

Dzvonyk A.I., student,
Institute of Philology, Kyiv Taras Shevchenko National University

REFLECTING LEXICAL AND STYLISTIC PECULIARITIES OF THE LANGUAGE OF CHARLES DICKENS' NOVELS IN UKRAINIAN TRANSLATIONS

The article analyses the specifics of the idiolect of English writer Charles Dickens, defines the characteristic features of his idiolect and the peculiarity of his style, researches lexical and stylistic peculiarities of the language of his novels, as well as the essentials of rendering colloquial speech, dialect, jargon and cockney lexis in translations of Charles Dickens' works. Peculiarities of translating praseological units in Dickens' novels are defined, and a description of syntactic transformations in Ukrainian translations provided.

Key words: translation, lexical and stylistic peculiarities, dialecticism, jargon lexis, praseological unit, stylistic device.

УДК 811.161.2

Д'яконова О. В., асп.,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

ДИСКУРС КОЛЕКТИВНОГО ЩАСТЯ ТА МАНІФЕСТАЦІЯ ЕМОЦІЙ У СИТУАЦІЇ ФУТБОЛЬНИХ ПЕРЕМОГ

У статті окреслюються особливості емоційних переживань у ситуації футбольних перемог. На матеріалі онлайн-дискурсу навколо трьох перемог у європейських турнірах вибудовується культурний сценарій ФУТБОЛЬНЕ СВЯТО, визначаються особливості мовного вираження позитивних емоцій.

Ключові слова: дискурс, щастя, футбол, культурний сценарій, мовне вираження емоцій, експресивні мовні акти

У сучасних дослідженнях з проблем взаємодії мови та емоцій постулюється конструктивна роль першої відносно останніх. Р. Філер для емоцій узагалі [Fiehler 1990: 78], а М. Коттінгем для переживань спортивних уболівальників [Cottingham 2012] переконливо показують, що мова не тільки й не стільки виражає та репрезентує емоції, які суб'єкт відчуває "внутрішньо" та "незалежно", як це припускається, зокрема, у когнітивізмі.

Натомість, дискурс як складник соціальної практики бере активну участь у їх конструюванні.

Зокрема, О. Анісімова на матеріалі текстів американських ЗМІ доводить, що дискурс щастя має аргументативний характер: адресант шляхом застосування аргументативних стратегій намагається довести наявність щастя в описуваній ним фактуальній ситуації і в такий спосіб переконати себе та оточуючих у його істинності [Анісімова 2010: 69].

З огляду на це, особливий інтерес для дослідження взаємодії між емоціями та мовою становлять ситуації, коли активні вияви емоцій дійсно мають місце. Футбольні матчі й особливо перемоги команд у фінальних матчах змагань високого рівня дають змогу з надзвичайно високою вірогідністю говорити про фактичну наявність позитивних емоційних переживань у спортсменів і вболівальників. Таким чином, у статті буде встановлено способи дискурсивного конструювання ситуації колективного щастя від футбольних перемог та охарактеризовано мовні маніфестації почуття щастя в ній. Матеріалом статті виступає онлайн-дискурс українською/російською, англійською та німецькою мовами навколо перемог донецького клубу "Шахтар" у Кубці UEFA 20.05.2009, лондонського "Челсі" у Лізі Європи 15.05.2013 та "Баварії Мюнхен" у Лізі Чемпіонів 25.05.2013.

Інтенсивні позитивні емоції під час футбольних матчів можна охарактеризувати у фрейдівських термінах, як такі, що їх приписується стримувати у повсякденному житті та давати їм вихід лише за особливих соціально прийнятних, санкціонованих обставин. Цей погляд представлений, зокрема, Н. Еліасом [Elias 1994/2000] та дозволяє розглядати футбольні матчі як явища одного порядку з іншими масовими акціями, такими як святкування Нового року, відкриті концерти, гуляння з нагоди національних свят та, у сучасній та історичній перспективі, європейські карнавальні традиції: "...в противоположность этому на карнавале все считались равными. Здесь – на карнавальном пространстве – господствовала особая форма вольного фамильярного контакта между людьми, разделенными в обычной, то есть внекарнавальной, жизни непреодолимыми барьерами сословного, имущественного, служебного, семейного и возрастного положения. <...> Человек возвращался к себе самому и ощущал себя человеком среди людей. И эта подлинная человечность отношений не была только предметом воображения или абстрактной мысли, а реально

осуществлялась и переживалась в живом материально-чувственном контакте" [Бахтин 1990: 15-16].

Дискурс-аналітична розвідка К. Уолтона, А. Койла та І. Лайонз [Walton, Coyle, Lyons 2004], що досліджує ставлення британських чоловіків до відкритих виявів емоцій, доводить у цьому аспекті функціональну подібність сучасних футбольних матчів та середньовічного карнавального дійства. Виявляється, що під час перших припустимою є наявність та активний зовнішній вияву чоловіками сильних емоцій, нехарактерне за звичайних обставин емоційне зближення та зменшення фізичної дистанції з незнайомими людьми. Більш того, ця ситуація є конвенційною для емоційної експресії і становить один із винятків для загалом неемоційного поведіння британських чоловіків.

Інтенсивні переживання та вираження емоцій від перемог "Баварії", "Челсі" та "Шахтаря" у Єврокубках ми розглядаємо тут як соціальну подію. За класифікацією ролі різних видів семіозису на різних рівнях соціального, запропонованою Н. Феркло [Fairclough 2003: 23-24], мовними елементами соціальних подій є тексти. Соціальні події становлять, за Феркло, найбільш конкретний рівень функціонування соціальної сфери, отже, на ньому стає складно відділити мову від інших соціальних елементів, що у нашому випадку особливо яскраво ілюструють відеоматеріали. У термінах Л. Альтюссера, мова стає у таких випадках "надмірно визначеною" (англ. *overdetermined*) соціальними елементами [Fairclough 2003: 24].

З усього розмаїття інтернет-матеріалів, що стосуються розглядуваних ситуацій, нам видаються ключовими такі чотири різновиди джерел (текстів): 1) відеозаписи з порталу youtube.com, що демонструють фанатські святкування під час та після матчів, 2) статті новин про відповідні події з веб-сторінок офіційних мас-медіа з коментарями користувачів, 3) статті новин з офіційних веб-ресурсів футбольних клубів та 4) короткі повідомлення, що тематизують відповідні події, у соціальній мережі Твіттер, відправлені як вболівальниками, так і журналістами й офіційними представниками клубів. Таким чином, футболісти та керівництво клубів, з одного боку, фанати, з іншого, та журналісти як нейтральна третя сторона виступають як актори⁷ у дискурсивному

⁷ Під терміном "актори" ми розуміємо учасників дискурсу, носіїв певних дискурсивних позицій, напр. організації, соціальні рухи, приватні особи. Пор. [Fairclough 2003].

конструюванні ситуації щастя під час перемог футбольних клубів у європейських змаганнях.

Ситуація колективного щастя від футбольних перемог вербально та невербально моделюється у текстах, що включають взаємодію кількох видів дискурсів. Спортивний дискурс є первинним і надає субстанцію для виникнення урочистого дискурсу, який надалі структурує події за сценарієм ФУТБОЛЬНЕ СВЯТО і у межах якого актуалізуються дискурс досягнення та дискурс щастя, що створює емоційне наповнення цього сценарію.

У рамках фахового спортивного футбольного дискурсу здійснюється загальне інформування користувачів Мережі про матч та події навколо нього: склад гравців, дії тренерів, характеристика гри, голи та порушення на полі, події за його межами і та ін. Пор.: *Man-of-the-match Branislav Ivanovic had secured a dramatic 2-1 victory over the Portuguese giants with a towering stoppage time header* (<http://www.mirror.co.uk/sport/football/news/chelsea-win-europa-league-final-1892108>).

Від моменту, коли матч закінчується і стає відомим переможець турніру, події конструюються згідно з культурним сценарієм ФУТБОЛЬНЕ СВЯТО, що є різновидом більш загального сценарію СВЯТО. Цей сценарій легітимізує відкриті, інтенсивні вияви емоцій та включає як невербальні, так і вербальні складники. Для німецької, англійської та української культур цей сценарій є в основних рисах однаковим та включає наступні етапи, що реконструюються на основі професійних журналістських матеріалів, а також фанатських відео та коментарів:

ФУТБОЛЬНЕ СВЯТО

(0) "перед-святкування": фанати команд, одягнені в атрибутику своїх клубів (футболки, шарфи, головні вбори, прапорці), збираються перед грою у місті, де вона відбувається, вживають алкоголь та/або гучно співають пісні на підтримку своєї команди у громадських місцях; святкування забитих голів під час гри фанатами на стадіоні та в інших містах, передусім у місті походження клубу (напр., відео *Chelsea Amsterdam Blue is the Colour medley* <http://www.youtube.com/watch?v=SAp2SR2WNZ0>, 21.09.2013);

(1) урочисте виголошення та нагородження клубу-переможця на футбольному полі. Лунає гімн клубу, пускаються конфетті, на полі виконується танок із полотнищем у формі м'яча; усім футболістам надягаються на шию медалі та наприкінці вручається

кубок, який піднімає капітан команди; запускається феєрверк; водночас на трибунах також святкують і фанати;

(2) післяматчеве масове фанатське святкування в місті перебігу матчу та місті походження клубу, що триває ніч і включає такі дії, що мають місце на вулицях міст, у барах, у громадському транспорті та, припускаємо, також і в приватних оселях:

(2.1) носіння та використання символіки клубів,

(2.2) гучний спів та крики радощів,

(2.3) вживання алкогольних напоїв,

(2.4) прослуховування музики на великій гучності / гра на музичних інструментах,

(2.5) скандування слоганів на честь команд,

(2.6) фізична активність святкуючих: танці, розмахування шарфами та прапорцями, підстрибування, обійми,

(2.7) запуски феєрверків, кидання петард;

(2.8) гучні сигнали автівок, уповільнення дорожнього руху;

(3) урочиста зустріч команди в аеропорту рідного міста наступного дня ("Баварія", "Шахтар");

(4) парад команди зі здобутим кубком вулицями міста ("Баварія") або концерт на честь переможців з їхньою присутністю ("Шахтар"), що відбувається через деякий час після прибуття: *Gegen 15:10 Uhr (Ortszeit) hoben "the kings of europe" dann bei Kaiserwetter in Richtung München ab, wo sie um 17:30 Uhr als Flug "champ13" – so wurde der LH 2571 von Lufthansa kurzfristig umbenannt – bei strömendem Regen landeten. <...> Fans des frisch gebackenen CL-Siegers bekamen ihre Helden leider nicht zu sehen, denn: Das Team stieg auf dem Rollfeld direkt in den Mannschaftsbus und fuhr mit dem Pott nach Hause.* (<http://www.fcbayern.telekom.de/de/news/news/2013/42752.php>); *Daher werden Jupp Heynckes, Phillip Lahm, Bastian Schweinsteiger und Co. Am Sonntag nach der Rückkehr vom Pokalfinale in Berlin in einem offenen Doppeldecker-Bus durch München fahren* (<http://www.fcbayern.telekom.de/de/news/news/2013/42772.php>).

Таким чином, соціальні події, що зумовлюють виникнення почуття щастя після футбольних перемог та його відкриті вияви, дискурсивно та недискурсивно організуються за сценарієм ФУТБОЛЬНЕ СВЯТО, що пропонує уболівальникам конвенціалізовану рамку та форми вираження емоцій, що яскраво ілюструє тезу Р. Філера про значно більший, ніж це вважається у

"наївний" свідомості, ступінь соціальної детермінованості переживання та вираження емоцій.

Водночас конвенціоналізованість конструювання та вираження почуття щастя під час футбольних перемог має подвійний характер: на додаток до формально-структурної включеності в сценарій СВЯТО, в усіх розглядуваних лінгвокультурах висловлення для вираження щастя за своїм пропозитивним змістом пов'язані з кліше відповідних фанатських футбольних дискурсів.

Як видно з опису етапів (1) і (2), значна частина виявів позитивних емоцій має невербальний характер: танці, обійми, використання символіки клубів, сміх, запуск феєрверків і та ін. Звернімося тепер до розгляду вербальних способів маніфестації радощів.

Маніфестація емоцій може відбуватися на усіх рівнях мовної системи від фонетичного до дискурсивно-прагматичного. Для дискурсу щастя футбольних уболівальників найбільш задіяними виявляються фонетичний та прагматичний рівні. Пряма референція до концепту ЩАСТЯ лексичними засобами відсутня у спонтанному вираженні емоцій та застосовується лише у більш відрефлектованих висловлюваннях, як-то відповіді фанатів журналістам, тексти новин (пор. розрізнення у М. Шварц-Фрізел лексем, що виражають емоції, нім. *emotionsausdrückende Wörter*, та лексеми на позначення емоцій, нім. *emotionsbezeichnende Wörter*, [Schwarz-Friesel 2007, 144]).

На фонетичному рівні маніфестація щастя відбувається засобами:

- інтонації експламації,
- подовження,
- гучності,
- додаткових наголосів:

Чоловік: **ша:х(.)тĕ:::р!**

(<http://www.youtube.com/watch?v=XFOma2Bjiho>)

Фанати: **'woa:::h!!**

(<http://www.youtube.com/watch?v=V5IDYH-ke0U>)

Фанати: **'e:i 'ei ei e::i,**

^e:f ze (.)^ba:yern (.) münche:n.

(<http://www.youtube.com/watch?v=naZM4aUAfLI>)⁸

⁸ Транскрипція усного дискурсу здійснюється на основі системи, розробленої М. Макаровим [Макаров 2003: 115-117]; подвійні круглі

На прагматичному рівні маніфестація щастя у дискурсі футбольних уболівальників відбувається за допомогою експресивних мовних актів:

Чоловік: just 'amazing! (<http://www.youtube.com/watch?v=LUZ1BB4NaeE>)

Чоловік: ich hab gar keine stimme mehr (.) keine mehr (.) **mann, isses 'geil!** (<http://www.youtube.com/watch?v=I06WIZDOutA>)

Наголосимо, що експресивність ми визначаємо тут за ілюкутивним та перлюкутивним, але не пропозитивним змістом висловлень. Важливою особливістю наведених висловлень є те, що вони творюються мовцями у процесі комунікації.

Іншим способом маніфестації щастя є непрямі експресивні мовні акти, що включають сталі мікротекстові утворення, які лише відтворюються у мовленні:

Фанати: **\мы с то\бой шах\тер донецкий(.\)гей,(.) \гей! (.)** ((співають)) (<http://www.youtube.com/watch?v=XFOma2Bjiho>)

Фанати: **\champions of europe, (.) \we know wha we \are!** ((машуть прапорами)) (<http://www.youtube.com/watch?v=V5IDYH-ke0U>)

Фанати: **\wer nich h\"upf(t) de(r) \ist de(r) \bayer,(.)\hey! (.)\hey!** (<http://www.youtube.com/watch?v=naZM4aUAfLI>)

У наведених прикладах висловлення за жанром є традиційними фанатськими приспіваними-"кричалками", ілюкутивне значення яких зазвичай полягає у демонстрації почуття прихильності до улюбленого футбольного клубу, які є сталими за формою та відтворюються у різноманітних, у т. ч. менш емоційно насичених ситуаціях під час матчів. У ситуації щастя у зв'язку з перемогою ці приспівани продовжують функціонувати як експресивні мовні акти, проте вони виражають вже не просто прихильність, а й радість та піднесений емоційний стан фанатів.

До прагматичних засобів маніфестації позитивних емоцій від футбольних перемог належать також:

- вигуки:

дужки для позначення дій мовців, якими супроводжуються висловлення, взято з [Perrin 2006: 238-243].

Чоловіки та жінки: =/Ä:::Н!
(<http://www.youtube.com/watch?v=naZM4aUAfLI>)
Чоловік: /yea:::h! (<http://www.youtube.com/watch?v=V5IDYH-ke0U>);

- заміна вербальних засобів невербальними та їх сполучення:

Фанати: #clap clap clap clap# ^chel ^sea!
#clap clap clap clap# ^chel ^sea!
(<http://www.youtube.com/watch?v=xzbTXLwcA6I>).

Оскільки, як було продемонстровано, у спонтанних вербалізаціях емоцій футбольними фанатами концепт ЩАСТЯ експліцитно не актуалізується, постає питання про те, чи ці емоційні переживання дійсно мають відношення до щастя. На нашу думку, відповідь на це питання може бути позитивною з таких міркувань.

По-перше, тексти онлайн-медіа (джерела 1-3 у списку) концептуалізують почуття, що мають місце під час названої соціальної події, як щастя, радощі, веселощі і та ін. Пор.: нім. *Als der Schlusspfiff ertönte, kannten die Fans kein Halten mehr: In der Allianz Arena und auf den Fan-Meilen brach riesiger Jubel los; Die Polizei spricht von einer "feucht, fröhlichen Party"* (<http://www.br.de/nachrichten/jubel-muenchen-100.html>); *Die Stimmung: Glückselig, aber etwas geschwächt von einer langen, langen Partynacht!* (<http://www.fcbayern.telekom.de/de/news/news/2013/42752.php>); укр. *Фінал кубка УЕФА! Шахтар-Вердер 2:1(20.05.09) Щастя для всієї України!* (http://vk.com/video7160210_165565144); рос. *Донецкое счастье. Футболисты и болельщики донецкого "Шахтера" принимают поздравления в связи с победой горняков в финале Кубка УЕФА-2008/09* (<http://terrikon.com/posts/23475>); англ. *Let's get this party started! Joy for Chelsea at the final whistle...* (http://live.independent.co.uk/Event/Europa_League_Final_Benfica_v_Chelsea_LIVE?Page=0); *Such a good feeling when you see the lads winning a trophy, especially a European one!* (<http://forums.cfcnet.co.uk/index.php/topic/55281-chelsea-2-benfica-1/page-2>). Як відомо, з точки зору соціального конструкціонізму значення створюються у дискурсі. Таким чином, з точки зору вказаних джерел онлайн-дискурсу означеним переживанням приписується значення щастя, або, ширше, позитивне емоційне значення.

По-друге, у психології виділяються такі складники щастя: задоволеність життям, позитивний афект та (відсутній) негативний афект [Argyle : 15]. Переживання фанатів у зв'язку з перемогами улюблених клубів у європейських змаганнях є позитивними, про це свідчить як дискурсивна їх репрезентація, так і невербальні вияви емоцій, які можна побачити на відео (зокрема, щира посмішка, коли піднімаються щіки та звужуються очі [Изард 2000: 149]). Тому емоції в розглядуваних ситуаціях є, принаймні, частиною позитивно-емоційного складника щастя. Крім того, зважаючи на наявність чинника успіху, довгоочікуваного досягнення у здобутті футбольними клубами європейських титулів, у цих ситуаціях можна припускати також і вплив на складник щастя "задоволеність життям".

Резюмуємо: ситуації перемог футбольних клубів у важливих матчах і особливо фіналах європейських турнірів являють собою в українській, німецькій та англійській культурах конвенційну, соціально прийнятну рамку для відкритих інтенсивних виявів емоцій. Аналіз онлайн-дискурсу навколо перемог "Баварії" у Лізі Чемпіонів, "Челсі" у Лізі Європи та "Шахтаря" у кубці UEFA дозволив встановити культурний сценарій ФУТБОЛЬНЕ СВЯТО, у межах якого мають місце колективні переживання радощів та щастя. Вербальне вираження емоцій тут тісно пов'язане з невербальним та здійснюється передусім фонетичними засобами в експресивних мовних актах без експліцитної референції до концепту ЩАСТЯ та інших емоційних концептів. Натомість, дискурс онлайн-ЗМІ конструює репрезентації цих переживань як щастя та радощів, використовуючи лексику на позначення емоцій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Анисимова Е. С.* Основные аргументативные особенности дискурса счастья в американских средствах массовой информации // Учёные записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета. – № 11-2. – Ч. 2. – 2010. – С. 69-74.
2. *Бахтин М. М.* Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса / М. Бахтин. – М. : Художественная литература, 1990. – 543 с.
3. *Изард К. Э.* Психология эмоций / К. Изард / Пер. з англ. – СПб. : Издательство "Питер", 2000. – 464 с. : ил.
4. *Макаров М. Л.* Основы теории дискурса. / М. Макаров. – М. : ИТДГК "Гнозис", 2003. – С. 115-117.
5. *Argyle M.* The psychology of happiness – 2nd ed. / M. Argyle. – New York : Routledge, 2002. – 276 p.

6. *Cottingham M. D.* Interaction ritual theory and sports fans: emotion, symbols, and solidarity // *Sociology of Sport Journal*. – 2012. – Vol. 29. – P. 168-185.

7. *Elias N.* The civilizing process / N. Elias. – Oxford : Blackwell Publishers, 1994/2000.

8. *Fairclough N.* Analysing discourse : Textual analysis for social research / N. Fairclough. – London, New York : Routledge, 2003. – 270 p.

9. *Fiehler R.* Kommunikation und Emotion. Theoretische und empirische Untersuchungen zur Rolle der Emotionen in der verbalen Interaktion. / R. Fiehler. – Berlin : Walter de Gruyter, 1990. – 335 S.

10. *Perrin D.* Medienlinguistik. / D. Perrin. – Konstanz : UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2006. – S. 238-243.

11. *Schwarz-Friesel M.* Sprache und Emotion / M. Schwarz-Friesel. – Tübingen, Basel : A. Francke, 2007. – 401 S.

12. *Walton C., Coyle A., Lyons E.* Death and football : An analysis of men's talk about emotions // *British Journal of Social Psychology*. – Vol. 43 (3). – 2004. – P. 401-416.

Стаття надійшла до редакції 25.10.13.

Дьяконова О., асп.,

Институт филологии КНУ имени Тараса Шевченко

ДИСКУРС КОЛЛЕКТИВНОГО СЧАСТЬЯ И МАНИФЕСТАЦИЯ ЭМОЦИЙ В СИТУАЦИИ ФУТБОЛЬНЫХ ПОБЕД

В статье определяются особенности эмоциональных переживаний в ситуации футбольных побед. На материале онлайн-дискурса вокруг трех побед в европейских турнирах выстраивается культурный сценарий ФУТБОЛЬНЫЙ ПРАЗДНИК, устанавливаются особенности языкового выражения положительных эмоций.

Ключевые слова: *дискурс, счастье, футбол, культурный сценарий, языковое выражение эмоций, экспрессивные речевые акты.*

Dyakonova O., PhD Student,

Institute of Philology, National Taras Shevchenko University of Kyiv

DISCOURSE OF COLLECTIVE HAPPINESS AND MANIFESTATION OF EMOTIONS IN THE SITUATION OF FOOTBALL VICTORIES

The article deals with active verbal and nonverbal manifestation emotions in the situation of European football cups victories. By means of

analysis of online football discourse concerning football victories, we develop a cultural script FOOTBALL CELEBRATION and describe the verbalization of positive emotions which take place within it.

Key words: *discourse, happiness, football, cultural script, linguistic expression of emotions, expressive speech acts.*

УДК 81'42 811.111

Єфименко В.А., к. філол. н., докторант,
Інститут філології КНУ імені Тараса Шевченка

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ БЛЕНДИНГ У СУЧАСНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ КАЗКАХ

У статті розглядаються особливості застосування теорії концептуальної інтеграції до аналізу сучасних літературних казок із трансформованим сюжетом. Проаналізовано змішаний простір сучасної казки, утворений із двох вихідних ментальних просторів, виявлено запозичені та нові елементи, що виникли в результаті блендингу.

Ключові слова: *когнітивна поетика, концептуальний блендинг, ментальний простір, текстовий світ, літературна казка з трансформованим сюжетом.*

Останні наукові праці в галузі когнітивної лінгвістики та когнітивної поетики розглядають текстові світи не лише як кінцевий продукт, що виникає в процесі інтерпретації, а й шляхи їх створення читачами або слухачами. Серед таких підходів до аналізу літературних творів варто згадати теорію ментальних просторів Ж. Фоконьє [Fauconnier 1994, 1997], теорію текстових світів П. Уерта [Werth 1999] та теорію контекстуальних фреймів К. Еммотт [Emmott 1997]. У рамках цих підходів текстові світи розглядаються як комплексні ментальні образи, що створюються читачами в процесі ознайомлення з текстом.

Теорія ментальних просторів отримала подальший розвиток у вигляді теорії концептуальної інтеграції (теорії змішування/блендинга) (Ж. Фоконьє, М. Тернер [Fauconnier 2002]). Концептуальна інтеграція або змішування (blending) – це базова когнітивна операція, у процесі якої інформація з двох або більше вихідних ментальних просторів проєціюється у змішаний простір, у якому її елементи об'єднуються та починають взаємодіяти. З цього моменту виникає