлінському дискурсі США: лінгвокультурний та когнітивний аспекти : [монографія] / О.Ю. Качмар. – Ужгород : Брега, 2015. – 236 с.
102. Качмар О.Ю. Концептуальні особливості основних типів американського управлінського дискурсу / О.Ю. Качмар // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: “Романо-германська філологія.

- Методика викладання іноземних мов”. – Харків, 2013. – Вип. 73, № 1051. – С. 52–57.
103. Кибрик А.А. Когнитивные исследования по дискурсу / А.А. Кибрик // Вопросы языкознания. – 1994. – №5. – С. 126–139.
 104. Киященко Н.И. Эстетика – философская наука / Н.И. Киященко. – М. : Вильямс, 2005. – 592 с.
 105. Клобукова Л.П. Феномен языковой личности в свете лингводидактики [Електронний ресурс] / Л.П. Клобукова // Язык, сознание, коммуникация : [сб. статей] / [Ред. В.В. Красных, А.И. Изотов]. – 1997. – Вып. 1. – С. 25–31. – Режим доступа: http://www.philol.msu.ru/~slavphil/books/jsk_01_02klobukova.pdf
 106. Козак С.В. Комунікативні стратегії як засіб маніпулятивного впливу в англomовних прес-релізах / С. В. Козак // Наукові записки. Серія : “Філологічна”. – Острог, 2012. – Вип. 23. – С. 68–70.
 107. Колегаєва І.М. Текст і мегатекст як члени єдиної комунікативної родини / І.М. Колегаєва // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. – Київ, 2012. – С. 170–178
 108. Колшанский Г.В. Объективная картина мира в познании и языке / Г.В. Колшанский. – М. : Наука, 1990. – 103 с.
 109. Колшанский Г.В. Паралингвистика / Г.В. Колшанский. – М. : Наука, 1974. – 81 с.
 110. Копнина Г.А. Речевое манипулирование : [учеб. пособие] / Г.А. Копнина. – [2-е изд.]. – М. : Флинта, 2008. – 176 с.
 111. Корнилов О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов / О.А. Корнилов. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : ЧеРо, 2003. – 349 с.
 112. Королев К.М. Энциклопедия символов, знаков, эмблем / К. М. Королев. – СПб : Мидгард, 2005. – 603 с.
 113. Котов М.В. Адаптивні стратегії полікультурної дискурсивної особистості в англomовному комунікативному просторі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04 / Котов Михайло Володимирович. – Харків, 2014. – 264 с.

114. Котова І.А. Кинофильм как особый вид текста / І.А. Котова // Четвертий міжнародний науковий форум. Сучасна англїстика: Традиції. Сьогодення. Перспективи. Тези доповідей (19 жовтня 2011 р.). – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011. – С. 60–61.
115. Котова І.А. Эволюция концептов ГЕРОЙ и АНТИГЕРОЙ и средств их актуализации в американском кинодискурсе / І.А. Котова // Science and Education a New Dimension. Philology. – Budapest, 2016. – IV (20), Issue 85. – С. 29–35.
116. Котова І.А. Антропоніми-номінації героя та антигероя в американському кінодискурсі / І.А. Котова // Одеський лінгвістичний вісник. – Одеса, 2016. – Вип. 7. – С. 67–72.
117. Котова І.А. Герой та антигерой як дискурсивні особистості / І.А. Котова // Каразінські читання : Людина. Мова. Комунікація. 2016-й – рік англійської мови : Тези доповідей XV наукової конференції з міжнародною участю (5 лютого 2016 р.). – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2016. – С. 80–81.
118. Котова І.А. Герой та антигерой як концепт та антиконцепт / І.А. Котова // Шостий міжнародний науковий форум. Сучасна англїстика: До 85-річчя кафедри англійської філології. Тези доповідей (23 вересня 2015 р.). – Х. : Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 2015. – С. 48–50.
119. Котова І.А. Дискурсивна поведінка героя та антигероя в американському кінодискурсі / І.А. Котова // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. : Філологія. – Одеса, 2016. – Вип. 21, Т. 2. – С. 54–58.
120. Котова І.А. Кінодискурс: еволюція об'єкта і підхід дослідження / І.А. Котова // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка: Філологічні науки. – Кам'янець-Подільський, 2012. – Вип. 29, Т. 2. – С. 200–203.
121. Котова І.А. Кінодискурс як об'єкт лінгвістичних студій / І.А. Котова // Дискурсні стратегії лінгвістики ХХІ століття: Збірник матеріалів конференції (24-25 листопада 2011 р.). – Львів : Вид-во ЛНУ імені Івана Франка, 2011. – С. 29–30.

122. Котова І.А. Мовні та немовні знаки кінотексту / І.А. Котова // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація: Тези доповідей XIV наукової конференції з міжнародною участю (27 березня 2015 р.). – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. – С. 94–96.
123. Котова І.А. Образна складова концептів ГЕРОЙ/АНТИГЕРОЙ в англomовному кінодискурсі / І.А. Котова // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: “Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов”. – Харків, 2014. – №1103, Вип. 78. – С. 41–47.
124. Котова І.А. Передконцептуальні підвалини концептів ГЕРОЙ та АНТИГЕРОЙ у американському кінодискурсі / І.А.Котова // Мовні і концептуальні картини світу. – Київ, 2015. – Вип. 55. – С. 190–198.
125. Котова І. Поняттєва та ціннісна складові концептів ГЕРОЙ/АНТИГЕРОЙ в англomовному кінодискурсі / І. Котова // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство). – Вінниця, 2013. – Вип. 18. – С. 289–295.
126. Котова І.А. Стратегія маніпулювання у комунікативній поведінці антигероя в американському кінодискурсі / І.А. Котова // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: “Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов”. – Харків, 2015. – Вип. 81. Філологічні науки. – С. 106–113.
127. Кравченко А.В. Язык и восприятие: Когнитивные аспекты языковой категоризации / А.В. Кравченко. – Иркутск : Изд-во Иркут. ун-та, 1996. – 160 с.
128. Красных В.В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? (Человек. Сознание. Коммуникация) : [монография] / В.В. Красных. – М. : Диалог-МГУ, 1998. – 352 с.
129. Красных В.В. “Свой” среди “чужих”: миф или реальность? / В.В. Красных. – М. : ИТДГК “Гнозис”, 2003. – 375 с.
130. Крисанова Т.А. Природа експресивності в кінодискурсі / Т.А. Крисанова // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Сер.:

Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – 2014. – № 1103, Вип. 78. – С. 87–91.

131. Кубрякова Е.С. В поисках сущности языка: Когнитивные исследования / Е.С. Кубрякова. – М. : ИЯ РАН, Знак, 2012. – 208 с. – (Разумное поведение и язык. Language and Reasoning).
132. Кубрякова Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике : [обзор] / Е.С. Кубрякова // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональные и структурные аспекты : [Сборник обзоров]. – М. : ИНИОН РАН, 2000. – С. 5–13.
133. Кубрякова Е.С. Человеческий фактор в языке: Язык и порождение речи / Е.С. Кубрякова, А.М. Шахнарович, Л.В. Сахарный. – М. : Наука, 1991. – 240 с.
134. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) / Е.С. Кубрякова // Язык и наука конца XX века / [под ред. Ю.С. Степанова]. – М. : Российский гос. гуманитар. ун-т, 1995. – С. 144–238.
135. Кубрякова Е.С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е.С. Кубрякова. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с. – (Язык. Семиотика. Культура).
136. Кудоярова О.В. Емоційні тактики у конфліктному професійному спілкуванні англomовних медиків / О. В. Кудоярова // Вісник СумДУ. Серія: Філологія. – 2008. – № 1. – С. 51–56.
137. Кузнецова Т.В. Концепт “свій – чужий” у лінгвокультурологічних дефініціях [Електронний ресурс] / Т.В. Кузнецова // Вісник Сумського державного університету. Серія: Філологія. – 2007. – № 2. – С. 37–40. – Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/1323>.
138. Кэмпбелл Дж. Тысячеликий герой / Дж. Кемпбелл ; пер. с англ. А.П. Хомик. – М. : Рефл-Бук, АСТ; К. : Ваклер, 1997. – 384 с. – (Созвездие мудрости).
139. Лавріненко І.М. Стратегії і тактики зміни комунікативних ролей у сучасному англomовному кінодискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд.

- філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / І.М. Лавріненко. – Харків, 2011. – 20 с.
140. Лазуткина Е.М. Культура речи среди других лингвистических дисциплин / Е.М. Лазуткина // Культура русской речи и эффективность общения / [отв. ред. Л.К. Грудина. Е.Н. Ширяев]. – М. : Наука, 1996. – С. 65–121.
 141. Ланских А.В. Речевое поведение участников реалити-шоу: коммуникативные стратегии и тактики : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : 10.02.01 “Русский язык” / Анна Владимировна Ланских. – Екатеринбург, 2008. – 22 с.
 142. Ларина М.Б. Корреляция концепта и антиконцепта в лингвокультуре (на материале концептов MAGIC и GLAMOUR) : автореферат дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка”; 10.02.04 “Германские языки” / М.Б. Ларина. – Кемерово, 2011. – 19 с.
 143. Ларина Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций / Т.В. Ларина. – М. : Рукописные памятники Древней Руси, 2009. – 512 с. – (Язык. Семиотика. Культура).
 144. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка / Д.С. Лихачев // Очерки по философии художественного творчества. – СПб. : Блиц, 1999. – С. 147–165.
 145. Лосев А.Ф. Знак. Символ. Миф / А.Ф. Лосев. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1982. – 480 с.
 146. Лотман Ю.М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики / Ю.М. Лотман. – Таллин : Ээсти Раамат, 1973. – 140 с.
 147. Лукьянова Т.Г. Жанрово-стилістичні особливості перекладу субтитрів (на матеріалі англомовних художніх фільмів) / Т.Г. Лукьянова // Філологічні трактати. – 2012. – Т. 4, №2. – С. 50–55.
 148. Макаров М.Л. Основы теории дискурса / М.Л. Макаров. – М. : ИТДГК “Гнозис”, 2003. – 280 с.
 149. Малахова С.А. Концепт “гордость” в русской и английской паремиологии / С.А. Малахова // Язык и национальное сознание: проблемы сопоставительной

- лингвоконцептологии : материалы Межрегиональной школы-семинара молодых ученых (Армавир, 25–27 октября 2006 г.) / [под ред. С.Г. Воркачева]. – Армавир : РИЦ АГПУ, 2006. – С. 35–39.
150. Мамонтова Н.А. Вторичная языковая личность в онтогенезе: уровни лингвокультурологического описания : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Мамонтова Наталья Александровна. – М., 2010. – 210 с.
151. Мартинюк А.П. Іллокутивний / перлокутивний потенціал англomовних номінацій чоловічої та жіночої референції / А.П. Мартинюк // Вісник Житомир. державного ун-ту ім. І. Франка. – 2006. – Вип. 30. – С. 100–103.
152. Мартинюк А.П. Конструювання гендеру в англomовному дискурсі : [монографія] / Мартинюк А.П. – Харків : Константа, 2004. – 292 с.
153. Мартинюк А.П. Перспективи дискурсивного напрямку дослідження концептів / А.П. Мартинюк // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія : Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – 2009. – Вип. 56, № 837. – С. 14–18.
154. Мартинюк А.П. Когнитивная модель коммуникативного акта как методологическая платформа анализа коммуникативных неудач / А.П. Мартинюк // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : Тези доповідей XII наукової конференції з міжнародною участю. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2013. – С. 210–212.
155. Мартинюк А.П. Когнитивно-коммуникативная лингвистика: в поисках базовых принципов и методик анализа [Електронний ресурс] / А.П. Мартинюк // Когниция, коммуникация, дискурс. – 2016. – №12. – С. 17–35. – Режим доступа: <https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/vypusk-no12-2016/martynuk-a-p>.
156. Маслова В.А. Лингвокультурология : [Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений] / В.А. Маслова. – М. : Изд. центр “Академия”, 2001. – 208 с.
157. Маслова В.А. Поэт и культура: концептосфера Марины Цветаевой: [учебное пособие] / В.А. Маслова. – М. : Флинта, Наука, 2004. – 256 с.

158. Мелетинский Е.М. О литературных архетипах / Е.М. Мелетинский. – М. : Российский государственный гуманитарный университет, 1994. – 136 с. – (Чтения по истории и теории культуры. Вып. 4.).
159. Мелетинский Е.М. От мифа к литературе : [учебное пособие по курсу “Теория мифа и историческая поэтика повествовательных жанров”] / Е.М. Мелетинский. – М. : РГГУ, 2000. – 167 с.
160. Мелетинский Е.М. Поэтика мифа / Е.М. Мелетинский. – [2-е изд., репринтное.]. – М. : Восточная литература : Школа “Языки русской культуры”, 1995. – 408 с. – (Исследования по фольклору и мифологии Востока).
161. Мечковская Н.Б. Семиотика. Язык. Природа. Культура: Курс лекций : [учеб. пособие для студ. филол., лингв. и переводовед. фак. высш. учеб. заведений] / Н.Б. Мечковская. – [2-е изд., испр.]. – М. : Академия, 2007. – 432 с.
162. Мечковская Н.Б. Социальная лингвистика : [пособие для студентов гуманитарных вузов и учащихся лицеев] / Н.Б. Мечковская. – [2-е изд., испр.]. – М. : Аспект Пресс, 1996. – 207 с.
163. Мечковская Н.Б. Язык и религия : [пособие для студентов гуманитарных вузов] / Н.Б. Мечковская. – М. : Агентство “ФАИР”, 1998. – 352 с.
164. Мизецкая В.Я. Особенности вербальной коммуникации в конфликтном дискурсе / В.Я. Мизецкая // Наукові праці Національного університету “Одеська юридична академія”. – 2012. – Т. 12. – С. 402–407.
165. Минский М. Фреймы для представления знаний / М. Минский ; пер. с англ. О.Н. Гринбаума. – М. : Энергия, 1979. – 152 с.
166. Молчанова О.Т. Проприальная номинация в свете когнитивизма / О.Т. Молчанова // Вопросы ономастики. – 2006. – №3. – С. 7–18.
167. Морозова Е.И. Ложь как дискурсивное образование: лингвокогнитивный аспект : [монография] / Е.И. Морозова. – Харьков : Экограф, 2005. – 300 с.
168. Морозова Е.И. Мировоззренческие параллели в трактовке содержания терминов “дискурс”, “контекст”, “ситуация” / Е.И. Морозова // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія: Романо-

- германська філологія. Методика викладання іноземних мов. – 2010. – № 897. Вип. 62. – С. 99–105.
169. Мустафіна І.А. (Котова І.А.) Когнітивний підхід в аналізі кінодискурсу / І.А. Мустафіна (Котова) // Матеріали Третьої міжнародної наукової конференції “Когнітивно-прагматичні дослідження професійних дискурсів” (19 березня 2011 р.). – Х. : Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 2011. – С. 91–92.
170. Нерознак В.П. Лингвистическая персонология: к определению статуса дисциплины / В.П. Нерознак // Язык. Поэтика. Перевод : [сб. науч. тр. Моск. гос. лингв. ун-та]. – М. : МГЛУ, 1996. – С. 112–116.
171. Нерознак В.П. От концепта к слову: к проблеме филологического концептуализма / В.П. Нерознак // Вопросы филологии и методики преподавания иностранных языков : [межвуз. темат. сб]. – Омск : Изд-во Омск. гос. пед. ун-та, 1998. – С. 80–85.
172. Нечай О.Ф. Основы киноискусства : [учеб. пособие для некинематогр. вузов] / О.Ф. Нечай, Г.В. Ратников ; под ред. И.В. Вайсфельда. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – Мн. : Выш. шк., 1985. – 368 с.
173. Никитин М.В. Курс лингвистической семантики: [учебное пособие] / М.В. Никитин. – [2-е изд., доп. и испр.]. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2007. – 819 с.
174. Никитин М.В. Развернутые тезисы о концептах / М.В. Никитин // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2004. – № 1 (001). – С. 53–64.
175. Ніконова В.Г. Концепт – концептуальний простір – картина світу: досвід поетико-когнітивного аналізу художнього тексту / В.Г. Ніконова // Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія: Філологія. – 2012. – Т. 15, № 2. – С. 117–123.
176. Ніконова В.Г. Поетико-когнітивний аналіз драматичного тексту: художній концепт / В.Г. Ніконова // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Мовознавство. – 2008. – Т. 16, Вип. 14. – С. 215–220.

177. Новодранова В.Ф. Концепты и антиконцепты и их репрезентация языковыми средствами (на материале медицинской терминологии) / В.Ф. Новодранова // Концептуальный анализ языка: современные направления исследования : [сб. научн. трудов]. – ИЯ РАН ; М. ; Калуга : Эйдос, 2007. – С. 148–154.
178. Олійник Н.А. Концепт ЕКОНОМІЧНА КРИЗА в англomовному економічному дискурсі 1930-х і 2000-х років : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / Н.А. Олійник. – Харків, 2015. – 20 с.
179. Остин Дж.Л. Слово как действие / Дж.Л. Остин ; пер. с английского А.А. Медниковой // Новое в зарубежной лингвистике : [сборник]. – М., 1986. – Вып. 17. Теория речевых актов. – С. 22–129.
180. Пастернак Т.А. Комунікативні стратегії і тактики дискурсу “співбесіда при прийомі на роботу” / Т.А. Пастернак // Studia Linguistica. – 2011. – Вип. 5. – С. 363–367.
181. Петлюченко Н.В. Мовна особистість харизматичного політичного лідера в німецькому та українському апелятивному дискурсі (зіставний аспект) / Н.В. Петлюченко // Записки з романо-германської філології. – 2009. – Вип. 23. – С. 172–180.
182. Петренко О.Д. Ономастика дитячих творів Роалда Дала : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / О.Д. Петренко. – Одеса, 2006. – 19 с.
183. Петухов В.Б. Образы “героя” и “антигероя” в информационном пространстве противодействия терроризму / В.Б. Петухов ; под. науч. ред. Т.В. Петуховой. – Ульяновск : УлГТУ, 2014. – 400 с.
184. Питина С.А. Лингвокультурологический анализ урбанонимов (на примере названий казино Лас-Вегаса) / С.А. Питина // Вестник Челябинского государственного университета. Серия : Филология. Искусствоведение. – 2013. – № 4 (295), Вып. 75. – С. 86–89.
185. Плотникова С.Н. Языковое, дискурсивное и коммуникативное пространство / С.Н. Плотникова // Вестник ИГЛУ. – 2008. – № 1. – С. 131–136.

186. Полина А.В. Языковая объективация концепта БОГ в английском дискурсе XIV-XV вв. : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Полина Анна Владимировна. – Харьков, 2004. – 205 с.
187. Попова Е.С. Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте / Е.С. Попова // Известия Уральского государственного университета. – Екатеринбург, 2002. – № 24. – С. 276–288.
188. Попова З.Д. Язык и национальная картина мира / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – [Изд. 4-е, стер.]. – М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 101 с.
189. Постовалова В.И. Картина мира в жизнедеятельности человека / В.И. Постовалова // Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира / [отв. ред. Б.А. Серебренников]. – М. : Наука, 1988. – С. 8–69.
190. Потебня А.А. Полное собрание трудов: Мысль и язык / А.А. Потебня ; подготовка текста Ю.С. Рассказова и О.А. Сычева ; комментарии Ю.С. Рассказова. – М. : Лабиринт, 1999. – 300 с.
191. Потебня О.О. Эстетика і поетика слова : [збірник] / О.О. Потебня ; пер. з рос., упоряд., вступ. ст., приміт. І.В. Іваньо, А.І. Колодної. – К. : Мистецтво, 1985. – 302 с. – (Пам'ятки естет. думки).
192. Почебут Л.Г. Социальная психология / Л.Г. Почебут, И.А. Мейжис. – СПб. : Питер, 2010. – 672 с. – (Серия “Мастера психологии”).
193. Приходько А.М. Когнітивно-комунікативний дуалізм сучасної парадигми лінгвістики / А.М. Приходько // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Серія : Філологічні науки. Мовознавство. – Луцьк, 2012. – №23. – С. 191–197.
194. Приходько А.М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики / Приходько А.М. – Запоріжжя : Прем'єр, 2008. – 331 с.
195. Приходько А.М. Концептологія дискурсу: апелювання концепту до дискурсів / А.М. Приходько // Англістика та американістика. – Дніпропетровськ, 2013. – Вип. 10. – С. 43–50.

196. Приходько А.М. Синергетична організація концептосистем: статика і динаміка / А.М. Приходько // Англістика та американістика. – Дніпропетровськ, 2014. – Вип. 11. – С. 31–38.
197. Приходько А.Н. Антиконтцепт как лингвокультурный феномен: партонимическое, стигматическое, эссенциальное [Електронний ресурс] / А.Н. Приходько // Когниция, коммуникация, дискурс. – 2012. – № 5. – С. 37–51. – Режим доступа: <https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/vypusk-no5-2013/prihodko-a-n>
198. Приходько А.Н. Концепт в дискурсах vs концепты в дискурсе / А. Н. Приходько // Дискурс, концепт, жанр : [коллективная монография] / [отв. ред. М.Ю. Олешков]. – Нижний Тагил : НТГСПА, 2009. – С. 125–139. – (Серия “Язык и дискурс”. Вып.1).
199. Приходько А.Н. ПОРЯДОК и ХАОС в кросскультурной перспективе [Електронний ресурс] / А.Н. Приходько, Л.В. Павленко // Когниция, коммуникация, дискурс : [междунар. сб. научн. тр.]. – 2016. – Вип. 12. – С. 73–83. – Режим доступа: <https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/vypusk-no12-2016/prihodko-a-n-pavlenko-l-v>
200. Пропп В.Я. Морфология волшебной сказки / В.Я. Пропп ; научная редакция, текстологический комментарий И.В. Пешкова. – М. : Лабиринт, 2001. – 192 с.
201. Пшеничных А.М. Реперспективізація предметної ситуації в англомовному діалогічному дискурсі (на матеріалі мультимедійних ігрових кінотворів) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / А. М. Пшеничных. – Харків, 2011. – 23 с.
202. Ревзина О.Г. Собственные имена в поэтическом идиолекте М. Цветаевой [Електронний ресурс] / О.Г. Ревзина // Поэтика и стилистика. 1988–1990 / [Отв. ред. В.П. Григорьев]. – М. : Наука, 1991. – С. 172–192. – Режим доступа: <http://danefae.org/lib/ogrevzina/sobst.htm>.
203. Рузин И.Г. Возможности и пределы концептуального объяснения языковых фактов / И.Г. Рузин // Вопросы языкознания. – 1996. – №5. – С. 39–50.

204. Самохіна В.О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії та США: [монографія] / В.О. Самохіна. – [Вид. 2-е, перер. та доп.]. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. – 360 с.
205. Санников С.В. Образы королевской власти эпохи Великого переселения народов в западноевропейской историографии VI века : [монография] / С.В. Санников. – Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2011. – 212 с.
206. Седов К.Ф. Становление структуры устного дискурса как выражение эволюции языковой личности : автореф. дис. на соискание уч. степени д-ра филол. наук : спец. 10.02.01 “Русский язык”, 10.02.19 “Общее языкознание. Социолингвистика. Психолингвистика” / К.Ф. Седов. – Саратов, 1999. – 48 с.
207. Селиванова Е.А. Номинация и когниция: новая типология мотивации языковых единиц [Електронний ресурс] / Е.А. Селиванова // Когниция, коммуникация, дискурс. – 2011. – № 3. – С. 64–85. – Режим доступу: <https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/vypusk-no3-2011/selivanova-e-a>.
208. Семенюк І.С. Відтворення концепту ЗЛОЧИНЕЦЬ у сучасній американській художній прозі та газетній публіцистиці: лінгвокогнітивний аспект : [монографія] / І.С. Семенюк. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2008. – 256 с.
209. Сентенберг И.В. Языковая личность в коммуникативно-деятельностном аспекте / И.В. Сентенберг // Языковая личность: проблемы значения и смысла : [сб. науч. тр.]. – Волгоград : Перемена 1994. – С. 14–24.
210. Серякова И.И. Невербальный знак коммуникации в англоязычных дискурсивных практиках : [монография] / И.И. Серякова. – К. : Изд. центр КНЛУ, 2012. – 280 с.
211. Сизова Е.А. Лингвокультурологический анализ урбанонимов: на материале английского, русского и французского языков : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.20 / Сизова Елена Анатольевна. – Пятигорск, 2004. – 199 с.
212. Синельникова Л.Н. О научной легитимности понятия “дискурсивная личность” / Л.Н. Синельникова // Ученые записки Таврического национального

- университета им. В.И. Вернадского. Серия : “Филология. Социальные коммуникации”. – 2011. – Т. 24 (63). – № 2, Ч. 1. – С. 454–463.
213. Слышкин Г.Г. Кинотекст (опыт лингвокультурологического анализа) / Г.Г. Слышкин, М.А. Ефремова. – М. : Водолей Publishers, 2004. – 153 с.
214. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты : дис. ... докт. филол. наук : 10.02.19 / Геннадий Геннадьевич Слышкин. – Волгоград, 2004. – 323 с.
215. Слышкин Г.Г. Лингвокультурный концепт как системное образование / Г.Г. Слышкин // Вестник ВГУ. Серия: “Лингвистика и межкультурная коммуникация”. – 2004. – № 1. – С. 29–34.
216. Современная американская лингвистика: Фундаментальные направления / [Под ред. А.А. Кибрика, И.М. Кобозевой и И.А. Секериной]. – [Изд. 2-е, испр. и доп.]. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – 480 с.
217. Солощук Л.В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англомовному дискурсі: [монографія] / Л.В. Солощук. – Харків : Константа, 2006. – 300 с.
218. Солощук Л.В. Принцип ідентифікаційної взаємодії вербальних та невербальних компонентів комунікації в англомовному діалогічному дискурсі / Л.В. Солощук // Вісник Житомир. держ. ун-ту ім. Івана Франка. – 2005. – № 24. – С. 282–286.
219. Співак С.М. Власна назва в композиційно-смісловій структурі віршованих текстів американської поезії: комунікативно-когнітивний підхід : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / С.М. Співак. – К., 2004. – 19 с.
220. Старовойтова Х.В. Архетип Матері в сучасній французькій драмі: лінгвокогнітивний аспект : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.05 “Романські мови” / Х.В. Старовойтова. – К., 2008. – 20 с.
221. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры / Ю.С. Степанов. – [Изд. 3-е, испр. и доп.]. – М. : Академический Проект, 2004. – 992 с.
222. Степанов Ю.С. Концепты. Тонкая пленка цивилизаций / Ю.С. Степанов. – М. : Языки славянских культур, 2007. – 248 с.

223. Стернин И.А. Основы речевого воздействия: [уч. издание] / И.А. Стернин. – [Изд. 2-е, испр.]. – Воронеж : Истоки, 2012. – 178 с.
224. Столяренко Л.Д. Психология : [учебник для вузов] / Л.Д. Столяренко. – СПб. : Питер, 2010. – 592 с. – (Серия “Учебник для вузов”).
225. Суперанская А.В. Общая теория имени собственного / А.В. Суперанская. – М. : Наука, 1973. – 367 с.
226. Сусов И.П. Лингвистическая прагматика / И.П. Сусов. – М. : Восток-Запад, 2006. – 200 с.
227. Сухих С.А. Личность в коммуникативном процессе / С.А. Сухих. – Краснодар : Изд-во ин-та менеджмента, 2004. – 155 с.
228. Сухих С.А. Речевые интеракции и стратегии / С.А. Сухих // Языковое общение и его единицы : [сб. ст.]. – Калинин : Изд-во Калин. гос ун-та, 1986. – С. 71–77.
229. Тарасов Е.Ф. О формах существования сознания / Е.Ф. Тарасов // Язык и сознание: парадоксальная рациональность. – М. : ИЯ РАН (Сектор психолингвистики), 1993. – С. 86–97.
230. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация / С.Г. Тер-Минасова. – М. : Слово/Slovo, 2000. – 624 с.
231. Токарев Г.В. Лингвокультурологическая интерпретация концепта [Электронный ресурс] / Г.В. Токарев // Когниция, коммуникация, дискурс. – 2010. – № 2. – С. 51–61. – Режим доступа: <https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/vypusk-no2-2010/tokarev-g-v>.
232. Топоров В.Н. Миф. Ритуал. Символ. Образ: Исследования в области мифопоэтического: Избранное / В.Н. Топоров. – М. : Прогресс, Культура, 1995. – 624 с.
233. Трошина Н.Н. Культура языка и языковая рефлексия: Аналитический обзор / Н.Н. Трошина. – М. : РАН ИНИОН ; Центр гуманитар. науч.-информ. исслед. Отд. языкознания, 2010. – 64 с. – (Сер. : Теория и история языкознания).
234. Турченко В.О. Когнітивно-комунікативні характеристики концепту СКРОМНІСТЬ в англomовному дискурсі XIV-XXI століть : автореф. дис. на

- здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / В.О. Турченко. – Харків, 2014. – 20 с.
235. Турышева О.Н. Теория и методология зарубежного литературоведения : [учеб. пособие] / О.Н. Турышева. – М. : Флинта : Наука, 2012. – 160 с.
236. Тынянов Ю.Н. Поэтика. История литературы. Кино / Ю.Н. Тынянов. – М. : Наука, 1977. – 574 с.
237. Фомин А.А. Литературная ономастика в России: итоги и перспективы [Электронный ресурс] / А.А. Фомин // Вопросы ономастики. – 2004. – № 1. – С. 108–120. – Режим доступа: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/790/1/VO-2004-01-10.pdf>.
238. Формановская Н.И. Речевое общение: коммуникативно-прагматический подход / Н.И. Формановская. – М. : Изд-во “Русский язык”, 2002. – 216 с.
239. Фрейджер Р. Личность. Теории, упражнения, эксперименты / Р. Фрейджер, Д. Фейдимен ; пер. с англ. – СПб. : Прайм-Еврознак, 2004. – 608 с. – (Проект “Психологическая энциклопедия”).
240. Фролова І.Є. Дискурсивна стратегія як організуючий конституент вербально-соціальної інтеракції / І.Є. Фролова // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. – 2009. – № 3. – С. 242–249.
241. Фролова І.Є. Регулятивний потенціал стратегії конфронтації в англomовному дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук : спец. 10.02.04 “Германські мови” / І.Є. Фролова. – Харків, 2015. – 36 с.
242. Фролова І.Є. Стратегія конфронтації в англomовному дискурсі : [монографія] / І.Є. Фролова. – Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2009. – 344 с.
243. Фролова О.Е. Антропоним в жестко структурированном тексте / О.Е. Фролова // Вопросы ономастики. – 2005. – №2. – С. 36–44.
244. Халеева И.И. Вторичная языковая личность как реципиент инофонного текста / И.И. Халеева // Язык-система. Язык-текст. Язык-способность. – М. : Ин-т русского языка имени В.В. Виноградова РАН, 1995. – С. 277–278.

245. Храмова Ю.А. Концептуальная диада "Лицемерие – Искренность" (на материале русского и английского языков) : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 "Теория языка" / Ю.А. Храмова. – Волгоград, 2010. – 24 с.
246. Чернова О.Е. Текст и дискурс : [учеб-метод. пособие] / О.Е. Чернова. – М. : ФЛИНТА, 2013. – 120 с.
247. Чернявская В.Е. Дискурс как фантомный объект: от текста к дискурсу и обратно? [Электронный ресурс] / В.Е. Чернявская // Когниция, коммуникация, дискурс. – 2011. – № 3. – С. 86–95. – Режим доступа: <https://sites.google.com/site/cognitiondiscourse/vypusk-no3-2011/cernavskaa-v-e>.
248. Чурилина Л.Н. "Языковая личность" в художественном тексте : [монография] / Л.Н. Чурилина. – [2-е изд., стереотип.]. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 240 с.
249. Шарапова М.А. Архетипические основы образа героя в драматургии отечественного кино (на материале кинематографа 1986-2012 гг.) : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. искусствоведения : спец. 17.00.03 "Кино-, теле- и другие экранные искусства" / М.А. Шарапова. – М., 2013. – 28 с.
250. Швачко С.А. Экстериоризация когнитивного опыта (на материале номинаций природных явлений) / С.А. Швачко, И.К. Кобякова // Культура народов Причерноморья. – 2006. – № 82, Т. 2. – С. 238–240.
251. Шевченко И.С. Исторический вектор когнитивной прагмалингвистики / И.С. Шевченко // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : Тези доповідей XII наукової конференції з міжнародною участю. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – С. 331–333.
252. Шевченко И.С. Историческое развитие концептов этики: концепт ГРЕХ в английской лингвокультуре / И.С. Шевченко, О.В. Ваховская // Современные подходы к изучению единиц языка и речи и вопросы лингводидактики: [сб. науч. трудов памяти д.ф.н., проф. Н.А. Кобриной]. – Белгород, 2012. – С. 122–126.

253. Шевченко І.С. Становление когнитивно-коммуникативной парадигмы в лингвистике / И.С. Шевченко // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. – 2004. – № 635. – С. 202–205.
254. Шевченко І.С. Дискурс і когнітивно-комунікативна парадигма лінгвістики / І.С. Шевченко // Мова. Людина. Світ. До 70-річчя проф. М. Кочергана : [зб. наук. статей] / [відп. ред. Тараненко У.О.]. – К. : Вид. Центр КНЛУ, 2006. – С. 148–156.
255. Шевченко І.С. Дискурс як мисленнєво-комунікативна діяльність / І.С. Шевченко, О.І. Морозова // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : [кол. монографія] / [під заг. ред. І.С. Шевченко]. – Харків : Константа, 2005. – С. 21–28.
256. Шевченко І.С. Історичні лінгвістичні студії: когнітивний вектор [Електронний ресурс] / І.С. Шевченко // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Серія: “Філологічні науки. Мовознавство”. – Луцьк, 2011. – № 3, Ч. 1. – С. 200–203. – Режим доступу: <http://esnuir.eenu.edu.ua/handle/123456789/3905>.
257. Шевченко О.Н. Языковая личность переводчика (на материале дискурса Б.В. Заходера) : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка” / О.Н. Шевченко. – Волгоград, 2005. – 22 с.
258. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса : дис. ... доктора филол. наук : 10.02.01, 10.02.19 / Шейгал Елена Иосифовна. – Волгоград, 2000. – 431 с.
259. Шепель Ю.О. Політичний дискурс як контекст вербалізації концепту “Тероризм” / Ю.О. Шепель // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия: “Филология. Социальные коммуникации”. – 2012. – Т. 25 (64), № 1, Ч. 1. – С. 188–192.
260. Шмид В. Нарратология / В. Шмид. – М. : Языки славянской культуры, 2003. – 312 с. – (Studia Philologica).
261. Юнг К.Г. Алхимия снов. Четыре архетипа: Мать. Дух. Трикстер. Перерождение / К.Г. Юнг ; пер. с англ. и послесл. Семира. – Санкт-Петербург : Тимошка, 1997. – 352 с. – (Момент истины).

262. Юнг К.Г. Архетип и символ / К.Г. Юнг. – М. : Renaissance, 1991. – 304 с.
263. Юнг К.Г. Душа и миф: шесть архетипов / К.Г. Юнг ; пер. с англ. В.В. Наукманова. – К. : Гос. библиотека Украины для юношества, 1996. – 384 с.
264. Юнг К.Г. Сознание и бессознательное / К.Г. Юнг ; пер. с нем. В. Бакусева. – [Изд. 2-е.]. – М. : Академический Проект, 2009. – 188 с. – (Психологические технологии).
265. Юнг К.Г. Структура психики и архетипы / К.Г. Юнг ; пер. с нем. Т.А. Ребеко. – [2-е изд.]. – М. : Академический Проект, 2009. – 303 с.
266. Юшковець І.А. Комунікативні стратегії і тактики в політичному дискурсі канцлерів ФРН (на матеріалі урядових заяв і політичних виступів) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук, спец. 10.02.04 “Германські мови” / І.А. Юшковець. – Донецьк, 2008. – 20 с.
267. Янко Т.Е. Коммуникативные стратегии русской речи / Т.Е. Янко. – М. : Языки славянской культуры, 2001. – 384 с. – (Studia philologica).
268. Aesthetics of Film / [J. Aumont, A. Bergala, M. Marie, M. Vernet] ; translated and revised by R. Neupert. – [1st ed., reprinted]. – Austin, TX : University of Texas Press, 1992. – 269 p.
269. Allison S.T. Does the Villain’s Journey Mirror the Hero’s Journey? [Електронний ресурс] / S.T Allison & G.R. Goethals // Heroes: What They Do and Why We Need Them (blog). – August 29, 2014. – Режим доступу: <https://blog.richmond.edu/heroes/2014/08/29/does-the-villain%E2%80%99s-journey-mirror-the-hero%E2%80%99s-journey/> (March 30, 2016).
270. Alsford M. Heroes and Villains / M. Alsford. – Waco, TX : Baylor University Press, 2006. – 158 p.
271. Alvarez-Pereyre M. Using film as a linguistic specimen: Theoretical and practical issues / M. Pereyre-Alvarez // Telecinematic Discourse: Approaches to the Language of Films and Television Series / [ed. by R. Piazza, M. Bednarek, F. Rossi]. – Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins Publishing Co., 2011. – P. 47–67.
272. American Heroes in a Media Age / [ed. by S.J. Drucker and R.S. Cathcart]. – Cresskill, NJ : Hampton Press, 1994. – 342 p.

273. Barthes R. An Introduction to the Structural Analysis of Narrative / R. Barthes & L. Duisit // New Literary History. – 1975. – Vol. 6, No. 2. – P. 237–272.
274. Barthes R. Mythologies / R. Barthes ; selected and translated from French by A. Lavers. – New York : Farrar, Straus & Giroux; Hill and Wang, 1972. – 160 p.
275. Baum B. The Dark Knight (Warner Brothers Pictures, 2008) : [Film Review] / B. Baum // New Political Science. – 2009. – Vol. 31, Issue 2. – P. 267–269.
276. Blank A. Words and concepts in time: Towards diachronic cognitive onomasiology / A. Blank // Words in Time: Diachronic Semantics from Different Points of View / [Ed. by R. Eckardt, K. von Heusinger, & C. Schwarze]. – Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2003. – P. 37–66.
277. Bordwell D. Film Art: An Introduction / D. Bordwell, K. Thompson. – [8th ed.]. – New York : McGraw-Hill, 2008. – 505 p.
278. Bordwell D. Poetics of Cinema / D. Bordwell. – New York, NY ; Abingdon : Routledge, 2008. – 499 p.
279. Brandt P.Aa. Toward a Cognitive Semiotics / P.Aa. Brandt // Recherches en Communication. – 2003. – Vol. 19: Sémiotique cognitive – Cognitive Semiotics. – P. 21–34.
280. Brown G. Discourse Analysis / G. Brown, G. Yule. – Cambridge ; New York ; Melbourne : Cambridge University Press, 1983. – 288 p.
281. Brown P. Politeness: Some universals in language usage [Reprint] / P. Brown, S.C. Levinson // The discourse reader / [ed. by A. Jaworski, N. Coupland]. – [2nd ed.]. – London ; New York : Routledge, 2006. – P. 311–323.
282. Buckland W. The Cognitive Semiotics of Film / W. Buckland. – Cambridge : Cambridge University Press, 2000. – xi, 174 p.
283. Burke K. Charting Relationships in American Popular Film. Part II / K. Burke // International Journal of Instructional Media. – 1998. – Vol. 25(1). – P. 87–109.
284. Butler A.M Film Studies / A.M Butler. – Harpenden : Pocket Essentials, 2005. – 160 p.
285. Campbell J. The Power of Myth / J. Campbell, B. Moyers ; ed. by B.S. Flowers. – New York : Anchor Books, 1991. – 293 p.

286. Carter D.R. Episodes of Madness: Representations of the Joker in Television and Animation / D.R. Carter // The Joker: A Serious Study of the Clown Prince of Crime / [ed. by R.M. Peaslee, R.G. Weiner]. – Jackson, MS : University Press of Mississippi, 2015. – P. 49–62.
287. Cassirer E. Language and Myth / E. Cassirer ; translated by S.K. Langer. – New York : Dover Publications, 1953. – 113 p.
288. Chafe W. Discourse, Consciousness, and Time: The Flow and Displacement of Conscious Experience in Speaking and Writing / W. Chafe. – Chicago ; London : The University of Chicago Press, 1994. – 327 p.
289. Chothia J. Forging a Language: A Study of the Plays of Eugene O'Neill / J. Chothia. – Cambridge : Cambridge University Press, 1982. – 256 p.
290. Clausner T. Domains and Image Schemas / T. Clausner, W. Croft // Cognitive linguistics. – 1999. – Vol. 10, Issue 1. – P. 1–31.
291. Croft W. Cognitive Linguistics / W. Croft, D.A. Cruse. – Cambridge : Cambridge University Press, 2004. – 356 p.
292. Culpeper J. Early Modern English Dialogues: Spoken Interaction as Writing / J. Culpeper, M. Kytö. – Cambridge : Cambridge University Press, 2010. – 472 p.
293. Culpeper J. Reflections on a cognitive stylistic approach to characterization / J. Culpeper // Cognitive Poetics: Goals, Gains and Gaps / [ed. by G. Brone & J. Vandaele]. – Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2009. – P. 125–160. – (Series “Application of Cognitive Linguistics, vol. 10).
294. Dijk van T.A. Cognitive Discourse Analysis: An Introduction : [unpublished article] [Электронный ресурс] / T.A. van Dijk. – October 25, 2000. – Режим доступа: <http://www.discursos.org/unpublished%20articles/cogn-dis-anal.htm>. – Назва з екрану.
295. Dijk van T.A. Discourse and Power / T.A. van Dijk. – Houndmills ; New York, NY : Palgrave Macmillan, 2008. – 320 p.
296. Dijk van T.A. Discourse Semantics and Ideology / T.A. van Dijk // Discourse and Society. – 1995. – Vol. 6, Issue 2. – P. 243–289.

297. Dijk van T.A. *Strategies of Discourse Comprehension* / T.A. van Dijk, W. Kintsch. – New York : Academic Press, 1983. – 418 p.
298. Eco U. *Towards a semiotic inquiry into the television message* / U. Eco // *Television: Critical Concepts in Media and Cultural Studies. Vol. II* / [ed. by T. Miller]. – London ; New York : Routledge, 2003. – P. 3–19.
299. Eden A. *Perceptions of Moral Violations and Personality Traits Among Heroes and Villains* / A. Eden, M.B. Oliver, R. Tamborini // *Mass Communication and Society*. – 2015. – Vol. 18, Issue 2. – P. 186–208.
300. Ellis A. *The Psychology of Language and Communication* / A. Ellis, G. Beattie. – Hove : Psychology Press, 1986. – 385 p.
301. Evans V. *Cognitive Linguistics: An Introduction* / V. Evans, M. Green. – Edinburgh : Edinburgh University Press, 2006. – 851 p.
302. Fairclough N. *Language and Power* / N. Fairclough. – New York : Longman Group, 1989. – 259 p. – (Language in Social Life Series).
303. Fairclough N. *Media Discourse* / N. Fairclough. – London : Edward Arnold, 1995. – 214 p.
304. Fauconnier G. *Conceptual integration networks* / G. Fauconnier & M. Turner // *Cognitive Linguistics: Basic Readings* / [ed. by D. Geeraerts]. – Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2006. – P. 303–371. – (Cognitive linguistics research; 34).
305. Fielding J.R. *Discovering World Religions at 24 Frames Per Second* / J.R. Fielding. – Lanham, MD ; Plymouth : Scarecrow Press, 2008. – 560 p.
306. Fillmore Ch.J. *Frame Semantics* / Ch.J. Fillmore // *Linguistics in the morning calm: Selected papers from SICOL-1981* / [ed. by The linguistic Society of Korea]. – Seoul : Hanshin Publishing company, 1982. – P. 111–137.
307. Fingerroth D. *Superman on the Couch: What Superheroes Really Tell Us about Ourselves and Our Society* / D. Fingerroth ; foreword by S. Lee. – New York ; London : Continuum, 2004. – 192 p.
308. Fraser B. *Conversational mitigation* / B. Fraser // *Journal of Pragmatics*. – 1980. – Vol. 4, Issue 4. – P. 341–350.

309. Frye N.H. *Anatomy of Criticism: Four Essays* / N.H. Frye. – Princeton, NJ : Princeton UP, 1957. – 383 p.
310. Galloway D.D. *The Absurd Hero in American Fiction: Updike, Styron, Bellow, Salinger* / D.D. Galloway. – [2nd ed., rev.]. – Austin, TX : University of Texas Press, 1981. – 282 p.
311. Geeraerts D. Prospects and problems of prototype theory / D. Geeraerts // *Cognitive Linguistics: Basic Readings* / [ed. by D. Geeraerts]. – Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 2006. – P. 141–165. – (Cognitive linguistics research; 34).
312. Geeraerts D. *Theories of Lexical Semantics* / D. Geeraerts. – New York : Oxford University Press, 2010. – 368 p.
313. Giora R. Irony: Graded Salience and Indirect Negation / R. Giora, O. Fein & T. Schwartz // *Metaphor and Symbol*. – 1998. – Vol. 13, Issue 2. – P. 83–101.
314. Giora R. On the priority of salient meanings: Studies of literal and figurative language / R. Giora // *Journal of Pragmatics*. – 1999. – Vol. 31. – P. 919–929.
315. Giora R. Understanding figurative and literal language: The graded salience hypothesis / R. Giora // *Cognitive Linguistics*. – 1997. – Vol. 8, Issue 3. – P. 183–206.
316. Glassmeyer D. Ridley Scott's *Epics: Gender of Violence* / D. Glassmeyer // *Heroes of Film, Comics and American Culture: Essays on Real and Fictional Defenders of Home* / [ed. by L.M. DeTora]. – Jefferson, NC ; London : McFarland & Company, 2009. – P. 281–300.
317. Goffman E. *Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behaviour* / E. Goffman. – London : Penguin Books, 1967. – 270 p.
318. Hall E.T. *The Hidden Dimension* / E.T. Hall. – New York : Anchor Books, 1990. – 217 p.
319. Hawley A.C. Introduction: Villains [Электронный ресурс] / A.C. Hawley // *Iowa Journal of Cultural Studies*. – 2013. – Vol. 14, Issue 1 (Spring). – P. 3–5. – Режим доступа: <http://ir.uiowa.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1418&context=ijcs>

320. Hirschmann E. *Heroes, Monsters & Messiahs: Movies and Television Shows as the Mythology of American Culture* / E. Hirschmann. – Kansas City : Andrews McMeel Publishing, 2000. – 353 p.
321. Holmes J. *Modifying illocutionary force* / J. Holmes // *Journal of Pragmatics*. – 1984. – Vol. 8, Issue 3. – P. 345–365.
322. Huang M.Z. *Solving the riddle of metaphor: A salience-based model for metaphorical interpretation in a discourse context* / M.Z. Huang // *New Directions in Cognitive Linguistics* / [Ed. by V. Evans, S. Pourcel]. – Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2009. – P. 107–126.
323. Indick W. *Movies and the Mind: Theories of the Great Psychoanalysts Applied to Film* / W. Indick. – Jefferson, NC ; London : McFarland, 2004. – 227 p.
324. Jackendoff R. *Sense and reference in a psychologically based semantics* / R. Jackendoff // *Talking minds: The Study of Language in the Cognitive Sciences* / [ed. by T.G. Bever, J.M. Carroll, & L.A. Miller]. – Cambridge, MA : MIT Press, 1984. – P. 49–72.
325. Jakobson R. *Closing Statement: Linguistics and Poetics* / R. Jakobson // *Style in Language* / [ed. by T.A. Sebeok]. – New York ; London : The Technology Press of MIT : John Wiley and Sons, 1960. – P. 350–377.
326. Janicke S.H. *Exploring the role of identification and moral disengagement in the enjoyment of an antihero television series* / S.H. Janicke, A.A. Raney // *Communications*. – 2015. – Vol. 40, Issue 4. – P. 485–495.
327. Janney R. *Pragmatics and Cinematic Discourse* / R. Janney // *Lodz Papers in Pragmatics*. – 2012. – Vol. 8, No. 1. – P. 85–113.
328. Jewett R. *Captain America and the Crusade Against Evil: The Dilemma of Zealous Nationalism* / R. Jewett & J.S. Lawrence. – Grand Rapids ; Cambridge : Wm. B. Eerdmans Publishing, 2003. – 392 p.
329. Johnson M. *The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning, Imagination, and Reason* / M. Johnson. – Chicago ; London : The University of Chicago Press, 1987. – 233 p.

330. Koch P. Cognitive onomasiology and lexical change: Around the eye / P. Koch // From Polysemy to Semantic Change: Towards a typology of lexical semantic change / [Ed. by M. Vanhove]. – Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2008. – P. 107–137.
331. Koch P. Sprache der Nähe – Sprache der Distanz: Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte / P. Koch, W. Oesterreicher // Romanistisches Jahrbuch. – 1985. – Band 36. – S. 15–43.
332. Kotova I.A. Character in the film narrative: terms of the research / I.A. Kotova // П'ятий міжнародний науковий форум. Сучасна англїстика і романїстика: перший рубіж нового тисячоліття. Тези доповідей (18 вересня 2013 р.). – Х. : Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, 2013. – С. 86–88.
333. Kotova I. Heroes and Antiheroes in American Film Discourse and Narrative / I. Kotova // 2nd Conference of the International Association for Cognitive Semiotics : Book of abstracts (20-22 June 2016, Lublin, Poland). – Lublin : UMCS, 2016. – P. 96–98.
334. Kövecses Z. Language, Mind, and Culture: A Practical Introduction / Z. Kövecses. – New York : Oxford University Press, 2006. – 416 p.
335. Kozloff S. Overhearing Film Dialogue / S. Kozloff. – Berkeley ; Los Angeles, CA : University of California Press, 2000. – 332 p.
336. Kozloff S. Superman as Savior: Christian Allegory in the Superman Movies / S. Kozloff // Journal of Popular Film and Television. – 1981. – Vol. 9, Issue 2. – P. 78–82.
337. Kunze P.C. The Use of German Expressionism and American Exceptionalism / P.C. Kunze // Tim Burton: Essays on the Films / [ed. by J. Cheu]. – Jefferson, NC : McFarland & Company, 2016. – С. 198–211.
338. Lakoff G. Metaphor and War: The Metaphor System Used to Justify War in the Gulf [Електронний ресурс] / G. Lakoff // Peace Research. – 1991. – Vol. 23. – P. 25–32. – Режим доступу: <http://www.arieverhagen.nl/cms/files/George-Lakoff-1991-Metaphor-and-War.pdf>

339. Lakoff G. *Metaphors We Live By* / G. Lakoff, M. Johnson. – [2nd ed.]. – Chicago, IL : Chicago University Press, 2003. – 256 p.
340. Lakoff G. *Thinking Points: Communicating Our American Values and Vision* / G. Lakoff. – New York, NY : Farrar, Straus and Giroux, 2006. – 176 p.
341. Lakoff G. *Women, Fire, and Dangerous Things: What Categories Reveal about the Mind* / G. Lakoff. – Chicago ; London : The University of Chicago Press, 1990. – 614 p.
342. Langacker R.W. *Concept, image, and symbol: the cognitive basis of grammar* / R.W. Langacker. – Berlin ; New York : Mouton de Gruyter, 1991. – 395 p.
343. Langacker R.W. *Essentials of Cognitive Grammar* / R.W. Langacker. – New York, NY : Oxford University Press, 2013. – 280 p.
344. Lawrence J.S. *The Myth of the American Superhero* / J.S. Lawrence, R. Jewett. – Grand Rapids ; Cambridge : Wm. B. Eerdmans Publishing, 2002. – 416 p.
345. Lederman M.J. *Superman, Oedipus and the Myth of the Birth of the Hero* / M.J. Lederman // *Journal of Popular Film and Television*. – 1979. – Volume 7, Issue 3. – P. 235–245.
346. Levy D.M. *Communicative goals and strategies: Between discourse and syntax* / D.M. Levy // *Syntax and Semantics*. – New York, NY : Academic Press, 1979. – Vol. 12: Discourse and Syntax. – P. 183–210.
347. Lewis A.D. *Save the Day* / A.D. Lewis // *What is a Superhero?* / [ed. by R.S. Rosenberg & P. Coogan]. – New York, NY : Oxford University Press, 2013. – P. 31–40.
348. Lothe J. *Narrative in Fiction and Film: An Introduction* / J. Lothe. – New York : Oxford University Press, 2000. – 272 p.
349. Mackey-Kallis S. *The Hero and the Perennial Journey Home in American Film* / S. Mackey-Kallis. – Philadelphia, PA : University of Pennsylvania Press, 2001. – 272 p.
350. Manchel F. *Film Study: An Analytical Bibliography* : in 4 vol. / F. Manchel. – Rutherford ; Madison ; Teaneck : Fairleigh Dickinson University Press ; London : Associated University Press, 1990. – Vol. 1. – 969 p.

351. Marino K.R. "Someone, Anyone": Contemporary Theatre's Empathetic Villain : a thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts / K.R. Marino. – Ann Arbor, MI, 2008. – 134 p.
352. Mathesius V.A Functional Analysis of Present Day English on a General Linguistic Basis / V.A. Mathesius ; ed. by J. Vachek. – Hague ; Paris : Mouton; Prague : Academia, 1975. – 228 p.
353. McDowell J.C. The Politics of Big Fantasy: The Ideologies of Star Wars, The Matrix and The Avengers / J.C. McDowell. – Jefferson, NC : McFarland & Company, 2014. – 232 p.
354. Metz C. Language and Cinema / C. Metz. – The Hague : Mouton & Co. N.V., Publishers, 1974. – 303 p.
355. Metz C. The Imaginary Signifier: Psychoanalysis and the Cinema / C. Metz ; translation by C. Britton, A. Williams, B. Brewster, & A. Guzzetti. – Bloomington, IN : Indiana University Press, 1982. – vii, 327 p.
356. Monaco J. How to Read a Film: The World of Movies, Media, and Multimedia. Language, History, Theory / J. Monaco. – [3rd ed.]. – New York ; Oxford : Oxford University Press, 2000. – 672 p.
357. Nilsen A.P. Names and Naming in Young Adult Literature / A.P. Nilsen, D.L.F. Nilsen. – Lanham, MD ; Toronto ; Plymouth : The Scarecrow Press, 2007. – 190 p. – (Scarecrow Studies in Young Adult Literature, No. 27).
358. Odajnyk V.W Archetype and Character: Power, Eros, Spirit, and Matter Personality Types / V.W. Odajnyk. – New York, NY : Palgrave Macmillan, 2012. – 264 p.
359. Peters J.M. Pictorial Signs and the Language of Film / J.M. Peters. – Amsterdam : Rodopi, 1981. – 123 p.
360. Romagnoli A.S. Enter the Superheroes: American Values, Culture, and the Canon of Superhero Literature / A.S. Romagnoli, G.S. Pagnucci. – Lanham, MD : Scarecrow Press, 2013. – 246 p.
361. Rosch E. Family resemblances: Studies in the internal structure of categories / E. Rosch, C.B. Mervis // Cognitive Psychology. – 1975. – Vol. 7, Issue 4. – P. 573–605.

362. Rosch E. Principles of Categorization / E. Rosch // *Cognition and Categorization* / [ed. by E. Rosch and B.B. Lloyd]. – Hillsdale, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, 1978. – P. 27–48.
363. Rossi F. Discourse analysis of film dialogues: Italian comedy between linguistic realism and pragmatic non-realism / F. Rossi // *Telecinematic Discourse: Approaches to the Language of Films and Television Series* / [ed. by R. Piazza, M. Bednarek, F. Rossi]. – Amsterdam ; Philadelphia : John Benjamins Publishing Co., 2011. – P. 21–46.
364. Savage W.W. The Cowboy Hero: His Image in American History & Culture / W.W. Savage. – Norman ; London : University of Oklahoma Press, 1979. – 179 p.
365. Semino E. Schema theory and the analysis of text worlds in poetry / E. Semino // *Language and Literature*. – 1995. – Vol. 4, Issue 2. – P. 79–108.
366. Shafer D.M. Exploring How We Enjoy Antihero Narratives / D.M. Shafer, A.A. Raney // *Journal of Communication*. – 2012. – Vol. 62, Issue 6. – P. 1028–1046.
367. Sims Y.D. Spotlight Essay / Everyday Life: Firefighters / Y.D. Sims // *September 11 in Popular Culture : A Guide* / [Ed. by Sara E. Quay, Amy M. Damico]. – Santa Barbara, CA : Greenwood, 2010. – P. 32–34.
368. Stam R. New Vocabularies in Film Semiotics: Structuralism, post-structuralism and beyond / R. Stam, R. Burgoyne, S. Flitterman-Lewis. – London ; New York : Routledge, 1992. – 256 p.
369. Steen G. Contextualising cognitive poetics / G. Steen, J. Gavins // *Cognitive Poetics in Practice* / [Ed. by J. Gavins & G. Steen]. – London ; New York : Routledge, 2003. – P. 1–12.
370. Stockwell P. Cognitive Poetics: An introduction / P. Stockwell. – London ; New York : Routledge, 2002. – 208 p.
371. Talmy L. Toward a Cognitive Semantics : in 2 vol. / L. Talmy. – Cambridge, MA ; London : The MIT Press, 2000. – Vol. I : Concept Structuring Systems. – 565 p.
372. The Astrology of Film: The Interface of Movies, Myth, and Archetype / [ed. by W.B. Streett, J. Kishner]. – New York, NY ; Lincoln, NE ; Shanghai : iUniverse, 2004. – 218 p.

373. Toolan M. Narrative: A Critical Linguistic Introduction / M. Toolan. – [2nd ed.]. – London ; New York : Routledge, 2001. – 260 p.
374. Trice A.D. Heroes, Antiheroes and Dolts: Portrayals of Masculinity in American Popular Films, 1921–1999 / A.D. Trice & S.A. Holland. – Jefferson, NC ; London : McFarland, 2001. – 243 p.
375. Tsur R. Rhyme and Cognitive Poetics / R. Tsur // Poetics Today. – 1996. – Vol. 17, Issue 1. – P. 55–87.
376. Turner G. Film as Social Practice / G. Turner. – [4th ed.]. – New York : Routledge, 2006. – 272 p.
377. Universal Declaration of Human Rights [Електронний ресурс] / United Nations Organization, 1948. – Режим доступу: <http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>. – Назва з екрану.
378. Vogler C. The Writer's Journey: Mythic Structure for Writers / C. Vogler. – [3rd ed.]. – Studio City, CA : Michael Wiese Productions, 2007. – 407 p.
379. Watson O.M. Proxemic behavior: a cross-cultural study / O.M. Watson. – The Hague ; Paris : Mouton de Gruyter, 1970. – 127 p.
380. Watson R. Film and Television in Education: An Aesthetic Approach to the Moving Image / R. Watson. – London ; New York ; Philadelphia : The Falmer Press, 1990. – xi, 180 p.
381. Whorf B.L. Language, thought and reality: Selected writings of Benjamin Lee Whorf / B.L. Whorf ; ed. by J.B. Carroll, foreword by S. Chase. – Cambridge, MA : The MIT Press, 1956. – xii, 278 p.
382. Wildfeuer J. Film Discourse Interpretation: Towards a New Paradigm for Multimodal Film Analysis / J. Wildfeuer. – New York, NY : Routledge, 2014. – 284 p.
383. Zlatev J. Cognitive Semiotics: An emerging field for the transdisciplinary study of meaning / J. Zlatev // The Public Journal of Semiotics. – 2012. – Vol. IV, Issue 1. – P. 2–24.

СПИСОК ДОВІДКОВОЇ ЛІТЕРАТУРИ

384. Краткий словарь когнитивных терминов / [Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина ; под общ. ред. Е.С. Кубряковой]. – М : Филол. ф-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1997. – 245 с.
385. Мартинюк А.П. Словник основних термінів когнітивно-дискурсивної лінгвістики / А.П. Мартинюк. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011. – 196 с.
386. Мифы народов мира. Энциклопедия : в 2 т. / [гл. ред. С.А. Токарев]. – М. : Советская Энциклопедия, 1980. – Т. 1: А–К. – 672 с.
387. 2015 Most Popular Names in US [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://nameberry.com/popular_names/US. – Назва з екрану.
388. Abrams M.H. A Glossary of Literary Terms / M.H. Abrams, G.G. Harpham. – [10th ed.]. – Boston, MA : Wadsworth : CENGAGE Learning, 2011. – 448 p.
389. Cambridge Dictionary (CD) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dictionary.cambridge.org/>
390. Collins American Thesaurus (CAT) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/american-thesaurus/>
391. Collins English Dictionary (CED) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english>
392. Corpus of Contemporary American English (COCA) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://corpus.byu.edu/coca/>
393. Dictionary.com (DC) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dictionary.com/>
394. Dictionary of American Family Names (DAFN) / [ed. by P. Hanks]. – New York, NY : Oxford University Press, 2003. – 2128 p.
395. Encyclopedia of Religion and Film / [ed. by E.M. Mazur]. – Santa Barbara, CA ; Denver, CO ; Oxford : ABC-CLIO, 2011. – 644 p.
396. Longman Dictionary of Contemporary English (LDCE) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ldoceonline.com/>

397. Macmillan Dictionary (MD) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.macmillandictionary.com>
398. Merriam-Webster (MW) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/>
399. Most Common Surnames in the United States 1990 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://surnames.behindthename.com/top/lists/united-states/1990>. – Назва з екрану.
400. Online Etymology Dictionary (OED) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.etymonline.com/>
401. Oxford Advanced American Dictionary (OAAD) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://oaadonline.oxfordlearnersdictionaries.com/dictionary/>
402. Oxford Advanced Learner's Dictionary (OALD) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://oald8.oxfordlearnersdictionaries.com>
403. Partridge E. Origins: A Short Etymological Dictionary of Modern English / E. Partridge. – [4th ed.]. – London ; New York : Routledge : Taylor & Francis Group, 2006. – 992 p.
404. Skeat W.W. A Concise Etymological Dictionary of the English Language [Reprint] / W.W. Skeat. – London : Forgotten Books, 2012. – 668 p.
405. Top Names Over the Last 100 Years [Электронный ресурс] / Official Social Security Website (Social Security Administration, USA). – Режим доступа: <https://www.ssa.gov/oact/babynames/decades/century.html>. – Назва з екрану.
406. Weekley E. An Etymological Dictionary of Modern English / E. Weekley. – London : John Murray, Albemarle Street, W., 1921. – 1660 p.
407. What is the most common last name in the United States? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://names.mongabay.com/data/1000.html> – Назва з екрану.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

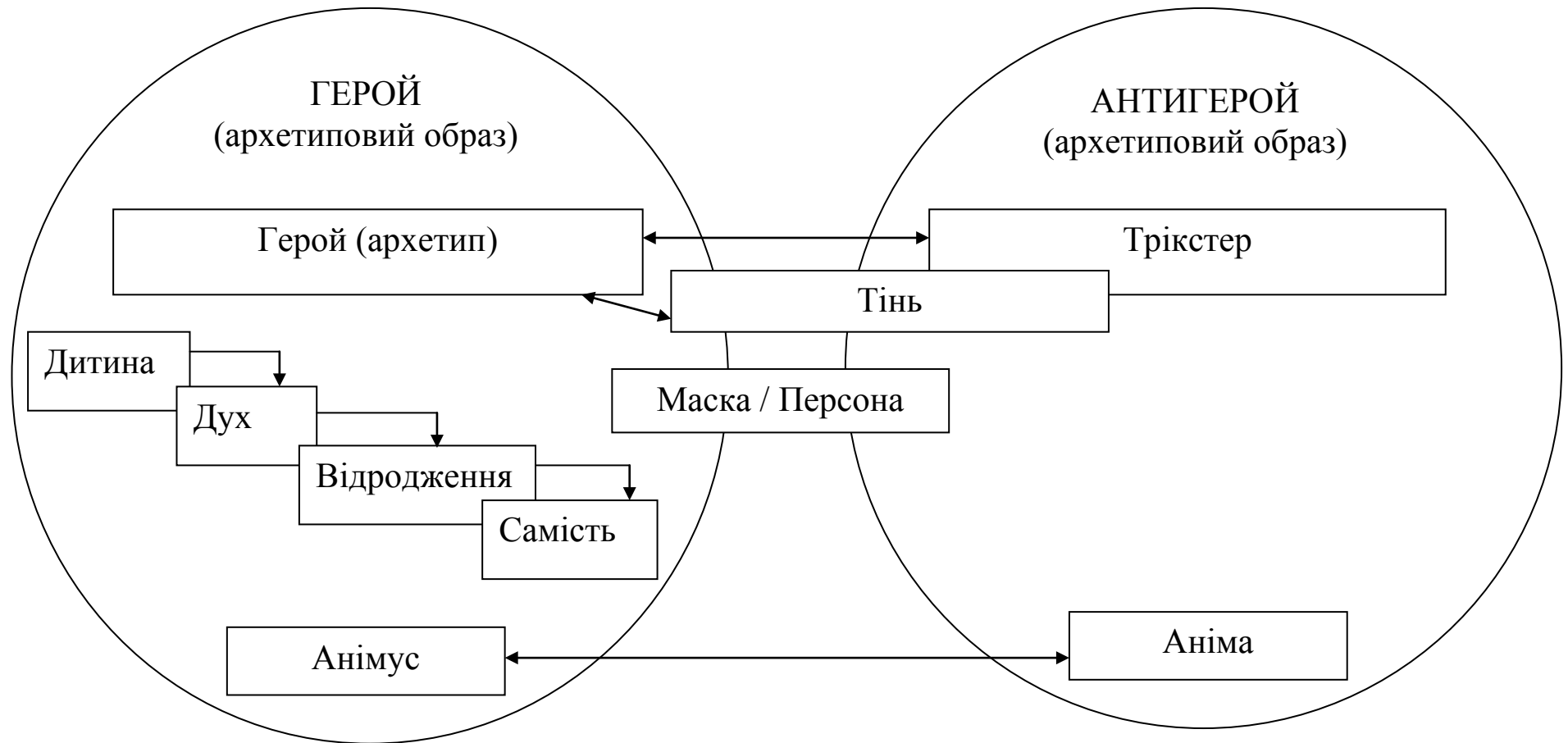
408. Batman (script) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sfy.ru/?script=batman_production.
409. Batman Returns (script) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dailyscript.com/scripts/batman-returns_early.html.
410. Spider-Man (script) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pages.drexel.edu/~ina22/splaylib/Screenplay-Spider-Man.htm>
411. Spiderman 2 (dialog transcript) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.script-o-rama.com/movie_scripts/s/spider-man-2-script-transcript.html
412. Star Wars: Episode I – The Phantom Menace (script) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imsdb.com/scripts/Star-Wars-The-Phantom-Menace.html>
413. Star Wars: Episode II – Attack of the Clones (script) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imsdb.com/scripts/Star-Wars-Attack-of-the-Clones.html>
414. Star Wars: Episode IV – A New Hope (script) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imsdb.com/scripts/Star-Wars-A-New-Hope.html>
415. Star Wars: Episode V – The Empire Strikes Back (script) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imsdb.com/scripts/Star-Wars-The-Empire-Strikes-Back.html>.
416. Star Wars: Episode VI – Return of the Jedi (1983) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imsdb.com/scripts/Star-Wars-Return-of-the-Jedi.html>
417. Superman (script) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://scifiscripts.com/scripts/superman_I_shoot.txt
418. Superman II (script) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://scifiscripts.com/scripts/superman_II_shoot.txt.
419. The Avengers (script) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imsdb.com/scripts/Avengers,-The-%282012%29.html>.
420. The Dark Knight (script) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pages.drexel.edu/~ina22/splaylib/Screenplay-Dark_Knight.HTM.

421. The Matrix (script) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.imsdb.com/scripts/Matrix,-The.html>
422. The Matrix Reloaded (dialog transcript) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://thematrixtruth.remoteviewinglight.com/index.html>
423. The Matrix Revolutions (dialog transcript) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://thematrixtruth.remoteviewinglight.com/html/revolutions-transcript-1.html>
424. Thor (script) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.imsdb.com/Movie%20Scripts/Thor%20Script.html>

**ДОДАТОК А. ПСИХОЛОГІЧНІ ТА КУЛЬТУРНІ АРХЕТИПИ, ЯКІ ФОРМУЮТЬ
ОБРАЗНЕ ПІДҐРУНТЯ КІНОДИСКУРСУ, ТА ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

Архетип	Характеристика
Аніма	уявлення про ідеал жінки (гарна, жіночна, добра, любляча, розумна, сильна), фемінінність у чоловічому (м'якість, невротичність, ірраціональність, примхливість, некеровані емоції)
Анімус	уявлення про ідеал чоловіка (сильний, розумний, гарний, мужній, дбайливий, люблячий), маскулінність у жіночому (владність, вимогливість, раціональність, тверді принципи, рішучість)
Відродження	переселення душ, перевтілення, воскресіння, реновація
Герой	воїн, творець, сильний, справедливий, сміливий, хоробрий, гарний, чесний, добрий, вправний, світлий
Дитина	маленька, весела, мила, ніжна, беззахисна, наївна, добра, безтурботна, гарна, смішна, необізнана
Дух	мудрий, швидкий, нематеріальний, світлий, легкий, вогненний
Самість	самоздійснення, самореалізація, цілісність, єдність, почуття власної ідентичності, впорядкованість, завершення
Тінь	двійник, відображення, темна, демонічна, інстинктивна, стихійна, пригнічена
Трікстер	хитрий, веселий, смішний, вправний, підступний, брехливий, нещирий, деструктивний, аморальний, такий, що грає й прикидається

ДОДАТОК Б. КОМПЛЕКСИ ВЗАЄМОДІЇ ПСИХОЛОГІЧНИХ ТА КУЛЬТУРНИХ АРХЕТИПІВ У АРХЕТИПОВИХ
ОБРАЗАХ ГЕРОЯ ТА АНТИГЕРОЯ ЯК ВТІЛЕННІ ВІДПОВІДНИХ КОНЦЕПТІВ



ДОДАТОК В. КОГНІТИВНЕ ПІДГРУНТЯ АНТРОПОНІМІВ-НОМІНАЦІЙ
ГЕРОЇВ ТА АНТИГЕРОЇВ У АМЕРИКАНСЬКОМУ КІНОДИСКУРСІ

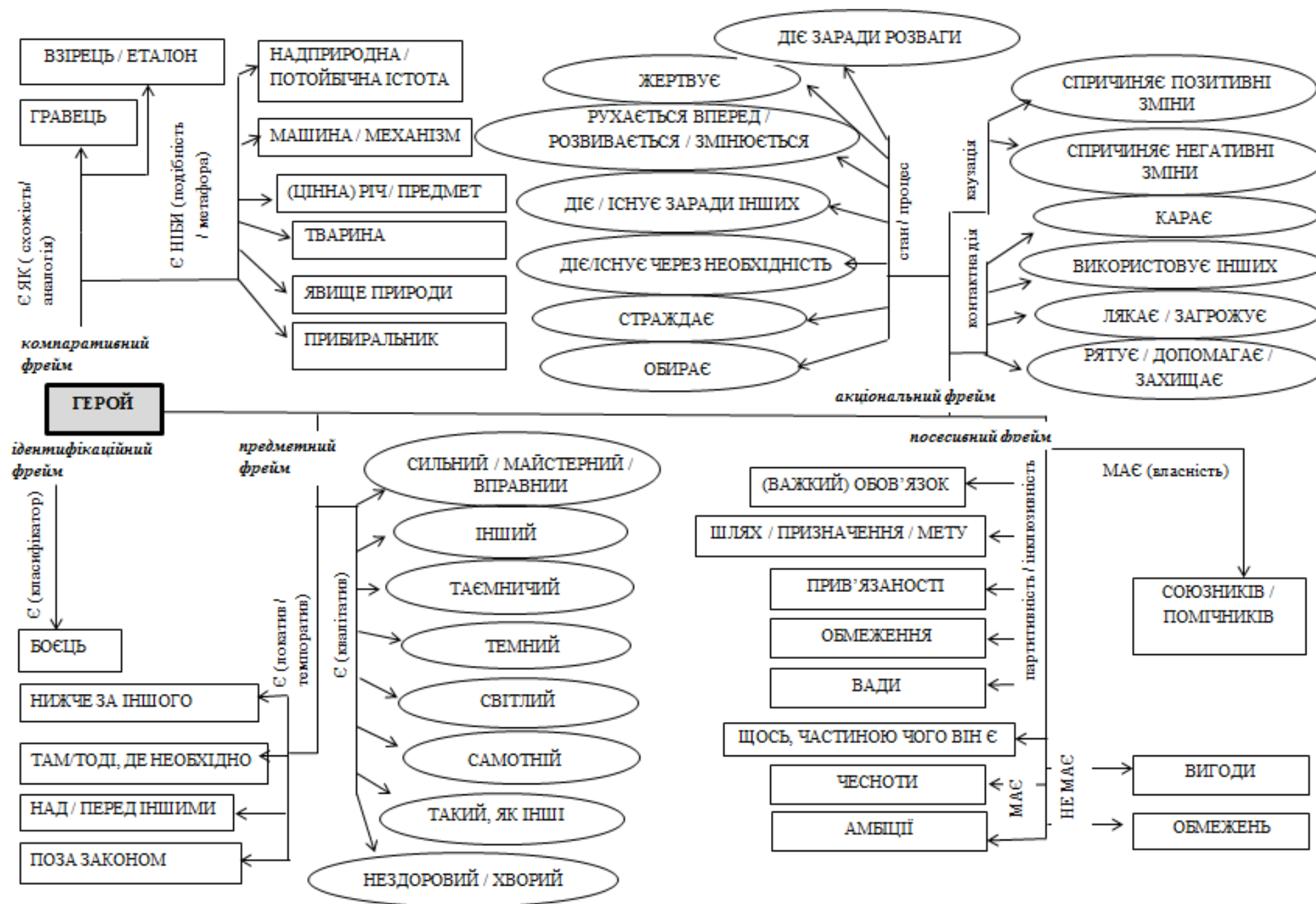
	Номінація для основної іпостасі героя/антигероя	Друга номінація (для альтер-его)	Тип мотивації		
			за когнітивним статусом мотиватора	за раціональністю	за прецедентністю
ГЕРОЇ	<i>Luke Skywalker</i>	-	змішана (модусна+асоціативна)	міфологемна	прецедентна
	<i>Anakin Skywalker</i>	-	змішана (модусна+асоціативна)	міфологемна	змішана (перший компонент не є прецедентним)
	<i>Batman</i>	Bruce Wayne	блендінгова	міфологемна	прецедентна
	<i>Thor</i>	-	асоціативна	міфологемна	прецедентна
	<i>Spider-Man</i>	Peter Parker	блендінгова	міфологемна	прецедентна
	<i>Captain America</i>	Steve Rogers	метонімічна	раціональна	прецедентна
	<i>Black Widow</i>	Natasha Romanoff	асоціативна	раціональна	прецедентна
	<i>Hulk</i>	Bruce Banner	метонімічна	раціональна	прецедентна
	<i>Iron Man</i>	Tony Stark	метонімічна	раціональна	прецедентна
	<i>Hawkeye</i>	Clint Barton	асоціативна	раціональна	прецедентна
	<i>Superman</i>	Clark Kent	модусна	міфологемна	прецедентна
	<i>Neo</i>	Thomas Anderson	модусна	раціональна	прецедентна
АНТИГЕРОЇ	<i>Loki</i>	-	асоціативна	міфологемна	прецедентна
	<i>General Zod</i>	-	метонімічна	раціональна	змішана (другий компонент не є прецедентним)
	<i>Lex Luthor</i>	-	асоціативна	раціональна	непрецедентна
	<i>Joker</i>	Jack Napier	метонімічна	раціональна	прецедентна
	<i>Two-Face</i>	Harvey Dent	асоціативна	раціональна	прецедентна
	<i>Green Goblin</i>	Norman Osborn	змішана (метонімічна+асоціативна)	міфологемна	прецедентна
	<i>Doctor Octopus</i>	Otto Octavius	змішана (метонімічна+асоціативна)	міфологемна	прецедентна

	<i>Darth Vader</i>	Anakin Skywalker	змішана (метонімічна+ модусна)	міфологемна	непрецедентна
	<i>Darth Sidious</i>	Senator (Emperor) Palpatine	змішана (метонімічна+ модусна)	міфологемна	змішана (перший компонент не є прецедентним)
	<i>Catwoman</i>	Selina Kyle	блендінгова	міфологемна	прецедентна
	<i>Penguin</i>	Oswald Cobblepot	асоціативна	міфологемна	прецедентна
	<i>Agent Smith</i>	-	метонімічна	раціональна	прецедентна
	<i>Max Schreck</i>	-	асоціативна	раціональна	непрецедентна

ДОДАТОК Г. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОЗНАКИ ОБРАЗНОЇ СКЛАДОВОЇ КОНЦЕПТУ
 ГЕРОЙ В АМЕРИКАНСЬКОМУ КІНОДИСКУРСІ ЗА ФРЕЙМАМИ

предметний фрейм:	<ul style="list-style-type: none"> - <u>квалітативна схема</u>: ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ; ГЕРОЙ Є ІНШИЙ; ГЕРОЙ Є ТАЄМНИЧИЙ; ГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ; ГЕРОЙ Є СВІТЛИЙ; ГЕРОЙ Є САМОТНИЙ; ГЕРОЙ Є ТАКИЙ, ЯК ІНШІ; ГЕРОЙ Є НЕЗДОРОВИЙ / ХВОРИЙ; - <u>локативна та темпоральна схеми</u>: ГЕРОЙ Є НИЖЧЕ ЗА ІНШОГО; ГЕРОЙ Є ТАМ / ТОДІ, ДЕ НЕОБХІДНО; ГЕРОЙ Є НАД / ПЕРЕД ІНШИМИ; ГЕРОЙ Є ПОЗА ЗАКОНОМ.
ідентифікаційний фрейм:	- <u>схема класифікації</u> : ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ.
компаративний фрейм:	<ul style="list-style-type: none"> - <u>схема схожості / аналогії</u>: ГЕРОЙ Є ЯК ГРАВЕЦЬ; ГЕРОЙ Є ЯК ВЗІРЕЦЬ / ЕТАЛОН; - <u>схема подібності / метафори</u>: ГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА; ГЕРОЙ Є НІБИ МАШИНА / МЕХАНІЗМ; ГЕРОЙ Є НІБИ (ЦІННА) РІЧ / ПРЕДМЕТ; ГЕРОЙ Є НІБИ ТВАРИНА; ГЕРОЙ Є НІБИ ЯВИЩЕ ПРИРОДИ; ГЕРОЙ Є НІБИ ПРИБИРАЛЬНИК.
акціональний фрейм:	<ul style="list-style-type: none"> - <u>схема стану / процесу</u>: ГЕРОЙ ЖЕРТВУЄ; ГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / РОЗВИВАЄТЬСЯ / ЗМІНЮЄТЬСЯ; ГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ ЗАРАДИ ІНШИХ; ГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ ЧЕРЕЗ НЕОБХІДНІСТЬ; ГЕРОЙ СТРАЖДАЄ; ГЕРОЙ ОБИРАЄ; ГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ РОЗВАГИ; - <u>схема контактної дії</u>: ГЕРОЙ КАРАЄ; ГЕРОЙ ВИКОРИСТОВУЄ ІНШИХ; ГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ; ГЕРОЙ РЯТУЄ / ДОПОМАГАЄ / ЗАХИЩАЄ; - <u>схема каузації</u>: ГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ ПОЗИТИВНІ ЯВИЩА; ГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА.
посесивний фрейм:	<ul style="list-style-type: none"> - <u>схеми партитивності та інклюзивності</u>: ГЕРОЙ МАЄ (ВАЖКИЙ) ОBOB'ЯЗОК; ГЕРОЙ МАЄ ШЛЯХ / ПРИЗНАЧЕННЯ / МЕТУ; ГЕРОЙ МАЄ ПРИВ'ЯЗАНOSTІ; ГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ; ГЕРОЙ МАЄ ВАДИ; ГЕРОЙ МАЄ ЩОСЬ, ЧАСТИНОЮ ЧОГО ВІН Є; ГЕРОЙ МАЄ ЧЕСНОТИ; ГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ; ГЕРОЙ НЕ МАЄ ВИГОДИ; ГЕРОЙ НЕ МАЄ ОБМЕЖЕНЬ; - <u>схема власності</u>: ГЕРОЙ МАЄ СОЮЗНИКІВ / ПОМІЧНИКІВ.

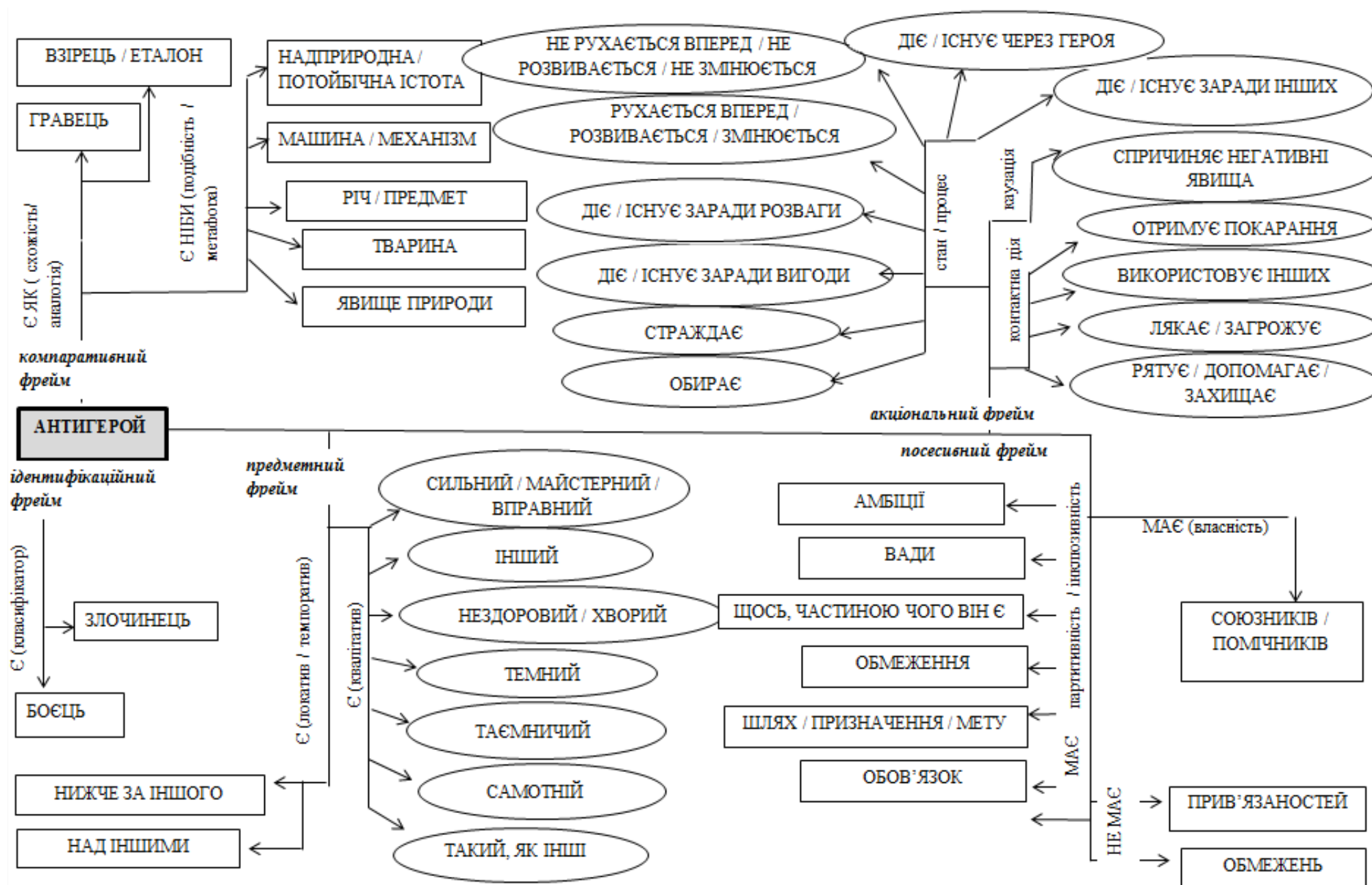
ДОДАТОК Д. ОБРАЗНА СКЛАДОВА КОНЦЕПТУ *ГЕРОЙ*, РЕКОНСТРУЙОВАНА У КОНЦЕПТУАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ



ДОДАТОК Е. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОЗНАКИ ОБРАЗНОЇ СКЛАДОВОЇ КОНЦЕПТУ
АНТИГЕРОЙ В АМЕРИКАНСЬКОМУ КІНОДИСКУРСІ ЗА ФРЕЙМАМИ

предметний фрейм:	<ul style="list-style-type: none"> - <u>квалітативна схема</u>: АНТИГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ; АНТИГЕРОЙ Є ІНШИЙ; АНТИГЕРОЙ Є НЕЗДОРОВИЙ / ХВОРИЙ; АНТИГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ; АНТИГЕРОЙ Є ТАЄМНИЧИЙ; АНТИГЕРОЙ Є САМОТНИЙ; АНТИГЕРОЙ Є ТАКИЙ, ЯК ІНШІ; - <u>локативна схема</u>: АНТИГЕРОЙ Є НИЖЧЕ ЗА ІНШОГО; АНТИГЕРОЙ Є НАД ІНШИМИ.
ідентифікаційний фрейм:	- <u>схема класифікації</u> : АНТИГЕРОЙ Є БОЄЦЬ; АНТИГЕРОЙ Є ЗЛОЧИНЕЦЬ.
компаративний фрейм:	<ul style="list-style-type: none"> - <u>схема схожості / аналогії</u>: АНТИГЕРОЙ Є ЯК ГРАВЕЦЬ; АНТИГЕРОЙ Є ЯК ВЗІРЕЦЬ / ЕТАЛОН; - <u>схема подібності / метафори</u>: АНТИГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА; АНТИГЕРОЙ Є НІБИ МАШИНА / МЕХАНІЗМ; АНТИГЕРОЙ Є НІБИ РІЧ / ПРЕДМЕТ; АНТИГЕРОЙ Є НІБИ ТВАРИНА; АНТИГЕРОЙ Є НІБИ ЯВИЩЕ ПРИРОДИ.
акціональний фрейм:	<ul style="list-style-type: none"> - <u>схема стану / процесу</u>: АНТИГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ ЗАРАДИ РОЗВАГИ; АНТИГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ ЗАРАДИ ВИГОДИ; АНТИГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ ЧЕРЕЗ ГЕРОЯ; АНТИГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ ЗАРАДИ ІНШИХ; АНТИГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / РОЗВИВАЄТЬСЯ / ЗМІНЮЄТЬСЯ; АНТИГЕРОЙ НЕ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / НЕ РОЗВИВАЄТЬСЯ / НЕ ЗМІНЮЄТЬСЯ; АНТИГЕРОЙ СТРАЖДАЄ; АНТИГЕРОЙ ОБИРАЄ; - <u>схема контактної дії</u>: АНТИГЕРОЙ ОТРИМУЄ ПОКАРАННЯ; АНТИГЕРОЙ ВИКОРИСТОВУЄ ІНШИХ; АНТИГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ; АНТИГЕРОЙ РЯТУЄ / ДОПОМАГАЄ / ЗАХИЩАЄ; - <u>схема каузації</u>: АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА.
посесивний фрейм:	<ul style="list-style-type: none"> - <u>схеми партитивності та інклюзивності</u>: АНТИГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ; АНТИГЕРОЙ МАЄ ВАДИ; АНТИГЕРОЙ МАЄ ЩОСЬ, ЧАСТИНОЮ ЧОГО ВІН Є; АНТИГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ; АНТИГЕРОЙ МАЄ ШЛЯХ / ПРИЗНАЧЕННЯ / МЕТУ; АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ПРИВ'ЯЗАНОСТЕЙ; АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ОБМЕЖЕНЬ. - <u>схема власності</u>: АНТИГЕРОЙ МАЄ СОЮЗНИКІВ / ПОМІЧНИКІВ.

ДОДАТОК Ж. ОБРАЗНА СКЛАДОВА КОНЦЕПТУ *АНТИГЕРОЙ*, РЕКОНСТРУЙОВАНА У КОНЦЕПТУАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ



ДОДАТОК 3. ВАРІЮВАННЯ У ВІДМІЧЕНОСТІ ОЗНАК ОБРАЗНОЇ СКЛАДОВОЇ КОНЦЕПТУ *ГЕРОЙ* У 1977–
2001 РР. ТА 2002–2012 РР.

СТУПІНЬ ВІДМІЧЕНОСТІ	1977–2001			2002–2012			СТУПІНЬ ВІДМІЧЕНОСТІ
	КОНЦЕПТУАЛЬНА ОЗНАКА	ЧАСТОТНІСТЬ ВИПАДКІВ АКТУАЛІЗАЦІЇ		КОНЦЕПТУАЛЬНА ОЗНАКА	ЧАСТОТНІСТЬ ВИПАДКІВ АКТУАЛІЗАЦІЇ		
		кількіс ть	% від заг. кількост і (801)		кількіс ть	% від заг. кількост і (732)	
найвищи й	ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ	108	13,5	ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ	88	12	найвищи й
	ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ	93	11,6	ГЕРОЙ РЯТУЄ/ДОПОМАГАЄ/ЗАХИЩАЄ	84	11,5	
висо кий	ГЕРОЙ РЯТУЄ/ДОПОМАГАЄ/ЗАХИЩАЄ	53	6,6	ГЕРОЙ МАЄ (ВАЖКИЙ) ОBOB'ЯЗОК	61	8,3	високий
середній	ГЕРОЙ МАЄ (ВАЖКИЙ) ОBOB'ЯЗОК	45	5,6	ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ	47	6,5	
	ГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА	42	5,2	ГЕРОЙ ЖЕРТВУЄ	44	6	
	ГЕРОЙ Є ІНШИЙ	37	4,6	ГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ	38	5,1	
	ГЕРОЙ МАЄ ШЛЯХ/ПРИЗНАЧЕННЯ/МЕТУ	33	4,1	ГЕРОЙ МАЄ ПРИВ'ЯЗАНОСТІ	36	4,9	
	ГЕРОЙ Є ЯК ВЗІРЕЦЬ / ЕТАЛОН	32	4	ГЕРОЙ МАЄ ШЛЯХ/ПРИЗНАЧЕННЯ/МЕТУ	34	4,6	
	ГЕРОЙ МАЄ ПРИВ'ЯЗАНОСТІ	32	4	ГЕРОЙ Є ЯК ВЗІРЕЦЬ / ЕТАЛОН	28	3,8	
	ГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ	32	4	ГЕРОЙ Є ІНШИЙ	25	3,4	
	ГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / РОЗВИВАЄТЬСЯ / ЗМІНЮЄТЬСЯ	31	3,9	ГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / РОЗВИВАЄТЬСЯ / ЗМІНЮЄТЬСЯ	21	2,9	
	ГЕРОЙ Є НІБИ (ЦІННА) РІЧ/ПРЕДМЕТ	28	3,5	ГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ ЗАРАДИ ІНШИХ	21	2,9	
	ГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ	20	2,5	ГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА /	18	2,5	

				ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА			
	ГЕРОЙ ЖЕРТВУЄ	18	2,2	ГЕРОЙ ОБИРАЄ (ПРАВИЛЬНО)	17	2,3	
низький	ГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ	15	1,9	ГЕРОЙ Є НІБИ (ЦІННА) РІЧ/ПРЕДМЕТ	14	1,9	низький
	ГЕРОЙ Є ТАМ/ТОДІ, ДЕ НЕОБХІДНО	15	1,9	ГЕРОЙ МАЄ ВАДИ	14	1,9	
	ГЕРОЙ ДІЄ/ІСНУЄ ЗАРАДИ ІНШИХ	14	1,7	ГЕРОЙ ДІЄ/ІСНУЄ ЧЕРЕЗ НЕОБХІДНІСТЬ	13	1,8	
	ГЕРОЙ МАЄ ЩОСЬ, ЧАСТИНОЮ ЧОГО ВІН Є	14	1,7	ГЕРОЙ МАЄ ЩОСЬ, ЧАСТИНОЮ ЧОГО ВІН Є	12	1,6	
	ГЕРОЙ МАЄ ВАДИ	12	1,5	ГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА	11	1,5	
	ГЕРОЙ Є НАД / ПЕРЕД ІНШИМИ	12	1,5	ГЕРОЙ Є НЕЗДОРОВИЙ / ХВОРИЙ	11	1,5	
	ГЕРОЙ ОБИРАЄ (ПРАВИЛЬНО)	12	1,5	ГЕРОЙ Є ТАМ / ТОДІ, ДЕ НЕОБХІДНО	9	1,2	
	ГЕРОЙ МАЄ ЧЕСНОТИ	11	1,4	ГЕРОЙ Є НАД / ПЕРЕД ІНШИМИ	9	1,2	
	ГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ ЧЕРЕЗ НЕОБХІДНІСТЬ	10	1,2	ГЕРОЙ ЛЯКАЄ/ЗАГРОЖУЄ	8	1,1	
	ГЕРОЙ СТРАЖДАЄ	9	1,1	ГЕРОЙ Є ПОЗА ЗАКОНОМ	7	1	
	ГЕРОЙ Є НІБИ ТВАРИНА	8	1	ГЕРОЙ КАРАЄ	7	1	
	ГЕРОЙ Є САМОТНІЙ	7	0,9	ГЕРОЙ Є САМОТНІЙ	7	1	
	ГЕРОЙ Є НІБИ ЯВИЩЕ ПРИРОДИ	7	0,9	ГЕРОЙ Є НІБИ ТВАРИНА	7	1	
найнижчий	ГЕРОЙ КАРАЄ	7	0,9	ГЕРОЙ Є ТАЄМНИЧИЙ	6	0,8	найнижчий
	ГЕРОЙ Є ПОЗА ЗАКОНОМ	7	0,9	ГЕРОЙ МАЄ ЧЕСНОТИ	5	0,7	
	ГЕРОЙ Є ТАЄМНИЧИЙ	6	0,7	ГЕРОЙ Є НИЖЧИЙ ЗА ІНШИХ	5	0,7	
	ГЕРОЙ Є СВІТЛИЙ	5	0,6	ГЕРОЙ СТРАЖДАЄ	4	0,5	
	ГЕРОЙ Є НИЖЧЕ ЗА ІНШОГО	5	0,6	ГЕРОЙ Є СВІТЛИЙ	3	0,4	
	ГЕРОЙ НЕ МАЄ ВИГОДИ	4	0,5	ГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ	3	0,4	
	ГЕРОЙ Є НЕЗДОРОВИЙ/ХВОРИЙ	4	0,5	ГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ	3	0,4	
	ГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ	3	0,4	ГЕРОЙ Є НІБИ ЯВИЩЕ ПРИРОДИ	2	0,3	
	ГЕРОЙ МАЄ СОЮЗНИКІВ	3	0,4	ГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ ПОЗИТИВНІ ЯВИЩА	2	0,3	
	ГЕРОЙ Є ТАКИЙ, ЯК ІНШІ	2	0,25	ГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ РОЗВАГИ	2	0,3	
	ГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ ПОЗИТИВНІ ЗМІНИ	1	0,1	ГЕРОЙ НЕ МАЄ ОБМЕЖЕНЬ	2	0,3	
	ГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ	1	0,1	ГЕРОЙ ВИКОРИСТОВУЄ ІНШИХ	2	0,3	

	ЗМІНИ						
	ГЕРОЙ Є НІБИ МАШИНА/МЕХАНІЗМ	1	0,1	ГЕРОЙ Є НІБИ МАШИНА / МЕХАНІЗМ	1	0,1	
	ГЕРОЙ Є НІБИ ПРИБИРАЛЬНИК	1	0,1	ГЕРОЙ Є НІБИ ПРИБИРАЛЬНИК	1	0,1	
	ГЕРОЙ Є НІБИ ГРАВЕЦЬ	1	0,1				

ДОДАТОК К. ВАРІЮВАННЯ У ВІДМІЧЕНОСТІ ОЗНАК ОБРАЗНОЇ СКЛАДОВОЇ КОНЦЕПТУ *АНТИГЕРОЙ* У 1977–2001 РР. ТА 2002–2012 РР.

СТУПІНЬ ВІДМІЧЕНОСТІ	1977–2001			2002–2012			СТУПІНЬ ВІДМІЧЕНОСТІ
	КОНЦЕПТУАЛЬНА ОЗНАКА	ЧАСТОТНІСТЬ ВИПАДКІВ АКТУАЛІЗАЦІЇ		КОНЦЕПТУАЛЬНА ОЗНАКА	ЧАСТОТНІСТЬ ВИПАДКІВ АКТУАЛІЗАЦІЇ		
		кількість	% від заг. кількості (700)		кількість	% від заг. кількості (373)	
найвищий	АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА	126	18	АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА	69	18,5	найвищий
	АНТИГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ	80	11,4	АНТИГЕРОЙ ВИКОРИСТОВУЄ ІНШИХ	31	8,3	
високий	АНТИГЕРОЙ ВИКОРИСТОВУЄ ІНШИХ	54	7,7	АНТИГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ	30	8	високий
	АНТИГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ	53	7,6	АНТИГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ	28	7,5	
	АНТИГЕРОЙ Є НЕЗДОРОВИЙ/ХВОРИЙ	51	7,3	АНТИГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ	27	7,2	
	АНТИГЕРОЙ Є БОЄЦЬ	50	7,1	АНТИГЕРОЙ Є НЕЗДОРОВИЙ / ХВОРИЙ	25	6,7	
	АНТИГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ	42	6	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА	16	4,3	
середній	АНТИГЕРОЙ Є НАД ІНШИМИ	33	4,7	АНТИГЕРОЙ Є ІНШИЙ	13	3,5	середній
	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ ТВАРИНА	29	4,1	АНТИГЕРОЙ Є БОЄЦЬ	13	3,5	
	АНТИГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ	27	3,9	АНТИГЕРОЙ Є ЗЛОЧИНЕЦЬ	13	3,5	
	АНТИГЕРОЙ Є ЗЛОЧИНЕЦЬ	22	3,1	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ РІЧ / ПРЕДМЕТ	11	2,9	
	АНТИГЕРОЙ Є ІНШИЙ	15	2,1	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ ГРАВЕЦЬ	11	2,9	
	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА /	14	2	АНТИГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ РОЗВАГИ	10	2,7	

	ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА						
низький	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ ГРАВЕЦЬ	13	1,9	АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ОБМЕЖЕНЬ	10	2,7	низький
	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ ЯВИЩЕ ПРИРОДИ	10	1,4	АНТИГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ	9	2,4	
	АНТИГЕРОЙ Є НИЖЧИЙ ЗА ІНШИХ	10	1,4	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ ТВАРИНА	8	2,1	
	АНТИГЕРОЙ Є ТАЄМНИЧИЙ	8	1,1	АНТИГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / РОЗВИВАЄТЬСЯ / ЗМІНЮЄТЬСЯ	6	1,6	
	АНТИГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / РОЗВИВАЄТЬСЯ / ЗМІНЮЄТЬСЯ	8	1,1	АНТИГЕРОЙ МАЄ ВАДИ	6	1,6	
	АНТИГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ РОЗВАГИ	8	1,1	АНТИГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ ВИГОДИ	5	1,3	
найнижчий	АНТИГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ	6	0,9	АНТИГЕРОЙ Є НАД ІНШИМИ	4	1,1	найнижчий
	АНТИГЕРОЙ МАЄ СОЮЗНИКІВ / ПОМІЧНИКІВ	6	0,9	АНТИГЕРОЙ МАЄ ЩОСЬ, ЧАСТИНОЮ ЧОГО ВІН Є	3	0,8	
	АНТИГЕРОЙ МАЄ ВАДИ	6	0,9	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ ЯВИЩЕ ПРИРОДИ	3	0,8	
	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ МАШИНА / МЕХАНІЗМ	5	0,7	АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ПРИВ'ЯЗАНОСТЕЙ	2	0,5	
	АНТИГЕРОЙ ОБИРАЄ (НЕПРАВИЛЬНО)	5	0,7	АНТИГЕРОЙ Є САМОТНІЙ	2	0,5	
	АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ОБМЕЖЕНЬ	4	0,6	АНТИГЕРОЙ ОБИРАЄ (НЕПРАВИЛЬНО)	2	0,5	
	АНТИГЕРОЙ ОТРИМУЄ ПОКАРАННЯ	3	0,4	АНТИГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ	2	0,5	
	АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ПРИВ'ЯЗАНОСТЕЙ	3	0,4	АНТИГЕРОЙ РЯТУЄ / ДОПОМАГАЄ / ЗАХИЩАЄ	2	0,5	
	АНТИГЕРОЙ ІСНУЄ ЧЕРЕЗ ГЕРОЯ	2	0,3	АНТИГЕРОЙ ДІЄ/ІСНУЄ ЗАРАДИ ІНШИХ	2	0,5	
	АНТИГЕРОЙ Є ТАКИЙ, ЯК ІНШІ	2	0,3	АНТИГЕРОЙ ОТРИМУЄ ПОКАРАННЯ	1	0,3	
	АНТИГЕРОЙ Є ВЗІРЕЦЬ / ЕТАЛОН	2	0,3	АНТИГЕРОЙ Є ЯК ВЗІРЕЦЬ/ЕТАЛОН	1	0,3	
	АНТИГЕРОЙ НЕ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД	2	0,3	АНТИГЕРОЙ СТРАЖДАЄ	1	0,3	
	АНТИГЕРОЙ МАЄ ОBOB'ЯЗОК	1	0,1	АНТИГЕРОЙ Є ТАЄМНИЧИЙ	1	0,3	
				АНТИГЕРОЙ Є НИЖЧИЙ ЗА ІНШИХ	1	0,3	
				АНТИГЕРОЙ Є ТАКИЙ, ЯК ІНШІ	1	0,3	
				АНТИГЕРОЙ Є НІБИ МАШИНА / МЕХАНІЗМ	1	0,3	
				АНТИГЕРОЙ МАЄ ОBOB'ЯЗОК	1	0,3	
				АНТИГЕРОЙ ІСНУЄ ЧЕРЕЗ ГЕРОЯ	1	0,3	
				АНТИГЕРОЙ МАЄ ШЛЯХ / ПРИЗНАЧЕННЯ / МЕТУ	1	0,3	

ДОДАТОК Л. ЗМІНИ У ВІДМІЧЕНОСТІ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ОЗНАК ОБРАЗНОЇ СКЛАДОВОЇ КОНЦЕПТУ *ГЕРОЙ*
ЗА ЕТАПАМИ НАРАТИВУ

ПОДІЇ ДО ІНІЦІАЦІЇ ГЕРОЯ (ГРОМАДА У СТАНІ РІВНОВАГИ)			ПОДІЇ ПІСЛЯ ІНІЦІАЦІЇ ГЕРОЯ (ГРОМАДА У СТАНІ (ВІДНОСНОЇ) РІВНОВАГИ)			ПОДІЇ ПІД ЧАС ПРЯМОЇ ЗАГРОЗИ / ТЕРОРУ З БОКУ АНТИГЕРОЯ (ГРОМАДА В НЕБЕЗПЕЦІ)			ПОДІЇ ПІСЛЯ ПОРЯТУНКУ (ГРОМАДА У СТАНІ РІВНОВАГИ)		
КОНЦЕПТУАЛЬНА ОЗНАКА	частот ність		КОНЦЕПТУАЛЬНА ОЗНАКА	частот ність		КОНЦЕПТУАЛЬНА ОЗНАКА	частот ність		КОНЦЕПТУАЛЬНА ОЗНАКА	частот ність	
	к- ст ь	% (від 217)		к- ст ь	% (від 784)		к-ст ь	% (від 491)		к-ст ь	% (від 47)
ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / ТАЛАНОВИТИЙ / ВПРАВНИЙ	32	14,7	ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / ТАЛАНОВИТИЙ / ВПРАВНИЙ	88	11,2	ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ	65	13,2	ГЕРОЙ РЯТУЄ / ЗАХИЩАЄ / ДОПОМАГАЄ	6	12,8
ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ	17	7,8	ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ	66	8,4	ГЕРОЙ РЯТУЄ / ЗАХИЩАЄ / ДОПОМАГАЄ	57	11,6	ГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ	4	8,5
ГЕРОЙ РЯТУЄ / ЗАХИЩАЄ / ДОПОМАГАЄ	15	6,9	ГЕРОЙ РЯТУЄ / ЗАХИЩАЄ / ДОПОМАГАЄ	58	7,4	ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / ТАЛАНОВИТИЙ / ВПРАВНИЙ	43	8,8	ГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / ТАЛАНОВИТИЙ / ВПРАВНИЙ	4	8,5
ГЕРОЙ Є ІНШИЙ	14	6,5	ГЕРОЙ МАЄ (ВАЖКИЙ) ОБОВ'ЯЗОК	56	7,1	ГЕРОЙ МАЄ (ВАЖКИЙ) ОБОВ'ЯЗОК	36	7,3	ГЕРОЙ ЖЕРТВУЄ	3	6,4
ГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / ЗМІНЮЄТЬСЯ / РОЗВИВАЄТЬСЯ	14	6,5	ГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / ЗМІНЮЄТЬСЯ / РОЗВИВАЄТЬСЯ	45	5,7	ГЕРОЙ ЖЕРТВУЄ	31	6,3	ГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА	2	4,3
ГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ	11	5	ГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ	40	5,1	ГЕРОЙ МАЄ ПРИВ'ЯЗАНОСТІ	23	4,7	ГЕРОЙ ЗАГРОЖУЄ / ЛЯКАЄ	2	4,3
ГЕРОЙ МАЄ (ВАЖКИЙ) ОБОВ'ЯЗОК	10	4,6	ГЕРОЙ МАЄ ШЛЯХ / ПРИЗНАЧЕННЯ / МЕТУ	38	4,8	ГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА	20	4,1	ГЕРОЙ Є БОЄЦЬ	2	4,3
ГЕРОЙ МАЄ ШЛЯХ / ПРИЗНАЧЕННЯ / МЕТУ	9	4,1	ГЕРОЙ МАЄ ПРИВ'ЯЗАНОСТІ	37	4,7	ГЕРОЙ МАЄ ШЛЯХ / ПРИЗНАЧЕННЯ / МЕТУ	20	4,1	ГЕРОЙ МАЄ ЩОСЬ, ЧАСТИНОЮ ЧОГО ВІН Є	2	4,3
ГЕРОЙ МАЄ ЧЕСНОТИ	9	4,1	ГЕРОЙ Є ЯК ВЗІРЕЦЬ / ЕТАЛОН	37	4,7	ГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ	19	3,9	ГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / ЗМІНЮЄТЬСЯ / РОЗВИВАЄТЬСЯ	2	4,3
ГЕРОЙ МАЄ ВАДИ	8	3,7	ГЕРОЙ Є ІНШИЙ	35	4,5	ГЕРОЙ Є НІБИ (ЦІННА) РІЧ / ПРЕДМЕТ	17	3,5	ГЕРОЙ Є ЯК ВЗІРЕЦЬ/ЕТАЛОН	2	4,3
ГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ	7	3,2	ГЕРОЙ Є НІБИ	33	4,2	ГЕРОЙ ІСНУЄ/ДІЄ	17	3,5	ГЕРОЙ МАЄ	2	4,3

НЕГАТИВНІ ЯВИЩА			НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА			ЗАРАДИ ІНШИХ			ПРИВ'ЯЗАНОСТІ		
ГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА	6	2,8	ГЕРОЙ ЖЕРТВУЄ	22	2,8	ГЕРОЙ Є ІНШИЙ	16	3,3	ГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ ПОЗИТИВНІ ЯВИЩА	2	4,3
ГЕРОЙ Є НІБИ (ЦІННА) РІЧ / ПРЕДМЕТ	6	2,8	ГЕРОЙ Є НІБИ (ЦІННА) РІЧ / ПРЕДМЕТ	19	2,4	ГЕРОЙ Є ЯК ВЗІРЕЦЬ/ЕТАЛОН	16	3,3	ГЕРОЙ Є НАД ІНШИМИ	2	4,3
ГЕРОЙ Є ЯК ВЗІРЕЦЬ/ЕТАЛОН	6	2,8	ГЕРОЙ ЗАГРОЖУЄ / ЛЯКАЄ	19	2,4	ГЕРОЙ Є ТАМ/ТОДІ, ДЕ НЕОБХІДНО	13	2,6	ГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ	1	2,1
ГЕРОЙ МАЄ ПРИВ'ЯЗАНОСТІ	6	2,8	ГЕРОЙ МАЄ ВАДИ	16	2	ГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / ЗМІНЮЄТЬСЯ / РОЗВИВАЄТЬСЯ	13	2,6	ГЕРОЙ КАРАЄ	1	2,1
ГЕРОЙ ІСНУЄ/ДІЄ ЗАРАДИ ІНШИХ	6	2,8	ГЕРОЙ ОБИРАЄ (ПРАВИЛЬНО)	15	1,9	ГЕРОЙ МАЄ ЩОСЬ, ЧАСТИНОЮ ЧОГО ВІН Є	11	2,2	ГЕРОЙ ДІЄ/ІСНУЄ ЧЕРЕЗ НЕОБХІДНІСТЬ	1	2,1
ГЕРОЙ ЖЕРТВУЄ	6	2,8	ГЕРОЙ Є НІБИ ТВАРИНА	12	1,5	ГЕРОЙ ОБИРАЄ (ПРАВИЛЬНО)	10	2	ГЕРОЙ МАЄ (ВАЖКИЙ) ОБОВ'ЯЗОК	1	2,1
ГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ	5	2,3	ГЕРОЙ ІСНУЄ / ДІЄ ЗАРАДИ ІНШИХ	12	1,5	ГЕРОЙ ЗАГРОЖУЄ / ЛЯКАЄ	7	1,4	ГЕРОЙ СТРАЖДАЄ	1	2,1
ГЕРОЙ Є НИЖЧЕ ЗА ІНШОГО	5	2,3	ГЕРОЙ КАРАЄ	11	1,4	ГЕРОЙ ДІЄ/ІСНУЄ ЧЕРЕЗ НЕОБХІДНІСТЬ	7	1,4	ГЕРОЙ МАЄ ЧЕСНОТИ	1	2,1
ГЕРОЙ ДІЄ / ІСНУЄ ЧЕРЕЗ НЕОБХІДНІСТЬ	5	2,3	ГЕРОЙ МАЄ ЩОСЬ, ЧАСТИНОЮ ЧОГО ВІН Є	10	1,3	ГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ	6	1,2	ГЕРОЙ Є СВІТЛИЙ	1	2,1
ГЕРОЙ МАЄ ЩОСЬ, ЧАСТИНОЮ ЧОГО ВІН Є	3	1,4	ГЕРОЙ Є ПОЗА ЗАКОНОМ	10	1,3	ГЕРОЙ Є НАД ІНШИМИ	6	1,2	ГЕРОЙ Є ТАМ/ТОДІ, ДЕ НЕОБХІДНО	1	2,1
ГЕРОЙ НЕ МАЄ ВИГОДИ	2	0,9	ГЕРОЙ Є НАД ІНШИМИ	10	1,3	ГЕРОЙ СТРАЖДАЄ	5	1	ГЕРОЙ Є НІБИ (ЦІННА) РІЧ / ПРЕДМЕТ	1	2,1
ГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ РОЗВАГИ	2	0,9	ГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ	10	1,3	ГЕРОЙ Є НІБИ ТВАРИНА	4	0,8	ГЕРОЙ ОБИРАЄ (ПРАВИЛЬНО)	1	2,1
ГЕРОЙ ЗАГРОЖУЄ / ЛЯКАЄ	2	0,9	ГЕРОЙ Є САМОТНИЙ	10	1,3	ГЕРОЙ МАЄ ВАДИ	4	0,8	ГЕРОЙ Є ІНШИЙ	1	2,1
ГЕРОЙ ОБИРАЄ (ПРАВИЛЬНО)	2	0,9	ГЕРОЙ Є ТАЄМНИЧИЙ	9	1,1	ГЕРОЙ КАРАЄ	4	0,8	ГЕРОЙ МАЄ ШЛЯХ / ПРИЗНАЧЕННЯ / МЕТУ	1	2,1
ГЕРОЙ Є САМОТНИЙ	2	0,9	ГЕРОЙ Є НЕЗДОРОВИЙ / ХВОРИЙ	9	1,1	ГЕРОЙ Є НІБИ ЯВИЩЕ ПРИРОДИ	3	0,6			
ГЕРОЙ Є НАД ІНШИМИ	1	0,5	ГЕРОЙ ДІЄ/ІСНУЄ ЧЕРЕЗ НЕОБХІДНІСТЬ	8	1	ГЕРОЙ МАЄ ЧЕСНОТИ	2	0,4			
ГЕРОЙ Є СВІТЛИЙ	1	0,5	ГЕРОЙ Є НІБИ ЯВИЩЕ ПРИРОДИ	7	0,9	ГЕРОЙ Є ПОЗА ЗАКОНОМ	2	0,4			
ГЕРОЙ Є	1	0,5	ГЕРОЙ Є ТАМ/ТОДІ, ДЕ	6	0,8	ГЕРОЙ Є НЕЗДОРОВИЙ /	2	0,4			

НЕЗДОРОВИЙ / ХВОРИЙ			НЕОБХІДНО			ХВОРИЙ					
ГЕРОЙ Є ПОЗА ЗАКОНОМ	1	0,5	ГЕРОЙ СТРАЖДАЄ	6	0,8	ГЕРОЙ Є СВІТЛИЙ	2	0,4			
ГЕРОЙ СТРАЖДАЄ	1	0,5	ГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА	5	0,6	ГЕРОЙ Є ТАЄМНИЧИЙ	2	0,4			
ГЕРОЙ Є ТАКИЙ, ЯК ІНШІ	1	0,5	ГЕРОЙ Є НИЖЧЕ ЗА ІНШОГО	4	0,5	ГЕРОЙ Є ЯК ГРАВЕЦЬ	1	0,2			
ГЕРОЙ Є НІБИ ЯВИЩЕ ПРИРОДИ	1	0,5	ГЕРОЙ Є СВІТЛИЙ	4	0,5	ГЕРОЙ Є САМОТНИЙ	1	0,2			
			ГЕРОЙ МАЄ ЧЕСНОТИ	4	0,5	ГЕРОЙ НЕ МАЄ ОБМЕЖЕНЬ	1	0,2			
			ГЕРОЙ МАЄ ПОМІЧНИКІВ / СОЮЗНИКІВ	3	0,4	ГЕРОЙ Є НІБИ ПРИБИРАЛЬНИК	1	0,2			
			ГЕРОЙ ВИКОРИСТОВУЄ ІНШИХ	2	0,4	ГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА	1	0,2			
			ГЕРОЙ НЕ МАЄ ОБМЕЖЕНЬ	2	0,3	ГЕРОЙ Є ТАКИЙ, ЯК ІНШІ	1	0,2			
			ГЕРОЙ Є НІБИ МАШИНА/МЕХАНІЗМ	2	0,3	ГЕРОЙ МАЄ ПОМІЧНИКІВ / СОЮЗНИКІВ	1	0,2			
			ГЕРОЙ НЕ МАЄ ВИГОДИ	1	0,1	ГЕРОЙ Є НИЖЧЕ ЗА ІНШОГО	1	0,2			
			ГЕРОЙ Є НІБИ ПРИБИРАЛЬНИК	1	0,1						
			ГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ	1	0,1						
			ГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ ПОЗИТИВНІ ЯВИЩА	1	0,1						

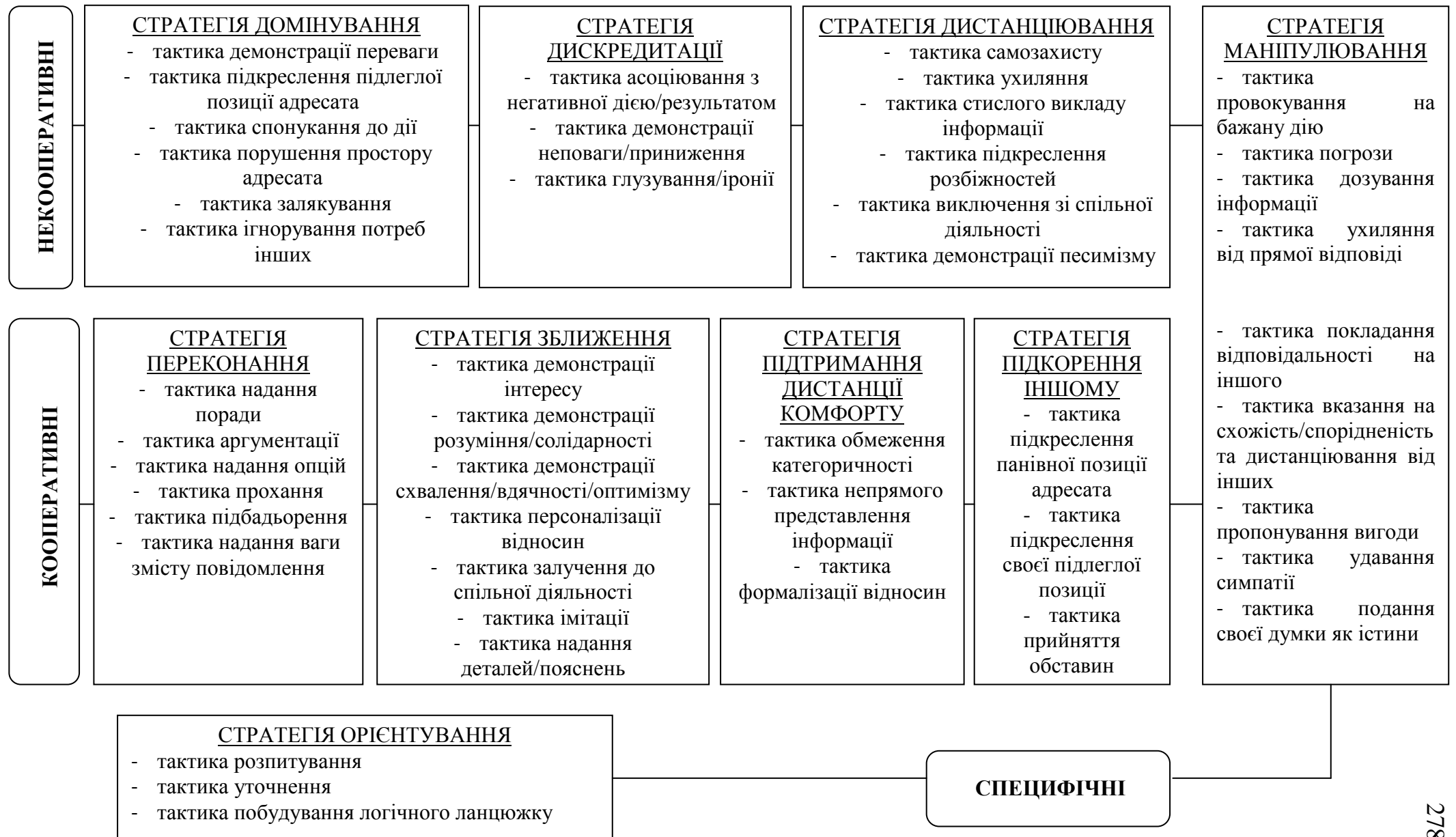
ДОДАТОК М. ЗМІНИ У ВІДМІЧЕНОСТІ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ОЗНАК ОБРАЗНОЇ СКЛАДОВОЇ КОНЦЕПТУ
АНТИГЕРОЙ ЗА ЕТАПАМИ НАРАТИВУ

ПОДІЇ, ЯКІ ПЕРЕДУЮТЬ ТРИГЕРУ (ГРОМАДА У СТАНІ РІВНОВАГИ)			ПОДІЇ ПІД ЧАС ПРОСУВАННЯ АНТИГЕРОЯ ДО ВЛАДИ / ПІДГОТОВКИ ДО УДАРУ ГРОМАДА У СТАНІ (ВІДНОСНОЇ) РІВНОВАГИ			ПОДІЇ ПІД ЧАС ПРЯМОЇ ЗАГРОЗИ / ТЕРОРУ З БОКУ АНТИГЕРОЯ (ГРОМАДА В НЕБЕЗПЕЦІ)			ПОДІЇ ПІСЛЯ ПОРЯТУНКУ (ГРОМАДА У СТАНІ РІВНОВАГИ)		
КОНЦЕПТУАЛЬНА ОЗНАКА	частот ність		КОНЦЕПТУАЛЬНА ОЗНАКА	частот ність		КОНЦЕПТУАЛЬНА ОЗНАКА	частот ність		КОНЦЕПТУАЛЬНА ОЗНАКА	частот ність	
	к- ст ь	% (від 64)		к- ст ь	% (від 493)		к-ст ь	% (від 487)		к- ст ь	% (від 19)
АНТИГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ	14	21,9	АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА	68	13,8	АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА	117	24,1	АНТИГЕРОЙ ОТРИМУЄ ПОКАРАННЯ	4	21,1
АНТИГЕРОЙ МАЄ ВАДИ	6	9,4	АНТИГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ	56	11,4	АНТИГЕРОЙ ЛЯКАЄ / ЗАГРОЖУЄ	45	9,3	СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА	3	15,8
АНТИГЕРОЙ ЗАГРОЖУЄ / ЛЯКАЄ	5	7,8	АНТИГЕРОЙ ВИКОРИСТОВУЄ ІНШИХ	41	8,3	АНТИГЕРОЙ Є НЕЗДОРОВИЙ / ХВОРИЙ	43	8,8	АНТИГЕРОЙ Є БОЄЦЬ	3	15,8
АНТИГЕРОЙ Є ЗЛОЧИНЕЦЬ	5	7,8	АНТИГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ	34	6,9	АНТИГЕРОЙ ВИКОРИСТОВУЄ ІНШИХ	42	8,6	АНТИГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ	2	10,5
АНТИГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА	4	6,3	АНТИГЕРОЙ Є НЕЗДОРОВИЙ / ХВОРИЙ	33	6,7	АНТИГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ	36	7,4	АНТИГЕРОЙ Є НАД ІНШИМИ	2	10,5
АНТИГЕРОЙ ОБИРАЄ (НЕПРАВИЛЬНО)	3	4,7	АНТИГЕРОЙ Є СИЛЬНИЙ / МАЙСТЕРНИЙ / ВПРАВНИЙ	32	6,5	АНТИГЕРОЙ Є БОЄЦЬ	32	6,6	АНТИГЕРОЙ ВИКРИСТОВУЄ ІНШИХ	1	5,3
АНТИГЕРОЙ Є НІБИ РІЧ/ПРЕДМЕТ	3	4,7	АНТИГЕРОЙ Є БОЄЦЬ	26	5,3	АНТИГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ	32	6,6	АНТИГЕРОЙ Є ТАСМНИЧИЙ	1	5,3
АНТИГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ	3	4,7	АНТИГЕРОЙ Є НАД ІНШИМИ	25	5,1	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ ТВАРИНА	15	3,1	АНТИГЕРОЙ Є НИЖЧЕ ЗА ІНШОГО	1	5,3
АНТИГЕРОЙ Є ІНШИЙ	2	3,1	АНТИГЕРОЙ Є ЗЛОЧИНЕЦЬ	22	4,5	АНТИГЕРОЙ Є ЯК ГРАВЕЦЬ	14	2,9	АНТИГЕРОЙ Є ТАСМНИЧИЙ	1	5,3
АНТИГЕРОЙ	2	3,1	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ	22	4,5	АНТИГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ	12	2,5	АНТИГЕРОЙ Є ЯК	1	5,3

СТРАЖДАЄ			ТВАРИНА						ВЗІРЕЦЬ / ЕТАЛОН		
АНТИГЕРОЙ Є САМОТНИЙ	2	3,1	АНТИГЕРОЙ Є ТЕМНИЙ	20	4,1	АНТИГЕРОЙ Є ЗЛОЧИНЕЦЬ	10	2,1			
АНТИГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ ІНШИХ	2	3,1	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА	18	3,7	АНТИГЕРОЙ Є НАД ІНШИМИ	10	2,1			
АНТИГЕРОЙ РЯТУЄ / ДОПОМАГАЄ / ЗАХИЩАЄ	2	3,1	АНТИГЕРОЙ Є ІНШИЙ	17	3,4	АНТИГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ РОЗВАГИ	9	1,9			
АНТИГЕРОЙ Є ЯК ГРВЕЦЬ	1	1,6	АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ОБМЕЖЕНЬ	10	2	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ НАДПРИРОДНА / ПОТОЙБІЧНА ІСТОТА	9	1,9			
АНТИГЕРОЙ МАЄ АМБІЦІЇ	1	1,6	АНТИГЕРОЙ Є ТАЄМНИЧИЙ	9	1,8	АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ОБМЕЖЕНЬ	8	1,6			
АНТИГЕРОЙ Є ТАЄМНИЧИЙ	1	1,6	АНТИГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / РОЗВИВАЄТЬСЯ / ЗМІНЮЄТЬСЯ	8	1,6	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ ЯВИЩЕ ПРИРОДИ	7	1,4			
АНТИГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / РОЗВИВАЄТЬСЯ / ЗМІНЮЄТЬСЯ	1	1,6	АНТИГЕРОЙ Є ЯК ГРАВЕЦЬ	7	1,4	АНТИГЕРОЙ Є НИЖЧЕ ЗА ІНШОГО	7	1,4			
АНТИГЕРОЙ МАЄ ОБОВ'ЯЗОК	1	1,6	АНТИГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ РОЗВАГИ	7	1,4	АНТИГЕРОЙ Є ІНШИЙ	6	1,2			
АНТИГЕРОЙ Є НАД ІНШИМИ	1	1,6	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ ЯВИЩЕ ПРИРОДИ	5	1	АНТИГЕРОЙ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД / РОЗВИВАЄТЬСЯ / ЗМІНЮЄТЬСЯ	6	1,2			
АНТИГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ	1	1,6	АНТИГЕРОЙ МАЄ ВАДИ	4	0,8	АНТИГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ	5	1			
АНТИГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ РОЗВАГИ	1	1,6	АНТИГЕРОЙ Є НИЖЧЕ ЗА ІНШОГО	4	0,8	АНТИГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ ВИГОДИ	3	0,6			
АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ВИГОДИ	1	1,6	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ МЕХАНІЗМ / МАШИНА	4	0,8	АНТИГЕРОЙ МАЄ ВАДИ	3	0,6			
АНТИГЕРОЙ Є ЯК ВЗІРЕЦЬ / ЕТАЛОН	1	1,6	АНТИГЕРОЙ МАЄ ПОМІЧНИКІВ / СОЮЗНИКІВ	4	0,8	АНТИГЕРОЙ ОБИРАЄ (НЕПРАВИЛЬНО)	3	0,6			
АНТИГЕРОЙ СПРИЧИНЯЄ НЕГАТИВНІ ЯВИЩА	1	1,6	АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ПРИВ'ЯЗАНОСТЕЙ	3	0,6	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ РІЧ / ПРЕДМЕТ	2	0,4			
			АНТИГЕРОЙ Є ТАКИЙ, ЯК ІНШІ	3	0,6	АНТИГЕРОЙ ІСНУЄ ЧЕРЕЗ ГЕРОЯ	2	0,4			
			АНТИГЕРОЙ ДІЄ ЗАРАДИ ВИГОДИ	2	0,4	АНТИГЕРОЙ НЕ МАЄ ПРИВ'ЯЗАНОСТЕЙ	2	0,4			

			АНТИГЕРОЙ НЕ РУХАЄТЬСЯ ВПЕРЕД	2	0,4	АНТИГЕРОЙ Є НІБИ МЕХАНІЗМ / МАШИНА	2	0,4			
			АНТИГЕРОЙ ОБИРАЄ (НЕПРАВИЛЬНО)	2	0,4	АНТИГЕРОЙ МАЄ ПОМІЧНИКІВ / СОЮЗНИКІВ	2	0,4			
			АНТИГЕРОЙ МАЄ ОБМЕЖЕННЯ	1	0,2	АНТИГЕРОЙ Є ТАЄМНИЧИЙ	1	0,2			
			АНТИГЕРОЙ МАЄ ЩОСЬ, ЧАСТИНОЮ ЧОГО ВІН Є	1	0,2	АНТИГЕРОЙ Є САМОТНІЙ	1	0,2			
			АНТИГЕРОЙ Є ЯК ВЗІРЕЦЬ / ЕТАЛОН	1	0,2	АНТИГЕРОЙ МАЄ ОБОВ'ЯЗОК	1	0,2			
			АНТИГЕРОЙ ІСНУЄ ЧЕРЕЗ ГЕРОЯ	1	0,2						
			АНТИГЕРОЙ МАЄ ШЛЯХ / ПРИЗНАЧЕННЯ / МЕТУ	1	0,2						

ДОДАТОК Н. ДИСКУРСИВНІ СТРАТЕГІЇ Й ТАКТИКИ ГЕРОЯ ТА АНТИГЕРОЯ В АМЕРИКАНСЬКОМУ КІНОДИСКУРСІ



ДОДАТОК П. КІЛЬКІСНЕ ВАРІЮВАННЯ ВИПАДКІВ ВИКОРИСТАННЯ
ДИСКУРСИВНИХ СТРАТЕГІЙ У ДИСКУРСИВНІЙ ПОВЕДІНЦІ ГЕРОЯ ТА
АНТИГЕРОЯ

ДИСКУРСИВНА СТРАТЕГІЯ		ГЕРОЙ					АНТИГЕРОЙ				
		кількість випадків використання		частка (у %) від випадків реалізації дискурсивної поведінки персонажа (від 1656)	частка (у %) від випадків реалізації відповідної стратегії		кількість випадків використання		частка (у %) від випадків реалізації дискурсивної поведінки персонажа (від 987)	частка (у %) від випадків реалізації відповідної стратегії	
домінування		278		16,8	37,3		467		47,3	62,7	
дискре дитаці я	спрямо вана на себе	26	141	8,5	9,2	49,8	11	142	14,4	3,9	50,2
	спрямо вана на іншого	115			40,6		131			46,3	
маніпулювання		27		1,6	14,4		161		16,3	85,6	
переконання		191		11,5	83,8		37		3,7	16,2	
зближення		458		27,7	88,2		61		6,2	11,8	
підтримання дистанції комфорту		226		13,6	87,3		33		3,3	12,7	
дистанціювання		155		9,4	79,9		39		4	20,1	
підкорення іншому		151		9,1	80,3		37		3,7	19,7	
орієнтування		29		1,8	74,4		10		1	25,6	