

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Журнал заснований у 1918 році

**ВЧЕНІ ЗАПИСКИ
ТАВРІЙСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Серія: Філологія. Журналістика

Том 33 (72) № 1 2022

Частина 1



Видавничий дім
«Гельветика»
2022

Головний редактор:

Казарін Володимир Павлович – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри слов'янської філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського.

Члени редакційної колегії:

Гадомський Олександр Казимирович – доктор філологічних наук, доктор габілітований гуманітарних наук в області мовознавства (Варшавський університет), професор, завідувач кафедри білоруських та українських досліджень Інституту славістики Опольського університету (Ополе, Польща);

Досенко Анжеліка Костянтинівна – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри слов'янської філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського;

Свенцицька Еліна Михайлівна – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри слов'янської філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського;

Семенець Ольга Сергіївна (відповідальний секретар) – кандидат філологічних наук, завідувач кафедри зарубіжної філології Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського;

Статкевич Лариса Павлівна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри зарубіжної філології Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського;

Ткаченко Тетяна Іванівна – доктор філологічних наук, доцент.

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

**Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського
(протокол № 12 від 18.03.2022 року)**

Науковий журнал «Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського.
Серія: Філологія. Журналістика» зареєстровано Міністерством юстиції України
(Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія КВ № 24632-14572ПР від 04.11.2020 року)

***Журнал включено до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б»)
зі спеціальностей 035 – Філологія, 061 – Журналістика відповідно до Наказу МОН України
від 17.03.2020 № 409 (додаток 1)***

***Журнал включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus International
(Республіка Польща)***

Сторінка журналу: www.philol.vernadskyjournals.in.ua

**ISSN 2710-4656 (Print)
ISSN 2710-4664 (Online)**

© Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського, 2022

ЗМІСТ

УКРАЇНСЬКА МОВА

Бортун К. О.

ІМПЕРАТИВ ЯК ДЖЕРЕЛО НАВІЮВАННЯ ТА ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ
СУГЕСТИВНИХ ТАКТИК У ВИСЛОВЛЕННІ.....1

Городецька В. А.

КОНЦЕПТОСФЕРА РЕЛІГІЙНОГО ДИСКУРСУ
(НА МАТЕРІАЛІ ПРОПОВІДЕЙ ГЛАВИ УГКЦ С. ШЕВЧУКА).....7

Демченко Н. Д., Чала А. Г., Твердохліб В. А.

ЕТНОКУЛЬТУРНІ КОНЦЕПТИ
УКРАЇНСЬКОГО ДІАЛЕКТНОГО ДИСКУРСУ.....12

Доброльожа Г. М.

КОДИФІКАЦІЯ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ АНТРОПОНІМІВ.....18

Жвава О. А., Зинякова А. А.

АКЦЕНТУАЦІЯ ІМЕННИКІВ ВІДДІЄСЛІВНОГО ПОХОДЖЕННЯ
ЧОЛОВІЧОГО РОДУ З СУФІКСОМ *-ЕЦЬ* 24

Жижома О. О.

ЛІНГВІСТИЧНА ПРИРОДА ОКАЗІОНАЛЬНОЇ НОМІНАЦІЇ
У ПОЕТИЧНОМУ ДИСКУРСІ ВАСИЛЯ СТУСА.....30

Калужинська Ю. В.

ФУНКЦІОНУВАННЯ НЕГАТИВНО-ОЦІННОЇ ЛЕКСИКИ
В ГАЗЕТНИХ ТЕКСТАХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ТЕМАТИКИ.....36

Костусяк Н. М.

ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАПЕРЕЧНОЇ СЕМАНТИКИ
В РОМАНІ В. ШКЛЯРА «ЧОРНИЙ ВОРОН»: ФУНКЦІЙНИЙ
ТА КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ ВИМІР.....41

Кочукова Н. І., Рябініна І. М.

ФУНКЦІОНУВАННЯ НОВОТВОРІВ З ІНШОМОВНИМИ КОМПОНЕНТАМИ
В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ.....47

Кулик О. Д.

ГЕНДЕРНО МАРКОВАНА ЛЕКСИКА ПРОФЕСІЙНОЇ СФЕРИ
У ЛЕКСИКОГРАФІЧНОМУ ВІДДЗЕРКАЛЕННІ
(НА ПРИКЛАДІ ФРАГМЕНТА СУМ-20) 54

Левченко Т. М.

ВПЛИВ ПОЗАМОВНИХ ЧИННИКІВ НА МОВУ
ЗАСОБІВ СУЧАСНОЇ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....60

Межов О. Г.

СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧНА Й ФОРМАЛЬНО-ГРАМАТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ
ПИТАЛЬНИХ РЕЧЕНЬ У КОНТЕКСТІ ЛІНГВІСТИЧНОГО СЬОГОДЕННЯ.....65

Овсієнко Л. М.

ТЕРМІН ЯК СКЛАДНИК РІЗНИХ ТЕРМІНОСИСТЕМ.....72

Приблуда Л. М.

ХУДОЖНІЙ ДИСКУРС: ПРОБЛЕМА ІНТЕРПРЕТАЦІЇ.....78

Юлдашева Л. П., Кобиліна Ю. М., Коломинська Т. Б. ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКІВ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	83
ГЕРМАНСЬКІ МОВИ	
Asgarova B. A. THE ROLE OF DISCOURSE MARKERS IN INFORMATION STRUCTURE.....	91
Беззубова О. О. ФУНКЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ НІМЕЦЬКОЇ ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЇ MDR У FACEBOOK	96
Бірюкова Д. В., Щербицька В. В. СПЕЦИФІКА ТЕМПОРАЛЬНОГО АРАНЖУВАННЯ АНГЛОМОВНИХ ПЕСТЛИВИХ ТЕКСТІВ ДЛЯ ДІТЕЙ	102
Борковська І. П., Карачун Ю. Г. КРИТЕРІЇ ТА КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЖАНРУ «ПЕРСОНАЛЬНИЙ БЛОГ».....	107
Боровська О. О., Сольська Т. М. ПАРТИЦИП У СИСТЕМІ НЕФІНІТНИХ ДІЄСЛІВНИХ ФОРМ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ.....	113
Євдокимова І. О., Савілова Л. В., Хапіна О. В. УСНІ АНГЛОМОВНІ ВІЙСЬКОВІ КОМАНДИ ЯК СКЛАДОВІ АВТОРИТАРНОГО ДИСКУРСУ.....	121
Зубач О. А. НІМЕЦЬКИЙ ПРОЗОВИЙ ШВАНК: ЛІНГВОКУЛЬТУРНА СПЕЦИФІКА.....	126
Ковальова Т. П., Хант Г. О. ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ МОВНОЇ ГРИ В РЕКЛАМНОМУ ТЕКСТІ	131
Козачишина О. Л., Малащук-Вишневська Н. В., Мосійчук А. В. КАТЕГОРІЯ ЧАСУ ЯК ЗАСІБ ТВОРЕННЯ ТЕКСТОВОГО СВІТУ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО ПОЛІФОНІЧНОГО РОМАНУ (на матеріалі роману Джонатана Сафрана Фоера «Everything is Illuminated»).....	139
Козяревич-Зозуля Л. В. ФАСЦИНАЦІЯ У TED TALK ВИСТУПАХ.....	145
Конопелькіна О. О. СТИЛІСТИЧНІ ДОМІНАНТИ АНГЛОМОВНИХ АВСТРАЛІЙСЬКИХ ПІСЕНЬ ДЛЯ ДІТЕЙ.....	151
Kosovych O. V., Kotovska T. I., Kulyk S. A. DIPLOMATIC COMMUNICATION. DISCOURSE ANALYSIS.....	156
Mishchenko T. V., Lutsenko O. V. RHETORICAL DEVICES OF PERSUASION IN JOE BIDEN'S SPEECHES.....	161
Мурадханян І. С., Гладкоскок Л. Г., Семен Г. Я. ЛЕКСИЧНІ ІННОВАЦІЇ В МУЗИЦІ.....	167
Нежива О. М. СПЕЦИФІКА ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ.....	172
П'єцух О. І. ДИСКРЕДИТАЦІЙНА ТАКТИКА КРИТИКИ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ БРИТАНСЬКИХ ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ДЕБАТІВ.....	176

Polishchuk G. V. GERMAN BORROWINGS IN ENGLISH IN THE EARLY 20 CENTURY (LEXICOGRAPHIC SURVEY).....	181
Прокоф'єв Г. Л. ІРОНІЯ ЯК КОНВЕНЦІЯ.....	187
Талавіра Н. М. НОВИННЕ ВИСВІТЛЕННЯ І НАВГУРАЦІЙНОЇ ПРОМОВИ ДЖ. БАЙДЕНА: МОДЕЛІ ВПЛИВУ НА АДРЕСАТА	196
РОМАНСЬКІ МОВИ	
Zhuk V. A. OVERCOMING BARRIERS IN INTERCULTURAL COMMUNICATION.....	201
Попова Н. М., Кузьменко Д. В. ЛІНГВОКОМУНІКАТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ ІСПАНОМОВНОЇ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ.....	208
Чистяк Д. О. МІФОПОЕТИЧНА КАРТИНА СВІТУ У ДРАМІ МОРІСА МЕТЕРЛІНКА «НЕПРОХАНА» (1890).....	214
ТЮРКСЬКІ МОВИ	
Ablâtif R. M. QIRIMLILARNIŇ TARİHİY VATANĖA KÜTLEVİY QAYTUVI DEVRİNDE TÜRKİYEDEKİ QIRIMLILAR CEMİYETLERİNİŇ NEŞİR VE MEDENİY FAALİYETLERİ (80NCİ SENELERNİŇ SOŇU – 2000NCİ YILLARNIŇ BAŞI).....	220
Ахмедова Э. М. СЕМАНТИКА ИМЕНИ <i>ХЫЗЫР</i> В АЗЕРБАЙДЖАНСКИХ НАРОДНЫХ СКАЗКАХ.....	228
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ.....	234

CONTENTS

UKRAINIAN LANGUAGE

Bortun K. O.

THE IMPERATIVE AS A SOURCE OF INSPIRATION
AND A MEANS OF IMPLEMENTING SUGGESTIVE TACTICS IN EXPRESSION.....1

Horosetska V. A.

CONCEPTOSPHERE OF RELIGIOUS DISCOURSE
(ON THE MATERIAL OF SERMONS OF THE UGCC CHAIRMAN S. SHEVCHUK) 7

Demchenko N. D., Chala A. G., Tverdokhlib V. A.

ETHNOCULTURAL CONCEPTS OF UKRAINIAN DIALECT DISCOURSE.....12

Dobrolyozha H. M.

CODIFICATION OF MODERN UKRAINIAN ANTHROPONYMS.....18

Zhvava O. A., Zyniakova A. A.

ACCENTUATION OF MASCULINE VERBAL NOUNS WITH SUFFIX *-ЕЦЬ* 24

Zhizhoma O. O.

LINGUISTIC NATURE OF OCCASIONAL NOMINATION
WITHIN POETICAL DISCOURSE BY VASYL STUS.....30

Kaluzhynska Yu. V.

FUNCTIONING OF NEGATIVE EVALUATION VOCABULARY
IN NEWSPAPER TEXTS OF SOCIO-POLITICAL TOPICS.....36

Kostusiak N. M.

MEANS OF IMPLEMENTATION OF NEGATIVE SEMANTICS
IN V. SHKLIAR'S NOVEL "BLACK CROW":
FUNCTIONAL AND COMMUNICATIVE-PRAGMATIC DIMENSION 41

Kochukova N. I., Riabinina I. M.

FUNCTIONING OF NEOLOGISMS WITH FOREIGN LANGUAGE COMPONENTS
IN MODERN UKRAINIAN LANGUAGE 47

Kulyk O. D.

OCCUPATIONAL GENDER-MARKED VOCABULARY
IN THE LEXICOGRAPHICAL REFLECTION (AS EXEMPLIFIED
BY AN EXTRACT FROM DUL 20).....54

Levchenko T. M.

THE INFLUENCE OF EXTRA LINGUISTIC FACTORS
ON THE LANGUAGE OF MODERN MASS COMMUNICATION.....60

Mezhov O. G.

SEMANTIC-SYNTACTIC AND FORMAL-GRAMMATICAL STRUCTURE
OF INTERROGATIVE SENTENCES IN THE CONTEXT
OF THE LINGUISTIC PRESENT.....65

Ovsiienko L. M.

TERM AS A COMPONENT OF VARIOUS TERM SYSTEMS.....72

Prybluda L. M.

ARTISTIC DISCOURSE: THE PROBLEM OF INTERPRETATION.....78

Yuldasheva L. P., Kobylina Yu. M., Kolomynska T. B.

PRAGMATIC FEATURES OF THE TITLES OF MODERN UKRAINIAN LITERATURE.....83

GERMANIC LANGUAGES

Asgarova B. A. THE ROLE OF DISCOURSE MARKERS IN INFORMATION STRUCTURE.....	91
Bezzubova O. O. FUNCTIONS OF INFORMATION ACTIVITY OF THE GERMAN TV AND RADIO COMPANY IN FACEBOOK	96
Biriukova D. V., Shcherbytska V. V. SPECIFICITY OF TEMPORAL ARRANGEMENT OF ENGLISH-LANGUAGE AFFECTIONATE TEXTS FOR CHILDREN.....	102
Borkovska I. P., Karachun Yu. G. CRITERIA AND COMMUNICATIVE-PRAGMATIC FEATURES OF THE PERSONAL BLOG GENRE.....	107
Borovska O. O., Solska T. M. PARTICIPLE IN THE SYSTEM OF NON-FINITE VERBAL FORMS IN CONTEMPORARY GERMAN.....	113
Yevdokimova I. O., Savilova L. V., Khapina O. V. ORAL ENGLISH MILITARY COMMANDS AS COMPONENTS OF AUTHORITATIVE DISCOURSE.....	121
Zubach O. A. GERMAN MERRY TALE: LINGUOCULTURAL SPECIFICITY.....	126
Kovalyova T. P., Khant G. O. MEANS OF LANGUAGE GAME IMPLEMENTATION IN THE ADVERTISING TEXT.....	131
Kozachyshyna O. L., Malashchuk-Vyshnevskaya N. V., Mosiichuk A. V. THE CATEGORY OF TIME AS A MEANS OF TEXTUAL WORLD CREATION IN A CONTEMPORARY ENGLISH POLYPHONIC NOVEL (based on the novel "Everything is Illuminated" by Jonathan Safran Foer).....	139
Koziarevych-Zozulya L. V. FASCINATION IN TED TALKS.....	145
Konopelkina O. O. STYLISTIC DOMINANTS OF THE ENGLISH-LANGUAGE AUSTRALIAN SONGS FOR CHILDREN	151
Kosovych O. V., Kotovska T. I., Kulyk S. A. DIPLOMATIC COMMUNICATION. DISCOURSE ANALYSIS.....	156
Mishchenko T. V., Lutsenko O. V. RHETORICAL DEVICES OF PERSUASION IN JOE BIDEN'S SPEECHES.....	161
Muradkhanian I. S., Hladkoskok L. H., Semen H. Ya. LEXICAL INNOVATIONS IN MUSIC.....	167
Nezhyva O. M. SPECIFICITY OF ECONOMIC TERMINOLOGY IN ENGLISH.....	172
Pietsukh O. I. DISCREDITATION CRITICAL TACTICS IN THE POLITICAL DISCOURSE OF THE UK PARLIAMENTARY DEBATES.....	176

Polishchuk G. V. GERMAN BORROWINGS IN ENGLISH IN THE EARLY 20 CENTURY (LEXICOGRAPHIC SURVEY).....	181
Prokofiev G. L. IRONY AS A CONVENTION.....	187
Talavira N. M. REPRESENTING J. BIDEN’S INAUGURAL IN NEWS TEXTS: MODELS OF INFLUENCE ON THE ADDRESSEE.....	196
ROMANIC LANGUAGES	
Zhuk V. A. OVERCOMING BARRIERS IN INTERCULTURAL COMMUNICATION.....	201
Popova N. M., Kuzmenko D. V. LINGUISTIC AND COMMUNICATIVE CHARACTERISTICS OF MODERN ONLINE-ADVERTISEMENTS IN SPANISH.....	208
Chystiak D. O. MYTHOLOGICAL WORLDVIEW IN THE PLAY ‘THE INTRUDER’ (1890) BY MAURICE MAETERLINCK.....	214
TURKIC LANGUAGES	
Ablâtifov R. M. PUBLISHING AND CULTURAL ACTIVITIES OF THE QIRIMLI ASSOCIATIONS IN TURKEY DURING THE MASS REPATRIATION OF THE QIRIMLI NATION TO THEIR HISTORICAL HOMELAND (THE END OF 80s – THE BEGINNING OF 2000s).....	220
Akhmedova E. M. THE SEMANTICS OF THE NAME KHIZIR IN AZERBAIJANI FOLK TALES.....	228
INFORMATION ABOUT THE AUTHORS.....	254

УКРАЇНСЬКА МОВА

УДК 811.161.2'37-92:004.432.2

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.1-1/01>**Бортун К. О.**

ПВНЗ «Європейський університет»

ІМПЕРАТИВ ЯК ДЖЕРЕЛО НАВІЮВАННЯ ТА ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ СУГЕСТИВНИХ ТАКТИК У ВИСЛОВЛЕННІ

У статті розглянуто засоби реалізації сугестивних тактик у висловленні за допомогою імперативних форм. Імператив як джерело навіювання реалізує вплив на відчуття та емоції людини, а через них – на її волю і розум.

Сугестивні тактики за допомогою форм імператива та символів, феноменів і образів використовують у комунікативні ситуаціях, у яких суб'єкт маніпулювання прагне, щоб об'єкт впливу сам визнав той чи інший вчинок, що йому навіюється, єдино правильним для себе. Зокрема вдаються не до засобів примушення, а до засобів переконання, які ґрунтуються на принципі сугестії.

Мета статті – дослідження особливостей імператива як джерела навіювання, встановлення кількості виявлених сугестивних виявів і тактик у висловленні.

У статті для відбору та інвентаризації фактичного матеріалу використано описовий метод із прийомами наскрізного виписування та систематизації. Джерельна база дослідження – 2000 одиниць. Її формують імперативні вияви навіювання, зафіксовані в публіцистиці останніх років, інтернет-виданнях.

На різних етапах дослідження використано статистичні методи для побудови репрезентативної вибірки дослідження, зокрема кількісних підрахунків – для вивчення відсоткового співвідношення основних ярусів сугестивних виявів і тактик у висловленні.

Маємо зазначити, що імператив має модифікаційні маркери спонукального значення та відповідне інтонаційне оформлення. Семантичні функції імператива й закономірності, й особливості обґрунтовують вживання цих форм у висловленнях у процесі мовного акту за допомогою сугестії.

У результаті дослідження з'ясовано, що найчастотнішим засобом реалізації сугестивних тактик імператива є «навішування ярликів», або стереотипізація, а найменш уживаними є візуальні графічні засоби реалізації навіювання.

Ключові слова: навіювання, імператив, сугестія, волевиявлення, стратегія, інтонаційне оформлення.

Постановка проблеми. У сучасному середовищі, здійснюється постійна взаємодія між інформацією, їх авторами та споживачами. Щороку комунікація відбувається надзвичайно стрімко, змінилися засоби реалізації її функцій: фіксуємо збільшення кількості тактик, прийомів й інструментів отримання інформації, оцінки подій і вчинків, які здійснює сугестія.

Саме тому навіювання (сугестія) є одним із найефективніших засобів втілення емоційної оцінки та її реалізації. Оцінка здійснюється непрямо: сугестія апелює до емоційно значущого феномена, ставлення до якого переноситься й явище, яке оцінюють. Р. Мун зазначає, що така оцінка

витонченою, непрямою, дистанційованою через кодування засобів спільних припущень і цінностей [12, с. 269].

Водночас імператив як функційно-семантична категорія має комплекс типів значень, зокрема твердження/заперечення, емоційна й якісна оцінка змісту висловлення і, природно, цільова настанова мовця. Імператив має модифікаційні маркери спонукального значення та відповідне інтонаційне оформлення. Семантичні функції імператива й закономірності, й особливості обґрунтовують вживання цих форм у висловленнях у процесі мовного акту за допомогою сугестії.

Аналіз досліджень. Функціонування сугестивних виявів у висловленні стали предметом дослідження в працях В. Горлачева (стратегія толерантності як модель світу толерантності), Зайцевої М. (персуазивність та сугестія в юридичному дискурсі), Л. Макарук (маніпулятивні стратегії реклами), Л. Конюхової (синтаксичні засоби сугестії в мові телереклами), Д. Калішук (реалізація сугестивних стратегій у концептуальних стилях), А. Кіклевича (функції та особливості сугестії), І. Луценко (вербальна комунікація працівників закладів дошкільної освіти з дітьми із сімей учасників антитерористичних операцій), С. Ніколаєнко (психологічні особливості сугестії), А. Тарасюка (сугестивні засоби в релігійному дискурсі), Л. Юдко (сугестивний дискурс толерантності електронних медіа). У нашій роботі розглядаємо імперативні висловлення як джерело навіювання та засіб реалізації сугестивних намірів і тактик у реченні.

О. Руда вважає сугестію (навіювання) одним із найдієвіших способів маніпуляції за рахунок того, що вона має латентний характер і не усвідомлюється реципієнтом, у якого складається враження самостійності формування об'єктивної думки щодо певного об'єкта або явища [10, с. 48].

І. Богданова зазначає, що основою довіри адресанта, дослухання до його думки є солідаризація автора та адресата оцінки на ґрунті спільної когнітивної бази, цінностей, національності. Адже реципієнт мимоволі оцінює описуваний предмет чи подію за пропонованим «шаблоном», тому зазвичай не усвідомлює здійснюваного сугестивного впливу на формування власної думки, що є одним із визначальних критеріїв ефективності застосування стратегії навіювання [1, с. 135].

Говорячи про природу сугестії О. Кіклевич зауважує, що «в системі текстових функцій сугестія належить до сфери функції керування, яка репрезентована декількома субфункціями, наприклад ілокутивною чи перлокутивною. Зокрема однією з них є медиативна функція, яка визначає спосіб, яким в повідомленні здійснює вплив на адресата. Вона має два значення: 1) раціональний вплив на адресата; 2) нераціональний вплив на адресата. Перше значення відповідає переконанню, а друге – навіюванню» [8, с. 375].

Загалом підтримуємо погляд Богданової І., що одним із найбільш ефективних і частотних способів здійснення сугестивного впливу є так зване «навішування ярликів», або стереотипізація, коли на описуване явище або подію переносять ознаки певного феномена й відповідно ставлення

до нього за допомогою імперативів, виражених словами-вигуками [1, с. 135]. Наприклад, *Гайда, покажемо їм кузькіну мати* (Дзеркало тижня. – 16.06.2017).

Мета статті – дослідження особливостей імператива як джерела навіювання, встановлення кількості виявлених сугестивних виявів і тактик у висловленні.

Виклад основного матеріалу. У статті для відбору та інвентаризації фактичного матеріалу використано описовий метод із прийомами наскрізного виписування та систематизації. Джерельна база дослідження – 2000 одиниць. Її формують імперативні вияви навіювання, зафіксовані в публіцистиці останніх років, інтернет-виданнях. На різних етапах дослідження використано статистичні методи для побудови репрезентативної вибірки дослідження, зокрема кількісних підрахунків – для вивчення відсоткового співвідношення основних ярусів сугестивних виявів і тактик у висловленні.

Вираз *кузькіна мати* актуалізує ситуацію наприкінці липня 1959 року під час Американської національної виставки, що відбувалась в Сокольниках, генсек ЦК КПРС Микита Хрущов пообіцяв віце-президенту США Ніксону показати загадкову «кузькіну мати», чим поставив у безвихідь світове співтовариство (<https://lenta.ua/ua/tag/kuzkina-mati-50469/>).

Феномен *кузькіна мати* позначає згрубіло-просторічний чи іронічний вираз, який позначає якінебудь погрози чи розправи. Можуть використовувати не обов'язково з наміром дійсно вчинити дію, загрозу, але лише попередити про її можливість.

Опозицію «своє – чуже» кваліфіковано в роботах різних гуманітарних напрямків як концепт, архетип, антиномія, дихотомія, однак ми розглядатимемо це протиставлення як архетипову бінарну опозицію (за А. Квакіним [7]). Як архетип протиставлення «своє – чуже» «працює на самоідентифікацію суспільства та нації» [7], визначає соціальну поведінку її представників та формує картину світу. Апеляція до них означає апеляцію до підсвідомості, тому вони мають чи не найсильніший вплив на реципієнта інформації. У стилістично забарвленому діалогічному мовленні, побудованому в формі прямої мови, фіксуємо вигуки, за допомогою яких закликають до певної дії, напр.: *А згодом до кожної творчої особистості з цього покоління з боку влади вироблятиметься індивідуальний підхід: слабодухих обробляли кнутом і пряником, славолюбних, отже, й піддатливих, обвішували*

орденами і преміями, упертих і неупокорених запроторювали в психушки (нелюдське покарання – майже на смерть), інших же посиляли спостерігати, як *«за Сибіром сонце сходить»*, гордих доводили до самогубства, неслухняних карали арештом їхніх книжок і заборонаю виступати в пресі, а на декого влада, раз-два тупнувши ногою, з притиском наказувала: *«Цить!»* (Українська правда. – 19.01.2016).

Народна пісня *«за Сибіром сонце сходить»*, який оспівує Устима Кармалюка, народного месника, який після повернення зі Сибіру продовжує захищати інтереси простих людей від багатіїв.

У наведеному уривку тексту автор використовує відомий вислів, який характеризує «знущання» над творчою особливістю з боку влади, зокрема були різні «шляхи» досягти прихильності до влади.

Для втілення вказаної тактики протиставлення «свого» і «чужого», що реалізують архетип «своє», є переважно національно-прецедентними за ступенем універсальності та питомо-українськими за походженням. Та створюють сприятливі умови для здійснення сугестивного впливу [1, с. 140].

Апеляцію до соціальних норм і моралі здійснювано через вживання в тексті прецедентних одиниць, що актуалізують особливо значущі емоційно навантажені ситуації або символи, які містять вияви кричущої соціальної несправедливості або жорсткого порушення моральних норм [1, с. 137]. Наприклад, *«Сьогодні саме ви є нащадками тих, хто боронив Україну від російської агресії сто років тому. Це велика честь і велика відповідальність, – сказав Президент. – Подивіться на ваше ліве плече, що там? Там – золотий тризуб. Точно такий же, що був на однострої офіцерів армії УНР. Це є і особлива честь, і знак наступності поколінь»*. (звернення Глави держави до випускників Національного університету оборони 31 березня 2017 року) <http://www.president.gov.ua/news/glavaderzhavi-vipusknikam-nacionalnogouniversitetu-oboroni-40682>

У наведеному уривку актуалізовано символ *золотого тризуба*, який був на однострої офіцерів армії УНР. Саме за їхньою допомогою здійснено сугестивний вплив для молодих офіцерів, які боронитимуть нашу державу та боротимуться із ворогом у майбутньому.

До того ж сугестивна тактика апеляції до авторитетного джерела може бути реалізована лише умовно, оскільки така апеляція має здійснюватися не приховано (що є властивим для прецедентних

одиниць), а експліцитно, щоб навмисне наголосити на авторитетності джерела, на яке посиляються [1, с. 137], напр.: *Щоб машина реформування, набравши швидкості, не розвалилася на чиновницькому бездоріжжі, журналісти, медіа-експерти розробили дорожні карти, що й стали орієнтирами в роботі. А пріоритетним стало правило «не нашкодь»* («Журналіст України» № 2, лютий, 2016, с. 20).

У наведеному реченні *«не нашкодь»* використано через апеляцію до вислова *«притит поп посере»*, який приписують Гіпократу, через інтертекстуальну згадку.

Тактику змішування фактів із міркуваннями про них зазвичай реалізовано через цілу сукупність художніх засобів, мета яких – створити певний образ, імідж ситуації, нав'язати реципієнтові авторську оцінку. У такому випадку частотним є вживання стилістично маркованої й емоційної лексики, а також аксіологічних одиниць [1, с. 138]. Наприклад, *Ми, розуміючи, до чого може призвести відмова тій чи іншій організації, приймаємо на сесії соломонове рішення: заборонити всім проводити в палаці будь-які заходи, окрім планових спортивних та святкових* (Україна молода. – 17.04.2008).

Вислів *соломонево рішення* використано як яскравий образ царя Соломона, що сприймається переважно позитивно. Загальний позитивний мудрого рішення, яке підійде усім, зможе задовольнити всі сторони.

У наведених двох прикладах сугестивний вплив здійснено за допомогою інфінітивних конструкцій із імперативним значенням, яким притаманна експресивність, що зумовлена певною мовною ситуацією. Значення імперативності ускладнене відтінками заборони або повинності.

Тактику категоричності подання інформації реалізовано передовсім на лексичному рівні за рахунок вживання специфічних модальних або «категоричних» мовних одиниць типу *однозначно, безсумнівно, не можна, варто, треба, категорично забороняється* тощо, що вживаються для тверджень, що не підлягають обговоренню й несуть у собі значний прагматичний потенціал [1, с. 140]. Наприклад, *«Сюди варто і треба їхати всім: і не тільки нам, бандерівцям, як нас називають, а це для нас звучить гордо, хоча й не сміємо себе порівнювати з цим вельмом українського народу»* («Журналіст України», №4 (395), 2015 с.30); *«Порівняйте: у нас написано, що 15 дітей загинуло, у них — що 15*

дітей врятовано. *От і все, про що варто зрозуміти: англійські журналісти показують, що люди в трагічній ситуації готові допомогти, підтримати тих, у кого біда.* («Журналіст України», №3, 2016, с. 39); «*Бі-Бі-Сі та «Аль Джазіра» роблять якісний продукт. Шукайте шоу у довгому журнальному стилі, що передбачає змістовні розповіді. Це трошки відрізняється від звичайних випусків новин. Подивіться програму «Переселенці» від «Громадське ТБ», як чудовий приклад роботи українських журналістів у такому стилі. Варто подивитися і міжнародний новинний канал VICE (Вайс)» («Журналіст України» №1, січень, 2016, с. 12).*

Маємо зазначити, що подібні висловлення набувають форми припису. Зокрема припис – це варіант інструкції, якому притаманні такі прагматичні чинники: джерело спонукання – законодавчий орган, соціальний інститут, мета – регулювати норми поведінки осіб, що належать до певної службової категорії [6, с. 17].

У нашій роботі дотримуємося широкого трактування поняття припису як категоричного спонукання, що функціонує в офіційно-діловій сфері (і не лише) спілкування. Наявність у цьому висловленні модального дієслова *варто* й *треба* зі значенням повинності й дієслова зі значенням конкретної дії вказує на спонукальну комунікативну настанову цього висловлення. Експлікована особа адресата являє собою службову категорію осіб, що дає змогу уточнити тип спонукальної настанови у висловленні й визначити її як припис.

Зворотня до тактики набуття категоричності, тактика евфемізації, або «згладжування» кутів полягає у вживанні таких мовних засобів, що сприяли би характеристиці інформації як неоднозначної, містили би вказівку на суб'єктивність авторського сприйняття й оцінки ситуації. Це може бути реалізовано через використання умовного способу дієслів, низки модальних слів або слів, лексичне значення яких не є конкретним [1, с. 140–141]. Наприклад, «*І ще про одне хотілося б сказати: «Енциклопедія Бердянська» видається російською мовою, і ніхто не закидає її авторам щодо відсутності патріотизму. Люди зацікавлені чекають кожного тому, не замислюючись, якою мовою видано. Отже захисту російська мова у такий спосіб, як це сьогодні відбувається в Україні, не потребує. Нам треба жити і творити мирну історію.*» («Журналіст України», № 2, 2015, с. 43); «*Нова мораль говорить: сильні мають відмовитися від свого домінування на користь слабких, бо вони вільні*

суб'єкти. Цим безсилість стає мірою «добра». Рабська мораль запроваджує тези про справедливість – покарання за непослух, а винагороду виносить у потойбіччя. Виникає фікція влади й переваги» («Український тиждень», № 41 (413) 16.-22.10.2015, с. 41); «*Можливо, вони вчора й робили не дуже правильні речі, але сьогодні вони готові виконувати нашу програму. Чому ні? Давайте працювати з ними. Давайте забудемо їхні вчорашні гріхи та працюватимемо на благо країни сьогодні. Тому що, повторюю, розумних надзвичайно мало,*» – роз'яснював журналістам альянс Жебрівський». («Український тиждень» №39 (411) 2-8.10. 2015, с. 9); «*Можливо на нас теж чекають великі зіткнення. Медіа в цьому сенсі відіграють дуже негативну роль. Тож давайте готуватися до найгіршого.*» («Український тиждень» №39 (411) 2-8.10. 2015, с. 11).

Останні два приклади виражають спонукання до дії, агенсом яких є група осіб, у яку входить мовець, що називають імперативом 1-ої ос. мн. або формою спонукання до спільної дії. Зокрема імперативні форми утворені поєднанням частки *давай / давайте* та інфінітива, що позначає каузовану дію. Маємо зазначити, що словосполучення «спільна дія» і «спонукання до спільної дії» були введені в термінологічний обіг В. Виноградовим [3, с. 482–483].

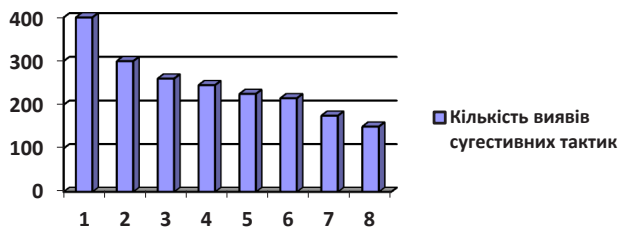
Якщо в лінгвістичній системі відсутнє граматичне протиставлення інклюзива /ексклюзива, то всі форми, які виражають спонукання групи осіб, до якої входить сам мовець (спонукання для «ми» – *я/ми з тобою/вами*), є інклюзивними, тобто мається на увазі, що адресат висловлення також входить до спонукальної групи. Така апріорна включеність адресата пов'язана з прототиповою імперативною ситуацією, у якій спонукуваною є 2-га ос., центральна для категорії імператива.

Спонукання групи «ми» можна розглядати як розширення прототипового імператива за рахунок включення мовця в ряд суб'єктів-виконавців дії («мовець має інтенцію здійснити деяку дію спільно з адресатом»), але при цьому значення «мовець спонукає адресата до вчинення дії» залишається. Ексклюзивне ж спонукання, яке передбачає активну дію 1-ої ос. (*я/ми з 3-ою особою/особами*) і пасивність 2-ої ос., репрезентовано лексичними засобами, зокрема розмовними частками *дай/давай*.

Загальна кількість виявлених сугестивних виявів і тактик – 2000 од. Як засвідчують наведені в діаграмі результати, найчастотнішим засобом

реалізації сугестивних тактик імператива є «навішування ярликів», або стереотипізація – 430 од., а найменш уживаними є візуальні графічні засоби реалізації навіювання – 150 од.

Діаграма 1. Засоби реалізації сугестивних тактик в імперативних висловленнях



1) «навішування ярликів», або стереотипізація	430 од.
2) опозиція «своє – чуже»	300 од.
3) апеляція до соціальних норм і моралі	260 од.
4) апеляції до авторитетного джерела	245 од.
5) тактика змішування фактів	225 од.
6) тактику категоричності подання інформації	215 од.
7) тактика евфемізації, або «згладжування» кутів	175 од.
8) візуальні графічні засоби реалізації навіювання	150 од.

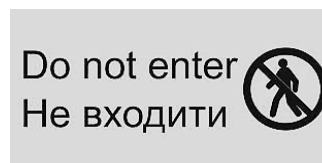
У нашій роботі окрім лінгвальних засобів сугестивного впливу було проаналізовано й візуальні графічні засоби реалізації навіювання. Адже вони мають сильніший потенціал та створюють новий механізм впливу [9, с. 154].

Маємо зазначити, що колір, зображення та додаткові спецефекти (варіювання шрифтом (розмір кеглю, насиченість тощо), зміна кольору, локація тексту), які є невід'ємними складниками ефекту навіювання в тексті, зокрема за допомогою імперативної інтенції. Бо самого тексту не достатньо, і потрібні ще паралінгвальні засоби. Наприклад, *«Ми свідомо уникали відчуття гуртожитку. Це втомлює, якщо до тебе хтось безконтрольно приходять, або ти ходиш у гості весь час. Точка відліку тут – стан самотності. Ти можеш залишитися наодинці. Можеш навіть вивісити на вікно умовний знак «до мене не заходити». Або «заходьте, мені погано без вас»»* («Країна» – 19.02.2010, №7) (https://gazeta.ua/articles/people-and-things_journal/_quotpokintekacariyu-ta-yidte-do-getmanschiniquot/327959)

У самому прикладі були відсутні наочні зображення, проте ми подали візуальні елементи, щоб продемонструвати, як можна посилити ефект сугестивного впливу на читача.



(https://www.google.comsearchq=%D0%B7%D0%B0%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%8C%D1%82%D0%B5&tbm=isch&ved=2ahUKEwjMoc73p7nqAhUBwAIHHVYuCggQ2cCegQIABAA&oq=%D0%B7%D0%B0%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%8C%D1%82%D0%B5&gs_lcp=CgNpbWcQAzIECCMQJzIECCMQJzICC)



(https://www.google.comsearchq=%D0%BD%D0%B5+%D0%B7%D0%B0%D1%85%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%B8&tbm=isch&ved=2ahUKEwiPyvufp7nqAhWC76QKHZ7YC-YQ2cCegQIABAA&oq=%D0%BD%D0%B5+%D0%B7%D0%B0%D1%85%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%B8&gs_lcp=CgNpbWcQAzI)

Наведені зображення наочно демонструють домінування паралінгвальних модусів над лінгвальними в аналізованому прикладі. Зауважимо, що й інша частина зображення містить також вербальні складники. Використання англійської фрази «do not enter», перекресненого знаку та інфінітива в формі імператива, який забороняє чинити дію, зокрема входити. Жовтий колір символізує увагу, проте колір привертає увагу реципієнта, змушує зосередитися на інформації та детально її запам'ятати.

Інший приклад, навпаки, виконано на білому та ніжно-персиковому фоні, які вважають теплими та активно використаними в домашньому господарстві. Фіксуємо також й імперативну форму 2-ї ос. мн. *заходьте* поєднану з пом'якшеним елементом *будь ласка*, що виконує функцію м'якого запрошення до дії. Невимушеність цього запрошення не може залишити байдужим, цей факт не змушує, а невимушено спонукає до дії.

Висновки. Отже, висловлення, які містять імперативну інтенцію, є джерелом навіювання та засобом реалізації сугестивних тактик у комунікативному акті. Вони постають своєрідним

наративом, який здійснює вплив на споживачів інформації за допомогою маніпулятивних сигналів задля досягнення бажаної результатів, реакції або дії. Цей результат досягається за рахунок використання сугестивних тактик, які використовують феномени, прецедентні оди-

ниці, апелюють до відомих образів або символів. Водночас окрім суто сугестивних тактик ефект навіювання було створено за допомогою маркерів імператива, використання волюнтаривної семантики й морфологічних і неморфологічних імперативних форм.

Список літератури:

1. Богданова І. В. *Сугестивний потенціал прецедентних одиниць в українському медійному дискурсі початку ХХІ ст.* (Дис. канд. філол. наук). Донецький нац. ун-т, В. 2016. 191 с.
2. Бортун К. О. *Структурно-семантичні типи та функції імперативних висловлень у публіцистичному і офіційно-діловому стилях* (Автореф. дис. канд. філол. наук). Черкаський нац. ун-т ім. Б. Хмельницького, Ч. 2019. 20 с.
3. Виноградов, В. В. *Русский язык (Грамматическое учение о слове)*. М. 2001. 719 с.
4. Зайцева М. Ознаки персуазивності та сугестії в юридичному дискурсі. *Psycholinguistics*, 23(2), 2018. С. 81–94. doi: 10.5281/zenodo.119913
5. Каліщук Д. Психолінгвальні засоби реалізації сугестивних стратегій як маркери концептуальних стилів Президентів США Дж. Буша мол. і Б. Обама. *Psycholinguistic*, 23(2), 2018, С. 107–120. doi: 10.5281/zenodo.1199146
6. Калюжная В. В. *Характеристики английского стиля официально-делового изложения*. Автореф. дисс. канд. филол. наук. Киевский гос. пед. ин-т иностранных языков. 1977, К. 25 с.
7. Квакин А. В. *Архетип, ментальность и оппозиция «свой – чужой» в контексте истории* [Електрон. ресурс]. Режим доступа: <http://www.kvakin.ru/Documents/mif.pdf>
8. Киклевич А. *Притяжение языка*. Том 1: Семантика. Лингвистика текста. Коммуникативная лингвистика. 2007, Olsztyn. 396 с.
9. Макарук Л. Паралінгвальні засоби як механізми впливу та маніпуляції в сучасному англomовному мультимодальному рекламному дискурсі *Psycholinguistics*. 2018, 23(2), С. 148–164.
10. Руда О. Г. (2012) *Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі*. 2012, К. 232 с.
11. Dondis D. A. *A Primer of Visual Literacy*. Cambridge, MA: The MIT Press, 1998, 194 p.
12. Moon R. *Fixed Expressions and Idioms in English: A Corpus-Based Approach*. Oxford: CLARENDON PRESS, 1998. 340 pp.

Bortun K. O. THE IMPERATIVE AS A SOURCE OF INSPIRATION AND A MEANS OF IMPLEMENTING SUGGESTIVE TACTICS IN EXPRESSION

The article considers the means of realization of suggestive tactics in expression with the help of imperative forms. The imperative as a source of suggestion has an impact on the feelings and emotions of man, and through them – on his will and mind.

Suggestive tactics with the help of imperative forms and symbols, phenomena and images are used in communicative situations in which the subject of manipulation seeks that the object of influence itself recognizes one or another act that is suggested to him, the only right thing for himself. In particular, they do not resort to means of coercion, but to means of persuasion, which are based on the principle of suggestion.

The purpose of the article is to study the features of the imperative as a source of suggestion, to establish the number of identified suggestive manifestations and tactics in expression.

The article uses a descriptive method for the selection and inventory of factual material with the techniques of end-to-end writing and systematization. Source base of research – 2000 units. It is formed by imperative manifestations of suggestion, recorded in the journalism of recent years, online publications.

At different stages of the study, statistical methods were used to build a representative sample of the study, in particular quantitative calculations – to study the percentage of the main tiers of suggestive manifestations and tactics in expression.

It should be noted that the imperative has modifying markers of motivational meaning and appropriate intonation design. The semantic functions of the imperative and regularities, and features justify the use of these forms in utterances in the process of speech act with the help of suggestion.

The study found that the most common means of implementing suggestive tactics of the imperative is “hanging labels”, or stereotyping, and the least used are visual graphic means of suggestion.

Key words: suggestion, imperative, suggestion, expression of will, strategy, intonation design.

Городецька В. А.

Криворізький державний педагогічний університет

КОНЦЕПТОСФЕРА РЕЛІГІЙНОГО ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ ПРОПОВІДЕЙ ГЛАВИ УГКЦ С. ШЕВЧУКА)

У статті акцентовано на дискусійному характерові потрактування поняття «релігійний дискурс»; визначено основні підходи до його розуміння; наголошено на необхідності лінгвокультурологічного його дослідження з використанням елементів концептуального аналізу, актуалізації теоретичних положень щодо класифікації моделей релігійного дискурсу та усуненні протиріч у витлумаченні жанру проповіді як різновиду релігійного дискурсу загалом. Окреслено актуальність проблеми опису жанрової специфіки проповідей Глави Української греко-католицької церкви Святослава Шевчука, які ще не були предметом наукового лінгвістичного обговорення. Констатовано основні стратегії й тактики подачі матеріалу автором, визначено тематику матеріалу, систему презентованих релігійних та загальнолюдських цінностей, які сформували концептосферу проповідей у цілому. Маніфестовано тезу, що проповіді С. Шевчука являють собою жанровий синтез публіцистичної промови з елементами роз'яснювального (екзегетичного), повчального (парентетичного) проповідування. У статті виокремлено систему базових концептів, класифіковано макро- («Свобода») й мікроконцепти («Гідність», «Надія», «Любов», «Служіння») концептосфери дослідженого матеріалу, реконструйовано їхню змістову структуру. Спостережено прояв семантичної антонімічної дихотомії концептів польової організації лексики проповідей, наприклад, для макроконцепту «Свобода»: «свобода як доброчинність – несвобода як перебування у полоні зла». У виявлених мікроконцептах також названо протиставлення позитивних та негативних характеристик. Констатовано, що загальнолюдські моральні цінності формують концептосферу мовної картини світу проповідника. Проповіді С. Шевчука кваліфіковано як релігійно-філософський, культурологічний, психологічний, публіцистичний дискурс, мета якого полягає у формуванні високоморального громадянина, патріота своєї держави, донесенні до людини вічних істин, за якими вона будуватиме своє духовне життя.

Ключові слова: концепт, концептосфера, повчальна (парентетична) проповідь, публіцистична проповідь, релігійний дискурс, роз'яснювальна (екзегетична) проповідь.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими практичними завданнями. У сучасному суспільстві однією з ключових залишається релігійна світоглядна позиція, а церква як соціальна інституція відіграє важливу роль у її формуванні, позиціонує себе носієм моральних та етичних цінностей, які є критеріями праведної поведінки для пастви, мірилом загальнолюдських уявлень про доброчесність, що системно впливають не тільки на життя пересічних людей, а й на політичні, економічні, культурні, ідеологічні переконання функціонуючих державних утворень. Церковні діячі проповідують Слово Боже, впливаючи на раціональне через емоційне, і власними дискурсивними практиками створюють релігійну картину світу носіїв мови, яка являє собою частину загальнонаціональної мовної картини.

У науковій лінгвістичній традиції сформовано декілька підходів до потрактування релігійного дискурсу:

- 1) жанрово-стилістичний, відповідно до якого релігійну мову розглядають як функціональний стиль української мови;
- 2) лінгвокультурологічний з використанням концептуального аналізу;
- 3) комунікативний з опорою на теорію мовленнєвих актів;
- 4) лексикографічний з акцентами на лексиці, семантиці, фразеології та етимології релігійної мови.

Активізація вивчення саме комунікативно-культурного різновиду дискурсу стало об'єктом лінгвістичних досліджень останніх десятиліть, що зумовлено, на нашу думку, бажанням з'ясувати вербальні стратегії й тактики побудови різних за жанровою приналежністю релігійних дискурсів. Ми поділяємо думку Н. Одарчук і Н. Приварської щодо такого розуміння явища і вважаємо, що релігійний дискурс – «це органічна єдність усіх мовленнєвих актів, зміст яких відносять до сфери

релігії, ситуативного та культурного контекстів, у яких здійснюються ці мовленнєві акти, а також єдність усіх зафіксованих текстів релігійного змісту» [6, с. 45].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За останнє десятиліття оприлюднено наукові праці, присвячені жанру проповіді, що свідчить про активізацію уваги науковців до релігійного дискурсу загалом та окремих його жанрів зокрема. Філософське підґрунтя досліджуваного феномену закладено Ю. Мельничуком, який з'ясував функціональну, світоглядну, герменевтичну сутність та соціальну значущість проповіді [4]. Виявлення лінгвального інтертекстуального коду проповідей, виголошених українською, англійською та російською мовами, розкрито в роботах О. Ляшко [3]. Власне лінгвістичні студії висвітлюють явище в різних вимірах, що зумовлено, на нашу думку, його мовною багатоаспектністю. Так, П. Спасенко здійснила огляд сучасного стану дослідження релігійних текстів в українському мовознавстві, окресливши основні проблеми сучасної релігіє-лінгвістики, як-от: лінгвіокультурологічний аналіз релігійних концептів; релігієзнавчий, філософський, теологічний контексти реалізації дилеми «антропоцентризм – теоцентризм»; роль мовної особистості у презентації релігійної картини світу; статус та диференціація релігійної мови, релігійної комунікації, релігійного дискурсу тощо [9].

Історії формування проповіді як жанру релігійного дискурсу присвячено низку дисертаційних розвідок таких мовознавців:

1) Ю. Кот, який вивчає історію становлення морально-духовного жанру Різдвяної проповіді у соціокультурному контексті, акцентуючи увагу на комунікативній спрямованості та паралінгвістичних засобах впливу на слухачів; виголошуючи думку про те, що за стилем такий різновид проповіді тяжіє до публіцистичного мовлення [2];

2) Ю. Олешко, яка дослідила староукраїнську проповідь XVII ст. в комунікативно-когнітивному аспекті [7];

3) М. Смирнова, яка розглянула стратегічні параметри православної проповіді XX ст., проаналізувавши її лексико-семантичні, синтаксичні й комунікативно-дискурсивні характеристики, запропонувала нову методику аналізу загальних і спеціальних стратегій і тактик побудови православної проповіді [8].

У сучасних наукових розробках представлено лінгвістичне осмислення проповідей із урахуванням їхньої проблематики, тенденцій розвитку [1]; фонетичні, лексичні, фразеологічні та граматичні

засоби вираження експресії сучасної проповіді; лінгвостилістичний аналіз мовлення проповідників, зокрема архієпископа Ігоря (Ісиченка), митрополита Димитрія (Рудюка), Іларіона (Огієнка), патріарха Філарета (Денисенка), протоієреїв Петра (Дмитрука), Богдана (Якіма) [10]; А Радівіловського [5] та ін. Серед презентованих дефініцій поняття «релігійна проповідь» найбільш влучним є визначення В. Яригіної: «Проповідь розглядається нами як мовний жанр – експлікатор релігійного стилю – і як мовленнєвий жанр, що є однією з базових одиниць релігійної комунікації, релігійного дискурсу, який, подібно до деяких інших жанрів (академічна лекція, наукова доповідь тощо) можна прирівняти до окремого дискурсу. Жанр проповіді є своєрідним симбіозом комунікативної лінгвістики, стилістики й риторики, де особливе місце належить використанню експресивних засобів, що зумовлює необхідність оволодіння священиком основними складовими комунікативної компетенції й принципами ораторського мистецтва» [10, с. 15].

Огляд сучасних лінгвістичних розвідок із зазначеної проблеми засвідчив ґрунтовне висвітлення загальнотеоретичних засад релігійного дискурсу загалом і жанру проповіді зокрема. Однак аналізу мовлення окремих православних проповідників, особливо наших сучасників, присвячено поодинокі студії. Залишається відкритим питання аналізу зразків дискурсивних проповідницьких практик, які потребують системного вивчення в аспекті презентації власної індивідуально-авторської мовної картини світу, її концептосфери. Серед таких постатей, на наше глибоке переконання, вирізняється Глава Української греко-католицької церкви Святослав Шевчук. Дослідження його мовлення не було предметом вивчення сучасних лінгвістів, у чому і полягає **актуальність** нашої роботи.

Постановка завдання. Мета запропонованої статті полягає у характеристиці концептосфери релігійних проповідей Глави УГКЦ Святослава Шевчука. Сформульована мета передбачає розв'язання часткових **завдань**:

- 1) окреслити базові концепти проповідей;
- 2) визначити систему макро- й мікроконцептів концептосфери проповідей С. Шевчука;
- 3) реконструювати змістову структуру аналізованих концептів.

Виклад основного матеріалу. У сучасній лінгвістиці актуальним залишається лінгвокультурологічний підхід до вивчення специфіки реалізації мовних систем у мовленнєвій практиці носіїв

мови, які вербально декларують власні морально-етичні та естетичні переконання, світоглядні позиції, зумовлені типом мислення, рівнем освіченості, особистісним життєвим досвідом, впливом сформованих у суспільстві традицій, психологічними установками, перебуванням у певній геополітичній ситуації тощо. Іншими словами, науковців цікавить індивідуально-авторська мовна картина світу, в якій природно віддзеркалюється загальнонаціональний мисленнєвий і психологічний тип, загальноетнічні духовні цінності, код свідомості нації. Безумовно, що найбагатші картини світу презентовано в мовленні майстрів художнього слова, які наділені надзвичайним талантом бачити в повсякденному надзвичайне, які крізь індивідуальні метафоричні образи позиціонують власне підсвідоме як художній варіант підсвідомого народу.

Не менш важливим є лінгвістичне дослідження мовлення проповідників, які під час релігійного спілкування загалом і храмового богослужіння зокрема доносять до людини вічні істини, за якими вона будуватиме власне життя. Відповідно індивідуальна картина світу отців церкви формує переконання не тільки релігійної верстви населення, а й суспільства в цілому. Найкращі проповіді релігійної, лінгвофілософської, соціолінгвістичної, лінгвополітичної, лінгвокультурологічної тематики роз'яснюють традиційні релігійні тексти, впливають на соціум, виховуючи його, викладають уроки моралі та формують стратегію і тактику соціальної поведінки, відповідаючи на сучасні виклики, що виникають у житті. Мовна картина світу особистості проявляється через систему концептів (концептосферу), що має ключовий характер для розуміння глибинної сутності презентованої думки, зашифрованого послання пастві. Тому аналіз мовлення С. Шевчука в такому аспекті дозволить усвідомити світ проповідника як неповторну екзистенцію його духу, філософсько-культурологічний зріз буття.

Аналіз мовного матеріалу засвідчив, що ключовим концептом проповідей С. Шевчука є макроконцепт «Свобода», який реалізовано відповідними частковими мікроконцептами: «Гідність», «Надія», «Любов», «Служіння». Свобода особистості усвідомлюється як її гідність, що окреслена такими поняттями: *вроджений дар* (5); *доброчинність* (5); *духовне багатство* (2); *звільнення від зла* (5); *повага до людей* (5), *покаяння* (1); *самовладність* (5); *сила* (2). Гідна людина сприймається Богом, звільняється від гріха помилок, а відповідно, є вільною, оскільки чинить добро, допомагає іншим людям: *Господь приймає*

людину, тішитися, коли вона кається, звільняє її з від гріха, повертає їй назад гідність Божого всиновлення (1). Простежено антонімічну дихотомію позитивних і негативних характеристик поняття «гідність»:

1) гідна людина – добродій / відсутність гідності – життя без одягу й хати, в ланцюгах і кайданах серед пустелі (5);

2) духовне багатство / бідність не через відсутність матеріальних ресурсів, а насамперед через духовне зубожіння, що передбачає низький рівень освіти, культурну бідність в мові, перебування у полоні власних пристрастей (5);

3) повноцінні людські стосунки / самотність (5);

4) повага до людей, допомога іншим / пропаганда культури відчуження (5).

Духовне виродження сприймається як *убогість* (*убогий чоловік, убога жінка*), *неволя, руйнація життя, біда, приниження людини, горе, скорбота, страждання*. Життя без гідності, її зневага подібні до існування тварини. Важливою є здатність захистити гідність силою: *«Господь Бог <...> до нас приходить, <...> щоб нам показати, що доки ми з Ним, доки знаємо свою гідність, яку Він нам відкриває, і готові її обстоювати, доки цінуємо її більше за гроші, посади чи інші обставини, – доти ми непереможні. Гідні люди мають потужну силу, щоб захистити свою гідність»* (2).

Особиста свобода не можлива без свободи держави, яка потребує відданої праці. Тому мікроконцепт «Служіння» представлено такими складовими: *служіння Батьківщині, народобудівництво, рух народу до свободи, здійснення життєвої місії, віра: Будьте служителами для своєї Батьківщини. Ми бачимо, що довкола нас є багато тих, що хочуть панувати над нашим народом, використовувати його для особистого успіху, часто егоїстичного та руйнівного і для держави, і для самого нашого народобудівництва. Натомість мало тих, які б, за словами митрополита Андрея Шептицького, «довголітньою муравлиною працею»* (*Слово до молоді, 1932*) *працювали над рухом нашого народу вперед до пасхальної свободи* (1).

У межах мікроконцепту «Служіння» виявлено протиставлені тематичні поля лексики: *служіння* (1), *пошук добра для ближнього* (1), *вияв животворної любові* (1) / *власна вигода та компенсація* (1), *особиста слава* (1).

Розглянемо виокремлені тематичні поля лексики в мікроконцептах.

Мікроконцепт «Надія» реалізовано такими поняттями: *обстоювання незалежності дер-*

жави (2), побудова мережі людських стосунків (2), активна співпраця (2), віра у перемогу (2), подолання страхів і тривог (2), наповнення суспільства новими духовними цінностями (2), подолання розгубленості молодого покоління (2), окреслення перспектив розвитку (2).

Мікроконцепт «Любов» : любов до народу (3), любов до Батьківщини (3), сім'я як союз чоловіка й жінки (3), довіра в родині (3), захист гідності людського життя (3), любов до дитини (4). Так, наприклад інституція сім'ї у суспільстві сприймається первинною школою життя, простором існування Бога, який є світлом, джерелом життя, розуміння, надії і спасіння. Бог є джерелом перемоги над злом, а свобода – це Бог-визволитель. Віруюча людина зі сформованою системою морально-етичних переконань є вільною людиною, переможцем, через віру єднається з Богом, набуває свободу.

Можна стверджувати, що в оприлюднених дискурсивних практиках С. Шевчук позиціонує себе як філософ, педагог, психолог та публіцист. У філософській концепції викладено власне бачення свободи, яка, на його думку, ґрунтується на сформованому відчутті людської гідності, що являє собою діалектичну єдність особистої свободи, яка може бути проявлена в родині, стосунках, любові до ближнього, чоловіка до жінки, дорослих до дітей, та свободи держави: *<...> погляньмо на себе, на свою родину, Україну не тільки з перспективи нашого сучасного стану, який, можливо, нікого з нас не задовольняє, а з перспективи надії і віри Бога в себе самого, у своє вміння, власну мудрість, силу, здатність не руйнувати, а будувати наше суспільство, державні інституції, нашу вільну і незалежну Україну* (4). У цьому сенсі декларація свободи через гідність суголосна з актуальними тенденціями і напрямками сучасної філософської думки, зокрема вираженої у працях Д. Донеллі, М. Дювеля, М. Ріделя, А. Сена, Ю. Хабермаса та ін.

С. Шевчук як публіцист продукує виступи, що спрямовані на широке коло слухачів, готових сприймати актуальну суспільну інформацію про захист справедливості, народу, Батьківщини. Автор подає складні теологічні та філософські тези популярно, доступно і просто, впливаючи на аудиторію і переконуючи її у правомірності пропонованих оцінок, скеровуючи на ті стратегії і тактики суспільного й особистого життя, які приведуть споживача інформації до обрання правильного життєвого шляху. І в цьому С. Шевчука можна назвати тонким психологом і талановитим педагогом.

Висновки і пропозиції. Узагальнюючи, зауважимо, що в сучасній вітчизняній лінгвістиці проблема дослідження релігійного дискурсу набула особливої актуалізації, оскільки руйнування авторитарної держави сприяло утворенню на пострадянському просторі ідеологічних лакун, які природно змістовно наповнилися іншою системою цінностей. Зрозуміло, що цю функцію виконала традиційна для християнського світу система загальнолюдських морально-етичних постулатів, які декларуються церквою і формують у суспільстві християнську мовну картину світу. Дискурсивні практики служителів культу створили підґрунтя для мовознавців проаналізувати не тільки сутність багатоаспектного поняття «релігійний дискурс», але й звернутися до студіювання жанрового його розмаїття. У нашій роботі ми дотримуємося тієї наукової позиції, що релігійний дискурс являє собою комунікативно-культурне мовленнєве явище. Серед основних його жанрів важливу роль відіграє християнська проповідь, яка в наукових джерелах потрактована з філософської, соціокультурної, лінгвокультурологічної та власне лінгвістичної позиції. Ми дійшли висновку, що проповідь є базовою одиницею релігійної комунікації, що стала предметом вивчення таких наук, як лінгвістика, стилістика та риторика, і вперше проаналізували проповідницьку дискурсивну практику Глави УКГЦ С. Шевчука в лінгвокультурологічному аспекті із залученням елементів концептуального аналізу, що дозволило відтворити фрагмент індивідуально-авторської мовної картину світу. Декларовано, що проповіді, які піддалися студіюванню, являють собою симбіоз релігійного та філософського, історичного, політичного, психологічного, публіцистичного дискурсів, їх можна кваліфікувати за жанровою приналежністю як роз'яснювальні (екзегетичні), виховні (парентетичні), тематичні (панегіричні) проповіді. Концептосфера мовної картини світу С. Шевчука окреслена макроконцептом «Свобода», що реалізований мікроконцептами «Гідність», «Надія», «Любов», «Служіння», які дозволяють шляхом подачі системи морально-етичних цінностей сформулювати стратегію поведінки парафіян і виховати національно свідому особистість з активною громадянською позицією.

На нашу думку, у подальших наукових розвідках необхідно ґрунтовно, системно та всебічно висвітлити питання просторово-часового континууму проповідей С. Шевчука, їхню інтертекстуальність, композиційну побудову, визначити роль історичних екскурсів та функції тематичного поля «Персоналії».

Список літератури:

1. Бабанина А. С. Лингвистическое осмысление речевого жанра православной проповеди: подходы, проблематика, тенденции. *Молодий вчений*, 2015. № 3(1). С. 102–109.
2. Кот С. О. Дискурсний аналіз проповіді як морально-духовного жанру словесності (на матеріалі православної Різдвяної проповіді) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.02. Київ, 2006. 20 с.
3. Ляшко О. В. Інтертекстуальність православної проповіді: таксономія і функції (на матеріалі англійської, російської та української мов) : дис. ... д-ра філос. наук : 035. Київ, 2020. 267 с.
4. Мельничук Ю. І. Тенденції та перспективи розвитку проповіді в українському православ'ї. *Вісник Житомирського державного університету : Філософські науки*. Житомир, 2012. Вип. 61. С. 62–70.
5. Ніка О. І. Діалектне маркування українських проповідей А. Радивиловського. *Діалекти в синхронії та діахронії: загальнослов'янський аспект*: зб. наук. праць. Київ, 2014. С. 371–375.
6. Одарчук Н. А., Приварська Н. П. Структурно-функціональні особливості релігійного дискурсу. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. Розділ І. Дискурсознавство. 2008. № 5. С. 44–48.
7. Олешко Ю. Л. Староукраїнська проповідь XVII століття в комунікативно-когнітивному вимірі : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Київ, 2016. 211 с.
8. Смирнова М. С. Проповідь у релігійному православному дискурсі XX століття : лінгвопрагматичний аспект : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15. Маріуполь, 2016. 271 с.
9. Спасенко П. В. Релігійна лінгвістика в Україні : сучасний стан та перспективи розвитку. *Studia Linguistica*. Київ, 2013. Вип. 7. С. 121–128.
10. Яригіна В. В. Мовні засоби вираження експресії в жанрі сучасної проповіді : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Харків, 2012. 20 с.

Список використаних джерел:

1. Шевчук С. Проповідь з нагоди випускних рочистостей магістрів УГЦУ. URL: http://ugcc.ua/articles/propovid_blazhennishogo_svyatoslava_z_nagodi_vipusknih_rochistostey_magistriv_uku_95596.html
2. Шевчук С. Проповідь в неділю Закхєя. URL: http://ugcc.ua/articles/propovid_blazhennishogo_svyatoslava_u_nedilyu_pro_zakheya_95594.html
3. Шевчук С. Проповідь у свято Собору Пресвятої Богородиці. URL: http://ugcc.ua/articles/propovid_blazhennishogo_svyatoslava_u_svyato_soboru_presvyatoi_bogoroditsi_95365.html
4. Шевчук С. Проповідь у свято Різдва Христового. URL: http://ugcc.ua/articles/propovid_blazhennishogo_svyatoslava_na_svyato_rizdva_hristovogo_95355.html
5. Шевчук С. Проповідь у Патріаршому соборі на четверту неділю посту. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tcJEKkHhKOs>

Horosetska V. A. CONCEPTOSPHERE OF RELIGIOUS DISCOURSE

(ON THE MATERIAL OF SERMONS OF THE UGCC CHAIRMAN S. SHEVCHUK)

The article emphasizes the debatable nature of the interpretation of the concept of “religious discourse”; the basic approaches to its understanding after defined; the need for linguistic and cultural studies using elements of conceptual analysis, updating theoretical provision on the classification of models of religious discourse and eliminating contradictions in the interpretation of the genre of preaching as a kind of religious discourse in general. The urgency of the problem of describing the genre specifics of the sermons of the Head of the Ukrainian Greek-Catholic Church Sviatoslav Shevchuk, which have not yet been the subject of scientific linguistic discussion, is outlined. The main strategies and tactics of the author's presentation of the material are stated, the subject of the material is determined, the system of presented religious and universal values, which formed the conceptosphere of sermons is general. The thesis was manifested that S. Shevchuk's sermons are a genre synthesis of journalistic speech with elements of explanatory (exegetical), instructive (parenthetical) preaching. The article highlights the system of basic concepts, classifies macro- (“Freedom”) and microconcepts (“Dignity”, “Hope”, “Love”, “Service”) conceptosphere of the studied material, reconstructs their content structure. There is a manifestation of the semantic antonymous dichotomy of the concepts of field organization of the vocabulary of sermons, for example, for the macroconcept of “Freedom”: “freedom as charity – lack of freedom as a prisoner of evil”. The identified microconcepts also name the opposition of positive and negative characteristics. It is stated that universal moral values form the conceptosphere of the linguistic picture of the preacher's world. S. Shevchuk's sermons are qualified as religious-philosophical, culturological, psychological, journalistic discourse, the purpose of which is to form a high moral citizen, patriot of his state, to convey to man eternal truths on which he will build his spiritual life.

Key words: concept, conceptosphere, instructive (parenthetical), sermon, journalist sermon, religious discourse, explanatory (exegetical) sermon.

Демченко Н. Д.

КЗ «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» Харківської обласної ради

Чала А. Г.

КЗ «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» Харківської обласної ради

Твердохліб В. А.

КЗ «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» Харківської обласної ради

ЕТНОКУЛЬТУРНІ КОНЦЕПТИ УКРАЇНСЬКОГО ДІАЛЕКТНОГО ДИСКУРСУ

У статті проаналізовано антропоцентризм і дискурсоцентризм сучасних наукових досліджень, зокрема виникнення нових мовознавчих дисциплін. Закцентовано на процесах концептуалізації зовнішнього й внутрішнього світу людини, розпредмечування ментального світу, закріпленого мовними знаковими формами.

Висвітлено імена провідних дослідників концептуальної картини світу як фрагмента концептосистеми, що представляє інтернаціоналізований людиною або етносом світ. Описано складники концептуальної картини світу – науковий, релігійний, художній, метафізичний тощо. Аргументовано засвідчено кілька дефініцій концепту, що здебільшого не суперечать, а доповнюють одна одну.

Центром уваги наукової розвідки є мовний образ світу українців – носіїв різних говірок, узаємозв'язок мови й менталітету, мови та культури, а також відображення культури та національного світосприйняття в мові. Пропонується різноаспектне висвітлення етнокультурних концептів в українській мовній картині світу з урахуванням новітніх досягнень когнітивної лінгвістики. Виокремлено культурно значущі концепти за ступенем їх вагомості в культурі народу. Описано критерії виокремлення цих концептів. Пропонується аналіз способів мовної об'єктивізації колективних уявлень українців про етнічно-культурний світогляд, репрезентований мовними формулами. З'ясовано, що на сьогодні немає замкненої остаточної множини лінгвоментальних конструктів, однак виявлено найбільш релевантні етнокультурні концепти: воля, доля, родина, земля, праця, дім, місто. Висловлено міркування щодо дослідження етнокультурних концептів у діалектному дискурсі як найбільш акумулятивному ментальному матеріалі. Описано потребу доведення припущення про здатність етнічно-культурної приналежності носіїв певної говірки впливати на формування мовної свідомості сучасних українців, що реалізується в мовних одиницях. Визначено перспективи подальших наукових розвідок.

Ключові слова: концепт, етнокультурний концепт, діалектний дискурс, культурно значущі концепти, концептосфера, концептуальна картина світу.

Постановка проблеми. Упродовж останніх десятиліть спостерігається активізація наукової уваги до тих явищ і процесів, що тісно пов'язані з людським чинником. Це насамперед зумовлено антропоцентризмом і дискурсоцентризмом сучасних наукових парадигм, зокрема й лінгвістичної. Наслідком розробки низки не досліджуваних раніше проблем стала поява нових мовознавчих дисциплін, таких як лінгвопрагматика, психолінгвістика, етнолінгвістика, лінгвокультурологія, лінгвоконцептологія, когнітивна семантика, теорія мовної комунікації, лінгвістика тексту, лінгвоекологія, і сприйняття мовознавства як інтегрованої з іншими макронауки.

Ще одним результатом антропоцентричності сучасного мовознавства є нове розуміння значення як результату концептуалізації й категоризації досвіду людини (М. Алефіренко, О. Кубрякова, М. Нікітін, О. Селіванова та ін.), поєднання логічного й емпіричного в лінгвокогнітивній діяльності людини як суб'єкта мови (М. Джонсон, Дж. Лакофф та ін.), що стало предметом таких дисциплін, як лінгвоконцептологія й когнітивна семантика. Дослідження, що проводяться в їхньому річищі, мають на меті вивчення процесів концептуалізації зовнішнього й внутрішнього світу людини, розпредмечування ментального світу, закріпленого мовними знаковими формами,

що сприяє з'ясуванню етапів розвитку людського мислення і свідомості, визначення закономірностей їх становлення тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасна українська лінгвоконцептологія відносить до провідних завдань усебічний аналіз концептів, що є складниками концептуальної картини світу (ККС). Базовими для цього напрямку є роботи як вітчизняних учених (А. Белової, Т. Вільчинської, І. Голубовської, С. Жаботинської, В. Жайворонка, А. Загнітка, В. Іващенко, В. Кононенка, Т. Космеди, О. Левченко, Л. Лисиченко, А. Приходька, Т. Радзівської, О. Селіванової, М. Скаб, В. Старка, Н. Сукаленко, В. Ужченка та ін.), так і лінгвістів близького (М. Алефіренко, Н. Арутюнова, С. Аскольдов, О. Бабушкін, Т. Булигіна, А. Вежицька, С. Воркачов, В. Карасик, В. Колесов, М. Красавський, О. Кубрякова, Д. Лихачов, В. Маслова, М. Піменова, З. Попова, Г. Слишкін, Й. Стернін, Ю. Степанов, В. Телія, О. Шмельов та ін.) та далекого (Є. Бартмінський, А. Вежицька, Ф. Джонсон-Лерд, Д. Лакофф, Р. Лангакер, Ч. Філмор, У. Чейф) зарубіжжя.

Виклад основного матеріалу. Сучасна когнітивна лінгвістика сприймає мову як обов'язковий складник поведінки й діяльності людини, вона не лише вплетена в певний вид діяльності, а й утворює її мовленнєво-мисленнєву основу, об'єктивуючи замисел, настанови й компоненти діяльності. Результати цієї діяльності сприяють вивченню таких феноменів людської свідомості, як пам'ять, правила логічного висновку й умовиводів тощо. О. Кубрякова справедливо зазначає, що сучасні мовознавці досліджують не лише те, яка система власне лінгвістичних форм стоїть за мовленнєво-мисленнєвою діяльністю, але й те, «<...> які мовні вирази, категорії, одиниці пов'язані зі сприйняттям світу і як вони відбивають його пізнання. Про цю іпостась мови і говорять, що вона дозволяє доступ до того когнітивного світу людини, який не спостерігається, до структур її свідомості» [7, с. 37]. Саме концепти як інформаційні структури свідомості стали в центрі уваги лінгвоконцептології – галузі когнітивної лінгвістики, що сформувалась в її складі в кінці 90-х рр. ХХ ст., основними напрямками якої є культурологічний: концепти досліджуються як елементи культури з оперттям на дані різних наук (Ю. Степанов, В. Нерознак); лінгвокультурологічний: концепти розглядаються як елементи національної лінгвокультури в їх зв'язку з національними цінностями і національними особливостями цієї культури (В. Карасик, С. Воркачов, Г. Слиш-

кін, М. Красавський, Л. Даниленко, В. Кононенко, Т. Космеда, Н.Плотнікова, Т. Радзівська, Н. Слухай та ін.); логічний: концепти аналізуються логічними методами без прямої залежності від їх мовної форми (Н. Арутюнова, Р. Павільоніс, А. Вежицька, О. Шмельов та ін.); семантико-когнітивний: дослідження лексичної й граматичної семантики, мови як засобу доступу до змісту концептів, як засобу їх моделювання від семантики мови до концептосфери (О. Кубрякова, В. Іващенко, С. Жаботинська, О. Селіванова, М. Болдирев, З. Попова, Й. Стернін, П. Редін, О. Яцкевич та ін.); філософсько-семіотичний: досліджуються когнітивні основи знаковості (А. Кравченко). На теренах української когнітивістики надзвичайно популярним є етнолінгвістичний підхід (В. Жайворонко, О. Тищенко, І. Голубовська та ін.).

Усі названі підходи об'єднані розумінням концепту як базової одиниці свідомості, а розрізняються принципами типології цих структур та співвідношенням між концептом і лексичним значенням слова.

Учені зазначають, що завдяки усвідомленню національно-культурної специфіки пізнавальної діяльності і, зокрема, центрального поняття лінгвокогнітології «концепт», що втілює когніцію, «лінгвістична когнітологія стала перспективним напрямом для проведення лінгвокультурологічного дослідження. Досить частим стало розуміння концепту як наслідку відображення у свідомості мовних і культурологічних векторів» [2, с. 92].

До одного з головних понять лінгвоконцептології належить концептуалізація, під якою розуміють ті важливі процеси діяльності людини, які внаслідок осмислення інформації, що надходить до суб'єкта, спричиняють утворення концептів, концептуальних структур і всієї концептуальної системи в людській психіці. Концептуалізація навколишньої дійсності постає як «певний «наскрізний» для різних форм пізнання процес структуризації знань і виникнення різних структур репрезентації знань з певних мінімальних концептуальних одиниць» [6, с. 93].

Концептуалізація навколишньої дійсності пов'язана зі створенням концептуальної картини світу (ККС) – фрагмента концептосистеми, який представляє інтеріоризований людиною або етносом світ [12, с. 406]. Як складники ККС науковці виділяють найрізноманітніші її фрагменти – науковий, релігійний, міфологічний, матеріалістичний, метафізичний, художній або (на інших засадах) дитячий, чоловічий, жіночий та багато інших, у кожному з яких по-своєму відобража-

ється усвідомлення людиною свого специфічного бачення позамовної дійсності.

ККС – це сукупність концептосфери і стереотипів свідомості, які створюються культурою. Фахівці зазначають, що ККС не лише система понять про довкілля, а й система значень, утілених у його реалії через слово-знак і слово-концепт: «Тоді можна говорити як про загальнолюдську концептуалізацію реальності, тобто загальнолюдський поняттєвий універсум, так і про національну її концептуалізацію, що включає специфічні для кожної культури аспекти світосприймання» [4, с. 26].

Національна ККС становить собою те, що є загальним, стійким, повторюваним у картинах світу окремих представників народу. Вона експлікується за посередництва релігії, філософії, літератури, ідеології, мови, виявляється за допомогою вчинків людей.

На сьогодні виявляються суттєві розбіжності в поглядах дослідників стосовно того, як і якою мірою МКС відбиває ККС. Однією з найбільш поширених точок зору є та, у якій МКС сприймається як «наївна» (термін, уживаний Ю. Апресяном), що не передає повністю картини світу, яка є в національній свідомості, оскільки мова називає і категоризує далеко не все, що є у свідомості народу. Мовна картина світу не дорівнює концептуальній, яка є значно ширшою, багато концептів ККС не мають мовного вираження і не стають предметом комунікації [11, с. 54–55].

МКС є динамічною, оскільки, з одного боку, в ній відбиваються зміни в ККС і, з другого боку, вона сама впливає на характер цих змін, що відображаються на різних рівнях мови. Наслідком цього є переінтеграція ознак у семантиці мовних одиниць, чим зумовлюється розвиток і динаміка значення.

Основним інструментарієм опису МКС у термінах сучасної когнітивної лінгвістики й лінгвокультурології є термін «концепт», який на сьогодні має кілька дефініцій, що здебільшого не суперечать, а доповнюють одна одну.

М. Алефіренко розглядає концепт як глобальну мисленнєву одиницю, що представляє собою квант структурованого знання. Визначення концепту білоруської дослідниці В. Маслової звучить так: «це семантичне утворення, відзначене лінгвокультурною специфікою, що тим чи іншим чином характеризує носіїв певної мови» [10, с. 50]. Подібну дефініцію подає й І. Голубовська, яка під культурними концептами розуміє «омовлені культурно детерміновані

ментальні утворення, котрі мають безпосередній дотик до цінностей, ідеалів і установок етносів і у яких знаходять своє найповніше відображення особливості національного характеру й сприйняття світу» [3, с. 401].

Підсумовуючи осмислення поняття «концепт» у лінгвістиці, треба зазначити, що майже всі вчені в дослідженнях концепту сходяться на триєдиному зв'язку «людина – мова – культура», адже концепт близький до «поняття наївної філософії», що є результатом взаємодії факторів національної традиції, фольклору, релігії, ідеології, життєвого досвіду, образів мистецтва, відчуттів та системи цінностей [13, с. 10].

Отже, будучи багатомірним поняттям, концепт включає в себе емоційні складники й раціональні, конкретні й абстрактні, універсальні й етнічні, загальнонаціональні й індивідуально-особистісні складники, урахування яких й уможливорює його опис. Вагоме місце в цьому процесі посідає й опис способів омовлення концепту.

За ступенем вагомості того чи того концепту в культурі народу сучасні лінгвісти виокремлюють культурно значущі концепти, або, за іншою термінологією (Т. Космеда, Ю. Степанов, С. Проскурнін, О. Селіванова та ін.), константи культури, або ж культурні концепти (М. Алефіренко О. Кубрякова, М. Дмитровська, В. Туровський та ін.), культурно значимий концепт (О. Левченко). На думку М. Алефіренка, такі концепти є когнітивно-семантичними утвореннями, які займають проміжне місце між мовними знаками і об'єктами, що пізнаються, і у зв'язку із цим є ментальними упаковками, які формують етнокультурне бачення світу: «Займаючи проміжне місце між мовою і дійсністю, культурний концепт виявляється пунктом перетину смислових потоків, які породжуються, з одного боку, герменевтикою емпіричного досвіду певного етнокультурного співтовариства, а з другого – лінгвокреативним мисленням, яке збагачує первинний смисловий зміст концепту – оперативної змістової одиниці пам'яті ментального лексикону (О. Кубрякова). Таким чином, відбувається подвійна концептуалізація дійсності, у якій поєднується універсальне й ідіоетнічне бачення світу» [1, с. 151]. Учений підкреслює, що в структурі культурно значущого концепту органічно поєднується об'єктивно-раціональне й суб'єктивне, те, що властиве поняттю, й те, що робить його феноменом культури, а саме асиметрія вихідної форми й нового змісту, яка забезпечує інтерпретацію образного уявлення об'єктів позамовної дійсності.

Це сприяє збереженню в пам'яті людини етнокультурних архетипів: «Завдяки такій організації культурні концепти здатні породжувати й утримувати в довгочасній пам'яті людини етнокультурні архетипи – підсвідомі стійкі образи, здатні в певних дискурсах актуалізувати сучасні експресивно-образні асоціації, а також оцінні, ціннісно-сміслові й культурно-історичні конотації» [1, с.152].

У зв'язку із цим базові культурні концепти становлять смислове й культурне ядро етномовної свідомості будь-якого культурного простору, фокусуючи в собі систему смислової організації етносвідомості в єдності її парадигматичних, синтагматичних і лінгвокультурних (ціннісно-сміслових) зв'язків [там само]. Такі концепти, на відміну від понять, не тільки мисляться, але й переживаються, містять у собі не лише раціональне, а й емоції, симпатії й антипатії, що виникають у процесі їх оцінного осмислення. «Саме завдяки цим своїм властивостям культурні концепти служать основним осередком лінгвокультури в структурі мовної ментальності, фантомами мовної свідомості етносу» [1, с. 153].

Дослідники М. Алефіренко, В. Ужченко, Д. Шмельов, З. Харитончик, О. Левченко та ін. справедливо вказують на необхідність розмежовувати терміни «етнокультурний компонент слова» («національно-культурний компонент слова», «культурний компонент») й «культурно значущий концепт», оскільки їх поплутування призводить до хибних висновків про кількість і склад культурно значущих концептів. За цілком слушним визначенням В. Кононенка, національно-культурний мовний компонент – це слова-поняття, словосполучки, що визначають типові особливості українського народного життя, етнічної культури, народних традицій, а через них – відмінності психічного стану, поведінки людини як носія національного характеру, національної ментальності [5]. Услід за О. Левченко під культурно значущим концептом розуміємо одиницю ментального рівня, яка у певній системі (картині світу) виконує роль стрижневого елемента [9, с. 26]. Ці концепти не варто розглядати на рівні етнокультурних компонентів слова. Культурний концепт і національно-культурний компонент значення слова – взаємопов'язані, але не тотожні категорії, як не тотожні поняття і мовне значення [1, с. 13], отже, до культурно значущих концептів не варто зараховувати ті, які мають яскраво виражену національно-культурну специфіку. Очевидно, культурно значущими є ті концепти, що в них знаходяться відображення важливі для менталітету

певного етносу поняття, причому їхній склад може значною мірою збігатися в різних мовах.

Е. Лассан виділила такі критерії культурно значущих концептів: 1) поширеність згадування про нього в сильних місцях тексту – початку і кінці; 2) використання цього імені чи його антонімів у назвах статей, книг, віршів; 3) створення метафор, що визначають роль концепту в картині світу мовця, а також метафор, що стали афоризмами; 4) використання цього імені для називання матеріальних об'єктів: суден, клубів, кафе й таке ін.; 5) існування у складі специфічних конструкцій для оформлення важливих категорій буття [8, с. 463]. Очевидно, що такі концепти, як *любов, щастя, пам'ять, родина, Батьківщина* та ін., є культурно значущими для багатьох культур і мов, що їх вербалізують.

На відміну від концептів *калина, птах, тополя, хата, степ, батько-мати* та ін., концепти *родина, воля, доля, земля* не є специфічно національним, а разом з більшістю інших концептів, таких як *час, простір, місце, обов'язок, правда, щирість, причина, брехня, милосердя, свобода, мова, людина* та інші належить до загальнолюдських універсальних концептів. Однак і в цих концептах відбивається національна специфіка, оскільки концептосфера української культури визначається не лише наявністю й кількістю універсальних і етноцентричних концептів, а і їхньою змістовою наповненістю, взаємодією та взаємозв'язком.

Попри значні здобутки в галузі концептології, на сьогодні немає замкненої остаточної множини лінгвоментальних конструктів, оскільки перелік базових культурних концептів є відкритим і може бути в будь-який час розширений, доповнений новими одиницями.

Однак вбачаємо, що найбільш релевантними етнокультурними концептами є *воля, доля, родина, земля, праця, дім*, бо вони належать до загальнолюдських універсальних концептів, що є ментальними утвореннями, які мають безпосередній дотик до цінностей, ідеалів та установок етносів та в яких знаходять своє найповніше відображення особливості національного характеру й сприйняття світу.

Новітній інтегрований характер наукового знання та антропоцентричний підхід до об'єкта дослідження спонукає до досягнення мовних фактів у соціолінгвальній, ментальній, етнокультурній площинах. Вивчення етнокультурних концептів українців дасть можливість простежити ступінь синхронізації ключових національно значущих концептів

у широкому часовому діапазоні, відтак джерелом дослідження слугуватимуть говірки, що репрезентують західне діалектне мовлення (бойківські) і східне діалектне мовлення (слобожанські). На нашу думку, саме діалектний матеріал акумулює культуру своїх носіїв, їх ментальність, звичаї, релігію.

Поняття діалектного тексту тісно пов'язане з діалектним дискурсом, вони перебувають у відношеннях включення (дискурс вбирає в себе текст), однак протиставляється як статичність динамічності, результативність комунікативного акту процесуальності, тобто дискурс у дослідженні розуміємо і як одиницю, що складається з двох значущих компонентів – динамічного процесу мовленнєвої діяльності з обов'язковою апеляцією до соціального контексту та її результату, тобто тексту (наприклад, філософський дискурс, літературознавчий дискурс, релігійний дискурс),

і як родовий термін, що об'єднує всі різновиди використання мови (текст, монолог, діалог, мовлення, висловлювання)

Висновки і пропозиції. На основі проведеного дослідження з'ясовано, що цілісного вивчення концептів як квантів національно-культурної свідомості українців на матеріалі діалектних текстів досі не проведено, тому таке наукове прагнення вдалося реалізувати за підтримки Канадського інституту українознавства, який є осередком українсько-канадських студій із гуманітарних наук Альбертського університету Канади, що на міжнародному рівні відзначив актуальність поданої проєктної пропозиції та частково профінансував із фонду Василя Кравченка реалізацію проєкту на території України.

Метою подальшої роботи є аналіз специфіки ключових етнокультурних концептів у діалектному дискурсі українців.

Список літератури:

1. Алефиренко Н. Ф. Современные проблемы науки о языке : [учебное пособие]. Москва : Флинта : Наука, 2005. 416 с.
2. Венжинович Н. Концепт і його лінгвокультурологічна природа. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія : Філологія. 2006. Вип. 14. С. 89–94.
3. Голубовська І. О. Етнічні особливості української національно-мовної картини світу. *Studia Linguistica*. Вип. 4. Київ : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2010. С. 400–412.
4. Жайворонок В. В. Етнолінгвістика в колі суміжних наук. *Мовознавство*. 2004. № 5–6. С. 23–35.
5. Кононенко В. І. Українська лінгвокультурологія : навчальний посібник. Київ : Вища школа, 2008. 337 с.
6. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина : [под общ. ред. Е. С. Кубряковой]. Москва : Изд-во филол. факультета МГУ, 1996. 245 с.
7. Кубрякова Е. С. Начальные этапы становления когнитивизма : лингвистика – психология – когнитивная наука. *Вопросы языкознания*. 1994. № 4. С. 34–47.
8. Лассан Э. «Надежда»: семантический и концептуальный анализ. *Respectus philologicus*. Вильнюс, 2002. № 2 (7). С. 458–479.
9. Левченко О. Атрибут, прототип, стереотип у фразеологічній картині світу *Мовні і концептуальні картини світу*: [зб. наук. пр. / наук. ред. О. І. Чередниченко (гол. ред.), Белова А. Д., Жлуктенко Н. Ю. та ін.]. Київ : КНУ ім. Т. Шевченка, 2004. Вип. 10. С. 338–346.
10. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика : учеб. пособие [3-е изд. перераб. и доп.] Минск : Тетра-Системс, 2008. 272 с.
11. Попова З. Д. Когнитивная лингвистика : [учебное пособие] / З. Д. Попова, И. А. Стернин. Москва : АТС : Восток – Запад, 2007. 314 с.
12. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : [підручник]. Полтава : Довкілля. Київ : 2008. 712 с.
13. Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. Москва : Academia, 2000. 128 с.

Demchenko N. D., Chala A. G., Tverdokhlib V. A. ETHNOCULTURAL CONCEPTS OF UKRAINIAN DIALECT DISCOURSE

The article analyzes the anthropocentrism and discourse-centrism of modern scientific research, in particular the emergence of new linguistic disciplines. Emphasis is placed on the processes of conceptualization of the external and internal person's world, the objectification of the mental world, enshrined in linguistic sign forms.

The names of the leading researchers of the conceptual world view as a fragment of the conceptual system representing the world internationalized by a person or ethnic group are highlighted. The components

of the conceptual world view are described – scientific, religious, artistic, metaphysical, etc. There are several definitions of the concept, which for the most part do not contradict, but complement each other.

The focus of scientific research is the linguistic image of the Ukrainians' world – speakers of various dialects, the relation of language and mentality, language and culture, as well as the reflection of culture and national worldview in the language. The multifaceted coverage of ethnocultural concepts in the Ukrainian linguistic world view is offered, taking into account the latest achievements of cognitive linguistics. Culturally significant concepts are singled out according to the degree of their importance in the ethnic's culture. The criteria for distinguishing these concepts are described. An analysis of ways to linguistically objectify the collective ideas of Ukrainians about the ethnic and cultural worldview, represented by language formulas, is offered. It was found out that today there is no closed final set of linguistic constructs, but the most relevant ethnocultural concepts have been identified: freedom, fortunes, family, land, work, home. Thoughts on the study of ethnocultural concepts in dialectal discourse as the most accumulative mental material are expressed. The necessity to prove the assumption about the ability of the ethnic and cultural background of the speakers of a certain dialect to influence the formation of the modern Ukrainians' language consciousness, which is realized in language units, is described. Prospects for further scientific research have been identified.

Key words: *concept, ethnocultural concept, dialectal discourse, culturally significant concepts, sphere of concepts, conceptual world view.*

Добротьова Г. М.

Житомирський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти

КОДИФІКАЦІЯ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ АНТРОПОНІМІВ

У статті розглянуто поділ лексики на апелятивну та онімну, проаналізовано етапи розвитку ономастики як самостійної науки та навчальної дисципліни, озвучено базовий термінологічний ономастичний апарат. Детально розкрито сучасний стан розвитку ономастики в Україні, окреслено поділ на галузі; з'ясовано досягнення сучасної ономастики в Україні; розкрито перспективи розвитку. У статті проаналізовано побутові форми особових імен учнів та студентів житомирських навчальних закладів, визначено найпопулярніші жіночі та чоловічі імена; окреслено причини вибору певного імені для дитини та передумови виникнення відхилень від норми; запропоновано варіанти вирішення цієї лінгвокультурологічної та соціолінгвістичної проблеми з невідповідним іменуванням дітей. У статті звертається увага на те, що власне ім'я має надзвичайну енергетику, воно може програмувати діяльність, поведінку, вибір професії й навіть світогляд людини. Особливо потужно імена впливають на дітей, коли рідні звертаються з ніжною інтонацією та використовують неслухняні форми, адже саме в ранньому віці через ім'я формується самоідентифікація дитини. У статті наголошується, що вибір імені для новонародженого – справа надзвичайно відповідальна, і батьки, здебільшого, ставляться до цього вибору вдумливо та серйозно; з'ясовуються основні принципи, за якими обирається ім'я (церковний календар, сімейні традиції, мода, бажання виділитися). У статті розкрито проблеми, з якими зіштовхуються батьки і діти, якщо ім'я іноземного походження, зросійщене чи записане у свідоцтві в побутовій формі. Чуже ім'я не має мотивації чи етимології; досить часто дитина з екзотичним ім'ям стає об'єктом глузування однолітків або старших, від яких залежна (вихователів, тренерів, вчителів). Автор статті пропонує можливі шляхи кодифікації антропонімів: постійна інформація в окремих рубриках і програмах у ЗМІ; молодим батькам має бути доступний інформаційний матеріал із поясненням значення імені, переліком неслухняних та інших форм; у відповідних службах повинні працювати фахівці, які б надали молодим батькам кваліфіковану консультацію; батькам, які обрали екзотичне ім'я для своєї дитини, слід дати додатковий час для обдумування та усвідомлення наслідків; вихователі, вчителі, тренери повинні ненав'язливо, доброзичливо вживати лише українські форми імені дитини.

Ключові слова: онім, антропонім, офіційне ім'я, побутове ім'я, мовний стандарт.

Постановка проблеми. Кожна мова світу поділяється на дві лексичні групи – апелятивну, що об'єднує усі загальні найменування, та онімну, що містить власні назви. Онімна лексика стосується будь-якої людини, адже ми маємо ім'я, по батькові, прізвище, інколи прізвисько, адресу проживання (країна, місто, вулиця), відпочиваємо на березі певної річки чи моря, бавимося з домашнім улюбленцем-песиком Рябком або кицею Муркою – тож використання онімів (антропонімів, зоонімів, гідронімів, топонімів, поетонімів тощо) має неабияке значення для власної впевненості, задоволення, гордості, навіть пихатості, а з іншого боку, цілком, може пригнічувати людину (погодьтеся, приємніше проживати за адресою *провулок Квітковий*, ніж *Колгоспний*, *Тупіковий* і под.).

Оніми – надзвичайно давній за часом утворення пласт мовної лексики, оскільки це – індивідуальні

найменування людей та богів, місця проживання/полювання / водопою, орієнтації в земному та космічному просторі тощо. На думку вчених, власні назви кількісно значно переважають загальні і, за твердженням проф. Ю. Карпенка, «кожна мова має мільйони, якщо не десятки мільйонів власних назв, які містять величезну інформацію і мають значне мовне навантаження» [2, с. 17]. Як уважає проф. М. Торчинський, «в українській мові є понад 975 мільйонів власних назв. Із них лише один мільйон онімів повністю або частково проаналізовано в наукових працях» [6, с. 63].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ономастика має надзвичайно глибоке і ґрунтовне коріння у світовій лінгвістиці, адже була відома уже в античній, давньоримській, а пізніше у середньовічній європейській філології. Що ж до України, то поштовхом до формування ономастики

як окремої наукової галузі стала І республіканська ономастична нарада у Києві (1959), яка дала імпульс українському науковому середовищу для вивчення ономастики у різних аспектах: географічному, лексикографічному, лексикологічному, логічному, психологічному, текстовому, семіотичному, когнітивному, соціологічному [4, с. 430]. Учені проаналізували розвиток вітчизняної ономастики й виділили три етапи становлення ономастики як самостійної мовознавчої науки і навчальної дисципліни: І (кін. Х ст. – сер. ХІХ ст.) – поява літописів з коментарями-поясненнями окремих номенів, словників власних назв та окремих наукових праць з ономастичної тематики; ІІ (2 пол. ХІХ ст. – 1 пол. ХХ ст.) – з'являються системні наукові дослідження з ономастики; ІІІ (2 пол. ХХ ст. – до тепер) – наукові дослідження здійснюють не лише філологи, а й інші дотичні до ономастики фахівці – історики, соціолінгвісти, культурологи [1, с. 264]. Також учені встановили, що ономастика надзвичайно тісно пов'язана з історією, етнографією, географією, соціолінгвістикою та іншими науками, і досить часто питання ономастики розглядаються на прикордонній межі між цими науками.

Українські мовознавці розробили сучасний функціональний термінологічний ономастичний апарат, чимало термінів містять компонент *онім* (з грецької *опута* 'ім'я, назва'); член-кореспондент НАНУ, учений-ономаст В. Німчук запропонував розділити оніми на значеннєві групи: *автоетнонім*, *аллоетнонім*, *етнонім*, *антропонім*, *еронім*, *астіонім*, *гелонім*, *гідронім*, *катайконім*, *комонім*, *лімнонім*, *макротопонім*, *топонім*, *хоронім* та ін. [3]; згодом до цього переліку додалися *зоонім*, *таксонім*, *урбанонім*, *метронім*, *гінеконім*, *андронім*, *астронім*, *поетонім*, *парфумонім*, *бюрокронім*, *прагматонім* та ін. Варто зазначити, що процес верифікації та кодифікації української ономастичної термінології триває, удосконалюється і досить часто, на жаль, ускладнюється.

Сучасна ономастика розділилася на окремі галузі, які активно розвиваються: *описова ономастика* стала фундаментом усіх ономастичних досліджень, оскільки вона займається збиранням, аналізом онімів; *теоретична ономастика* досліджує загальні закономірності розвитку і функціонування системи власних назв; *прикладна ономастика* скерована на вивчення функціонування онімів у щоденному та офіційно-діловому мовленні; *літературна ономастика* студіює специфіку поширеності власних назв у художніх текстах; *історична ономастика* фокусує увагу на

історичному розвитку власних назв та їхні зв'язки з реаліями різних епох та регіонів [7, с. 47]; *регіональна ономастика* орієнтована на вияв специфіки ономастичної підсистеми певної території [4, с. 431]. На переконання проф. Ю. Карпенка, «усі напрямки сучасного вивчення власних назв <...> знаходяться на піднесенні, активно розвиваються й одержують нові здобутки» [2, с. 16].

У царині ономастики сьогодні працює потужна група учених-ономастів, найбільших здобутків досягнуто в аналізі антропонімів, топонімів, гідронімів, поетонімів [6, с. 68]. Результатом активної багаторічної наукової діяльності мовознавців стали численні наукові праці, фахові видання, міжнародні та всеукраїнські науково-практичні конференції, а також ономастичні школи, центри та осередки.

Постановка завдання. Метою пропонованої розвідки є дослідження побутових форм імен українців, з'ясування причин помилок у називанні дітей, пропозиції щодо унормування цієї мовної та соціолінгвістичної проблеми в українському суспільстві.

Матеріалом для дослідження стала побутова форма власних імен студентів та студенток Житомирського державного університету ім. І. Франка; форма збирання – анкетування здобувачів вищої освіти, а також використання самоназви під час дистанційного навчання у вікні zoom. До джерельної бази було долучено побутові форми власних імен учнів Житомирської загальноосвітньої школи № 20 (1-9 класи); форма отримання інформації – опитування школярів і школярок, а також спілкування з учителями.

У статті використано різноманітні методи: метод кількісних підрахунків, який визначив не/популярні імена українців; метод стилістичного аналізу, який допоміг розгалузити офіційне та побутове називання особи і показав позитивну реакцію школярів і студентів на нормативне українське звертання.

Виклад основного матеріалу. Історики української ономастики вважають, що перші ономастичні пошуки антропонімного спрямування зафіксовані ще у «Повісті минулих літ» (Х–ХІІ ст.), у «Лексіконі славенороскому и именъ тлъкованіе» (1627), в якому автор Памво Беринда тлумачить християнські імена у частині «Имена свойственная...». Важливими науковими розвідками початку ХХ ст. стали праці М. Сумцова, А. Степовича, В. Ястребова, В. Охримовича, В. Сімовича; зокрема, дослідження І. Франка «Причинки до української ономастики» (1906)

започаткувало українську ономастичну науку і дало потужний поштовх для подальшого розвитку цього напрямку мовознавства. Надалі дослідники ґрунтовно вивчають українські власні назви, і антропонімі у тому числі; приділяють увагу походженню і способам формування власних особових назв, розвитку онімів у синхронії та діахронії, становленню національної антропонімної системи, словотворенню та семантиці особових назв, особливостям уживання антропонімів у всіх стильових різновидах мови, вивчають роль онімів у фольклорі та авторських творах, вплив антропонімної лексики на світогляд та сприйняття навколишнього світу. Власні особові назви на регіональному (діалектному) та загальноукраїнському мовному матеріалі опрацьовували Ю. Редько, П. Чучка, М. Худаш, Р. Керста, І. Сухомлин, А. Залеський, О. Неділько, Г. Бучко, Н. Пасік, Г. Аркушин, С. Панцьо, І. Єфименко, Н. Вирста, Ю. Громик, І. Фаріон, М. Демчук, О. Хвищук, Л. Яшук та інші мовознавці; словники власних імен уклали Л. Скрипник, Н. Дзятківська, І. Трійняк, Р. Осташ.

На думку мовознавців та соціолінгвістів, сьогодні надзвичайно актуальною є проблема культурологічного використання імен українців у неформальному спілкуванні – і саме цей аспект слововжитку став предметом нашого дослідження.

В українській ономастиці є чимало наукових праць щодо стилістичного використання імен в офіційному на побутовому спілкуванні – у цьому руслі працювали і продовжують дослідження П. Чучка, Л. Кравченко, І. Козубенко, С. Пахомова, І. Фаріон, І. Скорук, О. Антонюк та інші мовознавці; затребуваним і сьогодні залишається словник-довідник власних імен людей (автори Л. Скрипник та Н. Дзятківська), який містить наукову передмову; автори підкреслюють, що «імена в залежності від ситуації можуть виступати в найрізноманітніших видозмінах. Поряд з офіційними повними документарними іменами існують розмовно-побутові <...> їх варіанти» [5, с. 9].

Антропонім (з грецької *anthrōpos* 'людина' і *onoma* 'ім'я, назва') – це власне прізвище, ім'я, по батькові, псевдонім чи прізвисько людини. Антропоніми використовуються не лише для власне називання особи, але й для найменування торгівельних марок і продукції (батончики «*Mars*»), у назвах-топонімах (урочище *Кучмин Яр*, *Труханів* острів, с. *Давидів Бід*, м. *Романів*), гідронімах (затока *Наталка*, *Авдієве* озеро, річка *Либідь*), назвах рослин (*бегонія*, *камелія*, *петрові батого*),

назвах одягу (*реглан*, *галіфе*), марках машин, приладів і пристроїв (*азбука Морзе*, шрифт *Брайля*, літаки *Boeing*, бритва *gillette*, револьвер *colt*, ручка *parker*, автомобілі *Mersedes-Benz*, *Toyota*, ванна *Jacuzzi*), як апелятиви (*тимушки*, *хуліган*) тощо.

Найменування людини має надзвичайну енергетику і може програмувати діяльність, поведінку, вибір професії і навіть світогляд людини. Особливо сильний вплив імена мають на дітей, коли рідні звертаються до маляти, використовуючи лагідну інтонацію та пестливі форми: *Уляно, Михасику, Петрику, Надійко*, тож не дарма кажуть, що найулюбленіше слово кожного – це власне ім'я. Саме у ранньому дитячому віці через ім'я формується сприйняття себе як особистості.

Як правило, батьки відповідально ставляться до вибору імені дитини, оскільки воно повинно узгоджуватися з расою та національністю дитини, місцем (країною) постійного проживання, з прізвиськом та по батькові; ім'я має бути сучасним, милозвучним, приємним і для вимови, і для сприйняття.

Найчастіше батьки добирають ім'я новонародженому, керуючись кількома принципами: 1) поширене традиційне ім'я: *Микола, Павло, Ігор, Марина, Ганна*; 2) сімейні традиції – дитина отримує ім'я баби/ діда, якщо батьки не надто переймаються, то мами/ тата; 3) день святого, коли народилася дитина; 4) під впливом зарубіжних серіалів, книжок, коміксів – *Маріанна, Леонардо, Ромуальд, Франческа, Ізаура*; 5) через віяння моди, тому сьогодні у класах по чотири *Тимофії, Даші, Ані, Насті, Вадими, Злати*; 6) бездумно, абсолютно не усвідомлюючи наслідків: *Ахілес, Ізмаїл, Царь, Ксенофонт, Осман, Одисей, Рожден, Соломон, Тіша, Кассандра, Імперія, Юнона, Санта, Герда* (Житомирська обл., 2021 р.н.), *Ісус Христос* (Житомир, 2002 р.н.).

Якщо батьки називають свою дитину іноземним ім'ям, то завжди виникає низка проблем: 1) іншомовне ім'я не узгоджується з українським прізвищем та по батькові; 2) від іншомовних імен з'являються дивні для українського вуха форми по батькові; 3) не утворюються пестливі, розмовно-побутові варіанти; 4) чужі імена, здебільшого, немилословні, мають збіг кількох приголосних чи голосних (*Ліппегмїллісс* (Київ, 2018 р.н.); 5) при звертанні до осіб з чудернацькими іменами відбувається спрощення або перекручування імені, інколи учителі (викладачі, вихователі, тренери) уникають звертатися до учня (студента) на ім'я; 6) часто трапляються помилки при написанні чи друкуванні, наприклад, *Viber* автоматично виправ-

ляє. Таким чином, отримуючи чужинське ім'я, дитина втрачає зв'язок із поколіннями своїх предків, корінням рідної країни; її ім'я не несе жодної мотивації та етимології; досить часто дитина стає об'єктом кепкувань з боку однолітків або старших, від яких залежить (вихователі, тренери, вчителі); вона стає екзотичною *білою вороною* серед оточення з традиційними українськими іменами.

Чимало молодих батьків перебувають під впливом *руського міра, рускої культури* і називають своїх дітей російськими іменами або використовують російську транскрипцію українського традиційного імені: *Даніл, Кіріл, Нікіта, Деніс, Матвей, Дар'я, Настасья, Єлізавета, Фьокла, Васіліса, Крістіна, Єлісей*. У такій ситуації виникають постійні проблеми написання імені дитини у різноманітних документах (списах, довідках, медичних картках тощо), також у майбутньому недолуго звучатиме на українському мовному і культурному ґрунті по батькові, утворене від імені-покруча.

Інколи трапляється, що через низький культурний та освітній рівень батьків або працівників ДРАГСу (сільської ради) імена дітей записують у скороченому (*Попадюк Ол-др* замість *Олександр*) або у розмовному варіанті (*Діма, Вовчик, Таня, Альона, Аля, Еля, Настя, Віка, Дана*).

Називаючи власних дітей неунормованими іменами, батьки часто забувають, що особове ім'я – це юридично зафіксоване слово, яке у тричленній формулі називання українця (прізвище, ім'я, по батькові) служить для індивідуалізації особи і має точно відтворюватися в усіх наступних документах особи.

На жаль, українське законодавство крізь пальці дивиться на таку «творчість» мам-тат і не перешкоджає їм вправлятися у невігластві та винятковості. Здебільшого батькам, які назвали дитину іноземним, зросійщеним чи розмовно-побутовим ім'ям, доводиться звертатися до органів юстиції, щоб виправити помилку або змінити ім'я дитини. Якщо ж із певних причин цього не відбулося, то після досягнення 14-річного віку підлітки мають право за згодою батьків, а з 16-річного віку на власний розсуд звернутися до відповідних органів із проханням змінити ім'я, прізвище, по батькові (з 01.01.2021 доповнено ст. 149 Сімейного кодексу України та ст. 295 Цивільного кодексу України).

Сучасним батькам вибрати вдале ім'я для дитини допомагає не лише церква та сімейні традиції, але й численні словники-довідники. Окремі з них, наприклад, «Орфографічний словник» за ред. А. Свашенко, пропонують чоловічі імена,

подаючи при цьому форму по батькові від такого імені; форми чоловічих і жіночих імен з урахуванням варіативності, закінчення родового та орудного відмінка антропоніма. Потрібним залишається і «Словник українських імен» І. Трійняка, у якому вміщено велику кількість особових імен у їх повній унормованій формі, а також скорочені, пестливі, розмовні, зневажливі варіанти. Також не втратив своєї науковості та актуальності для мовознавців, працівників РАГСу та батьків словник-довідник Л. Скрипник та Н. Дзятківської «Власні імена людей», у якому розкрито етимологію імені, розмовно-побутові (скорочені, усічені, здрібніло-пестливі, згрубіло-зневажливі) варіанти імені, зафіксовано фольклорні та/чи авторські рядки, у яких використано антропонім.

У статті для стилістичного аналізу використання імен у не/формальному спілкуванні залучено анкетування щодо 120 учнів та 100 студентів. Серед найбільш популярних жіночих імен (36) – *Дарина, Анна, Аліна, Анастасія, Олександра, Марія, Іванна, Софія, Злата*; серед чоловічих (30) – *Артем, Арсен(-ій), Вадим, Дмитро, Владислав, Назар, Олександр, Давид, Матвій, Домінік*.

Помітно, як на часовій шкалі протягом 5–10 років змінюється традиція називання дітей:

молодша школа – *Домінік, Злата, Олівія, Мілана, Ванеса, Єлісей, Арсеній, Васіліса, Нікіта, Данііл*;

середня школа – *Дарина, Анна, Аліна, Роман, Артем, Назар, Вадим, Тимофій*;

студенти – *Катерина, Ганна, Анастасія, Владислав, Марія, Максим, Єгор*.

Опрацювання анкет свідчить, що частина імен у слововжитку залишається непорушними або ж використовуються нормативні пестливі форми (з суфіксами *-ик, -очк-, -к-*): *Давид, Злата, Каміла, Яна, Улянка, Даринка, Марічка, Іванка, Андрійко, Тарасик, Іринка*. Однак абсолютна більшість побутових імен мають відхилення від норми, які зумовлені:

1) низьким рівнем освіти і культури носіїв: *Сірожка, Андрушка, Маргоша, Вася (Василина), Домік (Домінік), Данік, Софа, Шура, Бодя*;

2) впливом російської мовленнєвої традиції: *Варя, Маша, Даша, Крістіна, Вова, Петя, Паша, Діма, Федя, Ваня, Саша, Міша, Льоша (Льоха), Кіріл, Даніл*. Окремі школярки та студентки досить часто у свідомстві про народження мають помилковий запис імені із суфіксом *-ін-* замість українського відповідника *-ин-*: *Кліментіна, Каріна, Даріна, Аріна, Маріна*;

3) впливом чужої низькопробної культури: *Вован, Толян, Колян, Дімон*.

Українська мовна і культурна традиція розмовно-побутового називання особи є давно унормованою і зафіксованою у словниках, наприклад, розмовно-побутові форми імен творяться додавання суфіксів *-к-, -ик, -ус-* та ін.: *Павлик, Артемко, Данилко, Дмитрик, Сашко, Олексійко, Лесик, Кирилко, Назарко, Єгорко, Софійка, Галинка, Катруся* тощо. У словниках власних імен, зокрема у словнику І. Трійняка, подаються десятки варіантів пестливих та розмовних форм імені – було б бажання у батьків (родичів, сусідів, друзів, вихователів, учителів, тренерів та інших *значущих дорослих*) дослухатися і використати.

Дуже прикро, але за роки незалежності й наповненої праці вчених-ономастів ситуація із називанням дітей як в офіційній, так і в побутовій формі, на наш погляд, не покращилася. Можна не погоджуватися із формою донесення інформації, яку запропонувала проф. І. Фаріон після відвідування дитячого садка, прокоментувавши імена дітей (*Маши, бо не наша*), однак проблема, яку порушила пані Ірина, є надзвичайно глибокою і дразливою, адже, як каже народна мудрість, «як ви човен назвете, так він і попливе». Називаючи маленьких українців Грішами-Мішами-Дашами-Ленами, ми знову повертаємося в орбіту культурного і світоглядного життя СРСР, у якому Україна довгі століття перебувала у статусі колонії; порушуємо норми мовного стандарту; засмічуємо українську мову чужомовними елементами; збіднюємо рідну мову, оскільки не використовуємо наявні мовні засоби.

То ж чи можливо виправити ситуацію, що склалася з офіційними та побутовими іменами українців? Так, вирішення можливе, і напрямів діяльності може і має бути декілька:

1) революційний – унормування повних (паспортних) імен українців відповідно до офіційного переліку імен в Україні; цим шляхом пішов Ізраїль після створення власної держави (1946) – варі-

ант привабливий, але неоднозначний, оскільки спротив Альон і Джеків забезпечений, до того ж будуть численні позови до суду;

2) еволюційні варіанти – постійна інформація у певних рубриках та передачах у ЗМІ (інтернет-публікації, радіо- і телепередачі, інформаційні вкраплення, розповіді про відомих людей з акцентом на імені);

3) інформаційний матеріал має бути доступний (у дитячому магазині, у лікаря-акушера, у пологовому будинку, в ДРАГСі тощо) для молодих батьків із поясненням значення імені, переліком побутових, пестливих та інших форм;

4) у службах ДРАГСу і сільських радах повинні працювати фахівці, які могли б дати кваліфіковану пораду молодим батькам;

5) батькам, які обрали екзотичне ім'я для дитини, потрібно надавати додатковий час для обдумування і усвідомлення наслідків правочину;

6) усі вихователі, вчителі-предметники, тренери, керівники гуртків, лікарі повинні ненав'язливо, доброзичливо використовувати тільки українські пестливі форми імені дитини;

7) діти, підлітки з українськими формами імен мають повернутися на сторінки сучасних українських оповідань для дітей, на екрани дитячих та юнацьких фільмів, у тексти популярних у молодіжному середовищі пісень.

Висновки та перспективи досліджень. На сьогодні законодавчо закріплена кодифікація (упорядкування) імен українців є малоімовірною, тому кожен повинен самостійно подбати про правильне, нормативне власне особове ім'я; потрібно навчати педагогічних працівників (вихователів, вчителів, тренерів) правильно звертатися до дітей та підлітків, дотримуючись норм мовного стандарту; пропагувати словники власних особових імен, зробити їх більш відомими і доступними для загалу. Перспективи подальших досліджень убачаємо в аналізі імен-ніків, які обирають учні в соціальних мережах, під час дистанційного навчання тощо.

Список літератури:

1. Зубко А. Українська ономастика: здобутки та проблеми. *Спеціальні історичні дисципліни: питання теорії та методики*. Київ, 2007. С. 263–282.
2. Карпенко Ю. Ономастичні міркування. *Записки з ономастики*. Одеса. 2005. С. 11–17.
3. Німчук В. Українська ономастична термінологія (проект). *Повідомлення Української ономастичної комісії*. Вип. 1. Київ, 1966. С. 24–43. <https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=12996054788830341499&btnI=1&hl=th>
4. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
5. Скрипник Л., Дзятківська Н. Власні імена людей: словник-довідник. Київ : Наукова думка, 2005. 334 с.

6. Торчинський М. Територіальна диференціація ономастичних студій в Україні. *Науковий часопис Східноподільського лінгвокраєзнавчого центру*. Вип. 8. Умань, 2019. С. 62–70.
7. Янчура Д. Ономастичні школи в Україні. *Studia Ukrainica Posnaniensia*. Vol. VI. 2018. P. 45–52.

Dobrolyozha H. M. CODIFICATION OF MODERN UKRAINIAN ANTHROPONYMS

The article considers the division of vocabulary into appellate and onymic, the development of onomastics as a science in Ukraine, the stages of onomastics as an independent science and academic discipline, voiced the basic terminological onomastic apparatus. The current state of development of onomastics in Ukraine, the division of onomastics in the industry is revealed in detail; the achievements of modern onomastics in Ukraine are clarified. The article on the material collected by the author analyzes the household forms of personal names of pupils and students of Zhytomyr educational institutions, identifies the most popular female and male names; the reasons for choosing a certain name for the child, the prerequisites for the occurrence of deviations from the norm; options for solving this linguistic, culturological and sociolinguistic problem with inappropriate naming of children are proposed. The article draws attention to the fact that the proper name has an extremely powerful energy, it can program activities, behavior, choice of profession and even the worldview of man; Names have a particularly powerful effect on children when relatives address the child using gentle intonation and affectionate forms, because it is in early childhood that the name of self-perception is formed through the name. The article emphasizes that choosing a name for a newborn child is an extremely responsible matter, and parents, for the most part, treat this choice thoughtfully and seriously; the basic principles by which the name is chosen are clarified (church calendar, family tradition, fashion, desire to stand out). The author of the article reveals the problems faced by parents and children if the name is of foreign origin, Russianized or written in the certificate in the form of household. Such names take the roots of children from the generations of ancestors and traditions of the native country; someone else's name has no motivation or etymology; quite often a child with an exotic name becomes the object of ridicule by peers or seniors on whom he depends (educators, coaches, teachers). The author of the article suggests possible ways to solve the problem of naming children by bad names: constant information in certain rubrics and programs in mass media; information material should be available to young parents with an explanation of the meaning of the name, a list of affectionate and other forms; the relevant services should employ officials who would provide qualified advice to young parents; parents who have chosen an exotic name for their child should be given extra time to think and understand the consequences of the transaction; all educators, teachers, coaches should unobtrusively, benevolently use only Ukrainian affectionate forms of the child's name.

Key words: *onym, anthroponym, official name, household name, language standard.*

Жвава О. А.

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

Зинякова А. А.

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

АКЦЕНТУАЦІЯ ІМЕННИКІВ ВІДДІЄСЛІВНОГО ПОХОДЖЕННЯ ЧОЛОВІЧОГО РОДУ З СУФІКСОМ -ЕЦЬ

Важливим завданням сучасної акцентології є ґрунтовне вивчення особливостей наголошування класичних поетичних текстів, бо їхня структура та інтенсифікація формального й змістового оформлення дають можливість детально проаналізувати параметри динаміки акценту.

У статті проаналізовано специфіку акцентуації вербоїдних іменників чоловічого роду з агентивним суфіксом -ець та їхніх мотивувальних дієслів від пізньопраслов'янського періоду і до сьогодні. Джерельною базою проведеного дослідження є поема «Енеїда» І. Котляревського, праці Л. Булаховського, В. Скляренка, А. Зинякової, матеріали українських акцентованих пам'яток XVI–XIX століть, лексикографічних джерел української мови, матеріали діалектологічних праць.

У ході аналізу фактичного матеріалу було зафіксовано такі акцентеми: борець, гребець, знавець, ловець та швець. У межах публікації проаналізовано наголошування іменників борець і знавець. Опрацьований в плані діакронії та синхронії теоретичний і фактичний матеріал дає підстави стверджувати, що вербоїдна акцентема борець, зафіксована в поемі лише в одній відмінковій формі (Н. в. одн. – борець) і тому не віднесена до жодного з визначених акцентних типів, функціонує з первісним наголосом на вокалічному суфіксові, зберігаючи баритоновано-окситоновану акцентуацію мотивувального дієслова. Вербоїдна акцентема гребець, що також зафіксована в поемі лише в одній відмінковій формі (Р. в. одн. – гребець) з первісним флексійним наголосом, зберігає рухому акцентуацію мотивувального дієслова. У сучасній українській мові обидві форми належать до акцентного типу з рухомим наосновним (суфіксальним) та флексійним наголосом у формі однини й флексійним – у множині.

Подальше вивчення акцентуації віддієслівних іменників сприятиме детальнішому аналізу наголошування дієслів у поемі «Енеїда» І. Котляревського, що не були предметом дослідження лінгвістів-акцентологів. Результати таких наукових розвідок поглиблюють відомості про історію становлення українського наголосу, простежать вплив поетичного мовлення на формування акцентної норми.

Ключові слова: акцент, акцентема, акцентний тип, баритоновано-окситонована акцентна парадигма, рухома акцентна парадигма, агентивний суфікс, мотивувальне дієслово.

Постановка проблеми. Одним із важливих завдань сучасної акцентології є ґрунтовне вивчення особливостей наголошування класичних поетичних текстів, бо їхня структура та інтенсифікація формального й змістового оформлення дають можливість детально проаналізувати параметри динаміки акценту в плані діакронії та синхронії. Результати таких наукових розвідок поглиблюють відомості про історію становлення українського наголосу, простежать вплив поетичного мовлення на формування акцентної норми, особливості співіснування й конкурування акцентних варіантів різного походження та уніфікації наголосу. Ці чинники

й зумовлюють актуальність пропонованої наукової розвідки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню акцентуаційних особливостей слів різних морфологічних класів на матеріалі поетичних творів І. Котляревського, Т. Шевченка, І. Франка, Лесі Українки, В. Сосюри, Л. Костенко, В. Стуса, Д. Кременя присвятили свої праці З. Веселовська, Я. Рудницький, В. Скляренко, В. Винницький, А. Зинякова, В. Желязкова, М. Сачко, Р. Міджин, Л. Палей, Л. Легка, О. Петрів.

Текст славнозвісної «Енеїди» І. Котляревського – основоположника нової української літе-

ратурної мови і нового українського літературного наголосу – вже був об’єктом наших досліджень у низці наукових праць. Узагальненням роботи стала монографія «Наголошення іменних частин мови в поемі “Енеїда” І. П. Котляревського», 2017 [2], у якій проаналізовано акцентуацію іменних частин мови в поемі в порівнянні з їхнім наголошенням у сучасній українській літературній мові (наголошування іменників опрацьовано А. Зиняковою). У попередній нашій публікації «Акцентуація віддієслівних суфіксальних іменників на -а, -я» (науковий журнал «Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика». Т. 32 (71), № 2, Ч. 1, 2021. с. 27–32) проаналізовано специфіку акцентуації баритонованих віддієслівних суфіксальних іменників жіночого роду на -а, -я та їхніх твірних дієслів від праслов’янського періоду й донині. Пропонована наукова розвідка є продовженням наших досліджень з теми.

Постановка завдання. Метою наукової розвідки є: проаналізувати специфіку акцентуації вербоїдних іменників чоловічого роду з агентивним суфіксом *-ець*.

Поставлена мета передбачає розв’язання таких завдань: серед зафіксованих в поемі «Енеїда» І. Котляревського іменників, що належать чи не належать до визначеного акцентного типу (за розробленою методикою аналізу акцентних відмінностей), виокремити віддієслівні з аналізованим суфіксом (до кожного з них подати мотивувальне дієслово з коментарями щодо його наголошування); простежити їхню акцентуацію від пізньопраслов’янського періоду і до сьогодні з детальним аналізом, залучаючи свідчення давніх українських пам’яток, лексикографічних праць різних періодів та діалектний матеріал; з’ясувати основні тенденції в наголошуванні аналізованих акцентом.

Джерельна база проведеного дослідження – поема «Енеїда» І. Котляревського [3]; праці Л. Булаховського [1], В. Складенка [4,5], В. Желязкової, А. Зинякової [2]; матеріали українських акцентованих пам’яток XVI–XIX століть, лексикографічних джерел української мови, почасти матеріали діалектологічних праць (посилання подаємо в круглих дужках; список скорочень використаних джерел подано до монографічних досліджень 2, 5).

Виклад основного матеріалу. На сьогодні віддієслівний іменниковий словотвір у сучасній українській мові охоплює значну кількість похідних утворень, котрі переважно становлять

продуктивні словотвірні типи. Зберігаючи семантику процесуальності твірної основи, вторинні субстантивні утворення характеризуються розмаїттям словотвірних значень, з поміж яких основними є значення особи/діяча, предмета, абстрагованого процесу тощо. Таким є агентивний афікс *-ець*, що становить найчисленнішу семантичну групу з-поміж відіменникових назв.

Для іменників чоловічого роду, зафіксованих в «Енеїді» І. Котляревського (загалом – 1068 одиниць), визначено чотири основні акцентні типи: I – з нерухомим наголосом на основі в формах однини та множини; II – з наголосом на основі в формі однини (у низці іменників, окрім форми місцевого відмінка однини на -у, що виступає з флексійною акцентуацією) та флексійним – у множині; III – з флексійним наголосом у формі однини (окрім форми кличного відмінка) та множини; IV – з флексійним наголосом у формі однини (окрім форми кличного відмінка) та наголосом на основі – у множині. Для віднесення іменника до того чи іншого акцентного типу достатньо хоча б одного вживання його в однині (не беручи до уваги односкладової форми називного – знахідного відмінків однини) та одного – у множині [2, с. 50–51].

Зафіксовані акцентами (*борець, гребець, знавець, ловець* та *швець*), що утворені від вербальних основ зі значенням *nomina agentis*, вжито в «Енеїді» лише в формах однини чи множини, а тому їхній акцентний тип у поемі не було встановлено. У межах публікації проаналізуємо специфіку наголошення іменників *борець* і *знавець*.

На думку В. Колесова та В. Складенка, в пізньопраслов’янській мові віддієслівним іменникам із суфіксом *-ьсь* (первісне значення утворень – назва діяча) були властиві 3 (три) акцентні парадигми: баритонована а.п. з кореневим наголосом (а.п. *a*) – від дієслів з баритонованою акцентною парадигмою; баритонована акцентна парадигма з суфіксальним наголосом (а.п. *a'*) – від дієслів з окситонованою акцентною парадигмою, а також від дієслів з баритоновано-окситонованою акцентною парадигмою; окситонована акцентна парадигма (а.п. *b*) – від дієслів з рухомою акцентною парадигмою [4, с. 541].

У поемі акцентема *боре'ць* зафіксована лише в одній відмінковій формі (у називному відмінку однини) з наголосом на суфіксові. На праслов’янському ґрунті вона належала до баритованої акцентної парадигми (а.п. *a'*) безпрефіксних імен з вокалічним суфіксом. Але при наявності в дієслівному корені дифтонгічного сполучення,

не прикритого приголосним, наголос у віддієслівному іменнику з суфіксом *-ьсь* припадав на післякореневий суфіксальний голосний: **boǵ'ьсь*, род. **boǵ'ьса* – від **boǵ'ti* **boǵ'Q* **bo'r'еть* «бороти» (а.п. *a/b*) [4, с. 214; 5, с. 541]. На ґрунті давньоруської мови наголос перемістився з редукованого голосного суфікса на попередній склад в усіх відмінкових формах однини і множини, окрім називного-знахідного відмінків однини і родового відмінка множини. Але під впливом окситонованих іменників на *-ьсь*, аналізована акцентема набула в українській мові флексійної акцентуації відмінкових форм як однини, так і множини: форма однини – наз. в. *боре'ць*, род. в. *борця'*, дав. в. *борце'ві*, *борцю'*, зн. в. *борця'*, ор. в. *борце'м*, місц. в. (на) *борце'ві* / *борцю'*, кл. в. *борцю'*; форма множини: наз. в. *борці'*, род. в. *борці'в*, дав. в. *борця'м*, зн. в. *борці'в*, ор. в. *борця'ми*, місц. в. (на) *борця'х*, кл. в. *борці'*. У сучасній українській мові вона належить до акцентного типу з рухомим наосновним (суфіксальним) і флексійним наголосом у формі однини та флексійним – у множині.

Лише в давніх українських пам'ятках та поодинокі в південно-західних говорах української мови маємо залишки давньоруського кореневого наголошення: *боре'ц* (Синопс., 31 зв. – тричі, 32 зв.) і *бо'рец* (Бер., 234, 418), *борца'* – род. одн. (Синопс., 32, 32 зв.); – *бо'рець*, род. *бо'рця* (Желех., 39), *боре'ць*, род. *борця'* (Грінч., I, 86; УРС, I, 81), *боре'ць*, род. *борця'*, мн. *борці'*, *борці'в*, *борця'м*, *борця'ми*, *борця'х* (Голоск., 30; УЛВН, 52) [5, с. 545]; *боре'ць*, *борця'*, *борце'м*, мн. *борці'*, *борці'в* (ОС, 55), *боре'ць*, *борця'*, ор. *борце'м* (СН, 21), *боре'ць*, *борця'*, *борце'м*, (на) *борце'ві* / *борцю'*, мн. *борці'*, *борці'в* (ОСУМ, I, 111). У кличному відмінкові однини акцентема фіксується з флексійним наголосом, оскільки форма відмінка є новою: *борцю'* (Голоск., 30) [5, с. 545].

Мотивувальне дієслово аналізованої акцентеми – форма на *-ti*: **boǵ'ti* **bo'r'еть*. У пізньопраслов'янській мові воно мало баритоновану (або баритоновано-окситоновану) акцентну парадигму. В. Складенко аналізує форму **boǵ'ti* як баритоновано-окситоновану, подаючи парадигми її дієвідмінювання в інфінітиві, презенсі, імперативі [5, с. 154–155]. У формі інфінітива дієслово послідовно зберігає в українській мові первісний кореневий наголос: *боро'тися* (Рад., 901), – *боро'ти* (Головацький, 173, 192; Желех., 40; Грам., 339; Янук., 97; Грінч., I, 88; Голоск., 30; УЛВН, 52), *боро'тис'и* (Янук., 96), *бо́ро́'ти* (Брох, 112), *боро'ть*, *боро'ти* (Аф.-Чужб., 15) [5, 157], *боро'тися* (ОС, 56),

боро'ти (СН, 22), *боро'ти(ся)* (ОСУМ, 112). Аналізована акцентема в формі теперішнього часу в давніх українських пам'ятках XVI – XVIII століть, у південно-східних і південно-західних говорах української мови та в літературній мові характеризувалася флексійним наголошенням у формі 1 особи однини і кореневим в усіх інших особових формах. Але в південно-західних говорах української мови XIX – початку XX століть в формі презенса вона вже мала лише кореневу акцентуацію. На думку В. Складенка, відбулося вирівнювання наголошування форми 1 особи однини за іншими коренево-наголошеними особовими формами: *бору'* (Бер., 14, 231, 249), *бору'ся* (Слав., 4300; *бо'рєт* (Остр. б., 33; Тупт., 30 зв.), *ся ... бо'рєт* (Рад., 901) і *бо'рє'т* (Сак., 44); *бо'рєм'ся* (Тупт., 24 зв., 60), *ся ... бо'рємо* (Єв., 311 зв.); *бо'рут'ся* (Єв., 339 зв.), *ся ... бо'рут* (С. Зиз., 1320; – *бо'рю*, *бо'рєш* (Головацький, 192), *бо'рю*, *бо'рєш*, *бо'ре*, *бо'рємо*, *бо'рєте*, *бо'рють* (Грама., 339), *бо'ру'с'и*, *бо'риш'и*, *бо'ри(т)с'и*, *бо'рут'с'и* (Янук., 96), *бо'р'у*, *бо'рєш* (Брох, 112), *бору'*, *бо'рєш* (Потебня, 68; Грінч., I, 88), *бору'*, *бо'рєш*, *бо'ре*, *бо'рємо*, *бо'рєте*, *бо'рють* (Голоск., 30; УЛВН, 52) [5, 165]; *бору'ся*, *бо'рєш'ся*, *бо'рєть'ся* (ОС, 56), *бору'*, *бо'рєш* (СН, 22), *бору'ся*, *бо'рєш* і *бо'рєш'ся*, *бо'рєть'ся*, *бо'рють* і *бо'рють'ся* (ОСУМ, 112). У формі минулого часу, котрий виформувався з дієприкметникових форм минулого часу на *-l-*, що входили до складу перфекта, дієслово зберігає первісний кореневий наголос і в літературній мові: *боро'в* (Головацький, 192), *боро'в*, *боро'ла*, *боро'ло*, *боро'ли* (Грама., 339; Голоск., 30; УЛВН, 52–53); *боро'ўс'и*, *боро'лас'и* (Янук., 96) [5, 169]; *боро'тимеш'ся*, *боро'тиметь'ся*, *боро'тимуть'ся* (ОС, 56). У формі імператива в аналізованій акцентемі зафіксовано первісне суфіксальне наголошення, що зберігається в літературній мові та південно-східних говорах. У закарпатських та надсянських говірках південно-західного наріччя наголос перемістився на кореневу морфему, у зв'язку з чим суфікс у наказовому способі занепадає. В. Складенко вважав, що це сталося «очевидно, під впливом форм імператива баритонованих дієслів на *-ti*, *-еть/-єть*: *бор'ї'мо* (Єв., 204 зв.); – *бори'* (Головацький, 192), *бори'*, *борі'м*, *борі'ть* (Грама., 339), *бори'с'и*, *борі'тс'и* (Янук., 96) і пор. *бо́р'* (Брох, 112), *бори'*, *борі'м* і *борі'мо*, *борі'ть* і *борі'те* (Голоск., 30), *бори'*, *борі'мо*, *борі'ть* (УЛВН, 52) [5, 172–173]; *борі'ть'ся* (ОС, 56), *бори'ся*, *борі'ть*, *борі'ть'ся* (ОСУМ, I, 112).

Акцентема *гребець* зафіксована в поемі також лише в одній відмінковій формі (у родовому відмінкові однини) з флексійним наголосом – *гребця́*. На праслов'янському ґрунті вона належала до окситонованої акцентної парадигми (а. п. *b*). Як правило, такі акцентами зберігають в українській мові первісне флексійне наголошування форм родового, давального, орудного та місцевого відмінків однини і давню суфіксальну акцентуацію форм називного та знахідного відмінків однини. Суфіксальне наголошення, як у попередньому випадкові, виникло на ґрунті давньоруської мови внаслідок переміщення наголосу з редукованого голосного на попередній склад: *гребе́ць*, род. *гребця́* «той, хто згрібає сіно; весляр» (Желех., 158; Потебня, 117; Грінч., I, 323; Голос., 82), «весляр» (УРС, I, 360; УЛВН, 142), *гребе́ц* «той, що згрібає сіно» (Біл.-Нос., 106), *гребе́ць* «т.с.; весляр» (Аф.-Чужб., 80). [5, с. 548], *гребе́ць*, *гребця́*, *гребце́м*, мн. *гребці́*, *гребці́в* (ОС, 148), *гребе́ць*, *гребця́*, *гребце́м* (СН, 63), *гребе́ць*, *гребця́*, *гребце́м*, (на) *гребце́ві* / *гребцю́*, мн. *гребці́*, *гребці́в* (ОСУМ, I, 339). Кореневе наголошення акцентами *гре́бці* (Потебня) зумовлено впливом баритонованих іменників на -ьск із суфіксальним наголосом [5, с. 549]. Варто зазначити, що такий вплив був сильнішим у південно-західних говорах української мови, ніж у південно-східних. У сучасній українській мові іменник належить до акцентного типу з рухомим наосновним (суфіксальним) та флексійним наголосом у формі однини та флексійним – у множині: форма однини – наз. в. *гребе́ць*, род. в. *гребця́*, дав. в. *гребце́ві*, *гребцю́*, зн. в. *гребця́*, ор. в. *гребце́м*, місц. в. (на) *гребце́ві*, *гребцю́*, кл. в. *гребцю́*; форма множини: наз. в. *гребці́*, род. в. *гребці́в*, дав. в. *гребця́м*, зн. в. *гребці́в*, ор. в. *гребця́ми*, місц. в. (на) *гребця́х*, кл. в. *гребці́*.

Мотивувальне дієслово аналізованої акцентеми – форма на -*ti, * -еть: *grebti` \*grebet` . У пізньопраслов'янській мові воно мало рухому акцентну парадигму. У формі інфінітива фіксуємо, як правило, первісну акцентуацію – флексійну (або кореневу): *гребти́* (Кл., 181); – *гребти́* (Желех., 158; Верхратський, 1879, 410; Грам., 326; Аф.-Чужб., 80; Потебня, 31; Грінч., I, 324; Голоск., 82; УЛВН, 143), *гребсти́* (Головацький, 138, 187; Желех., 158; Грам., 326, 363; Онишкевич, I, 192; Панькевич, 315), *грепсти́* (Янув, 89), *гребсте́* (Клепикова, 52), але *гре́бсти́* (Верхратський, 1879, 410), *гре́псти́* (Онишкевич, I, 192) [5, с. 188], *гребти́* (ОС, 148; СН, 63; ОСУМ, 339). Поданий матеріал доводить, що в давніх українських

пам'ятках XVI – XVIII століть, південно-східних говорах української мови та літературній мові в формі інфінітива послідовно збережено первісну флексійну акцентуацію. У південно-західних говорах української мови (перш за все – наддністрянських, бойківських, надсянських, закарпатських та перехідній гуцульсько-покутській говірках) зафіксовано зміну в формі інфінітива первісної флексійної акцентуації на кореневу. В. Складенко стверджував, що така зміна відбулася під впливом дієслів з рухомим наголосом і з кореневою акцентуацією в формі інфінітива [5, с. 191]. Аналізована акцентема в формі теперішнього часу в давніх українських пам'ятках XVI – XVIII століть фіксується з флексійною акцентуацією в 1 особі однини, що є вирівняною за іншими особовими формами, котрі зберігають первісне флексійне наголошення. У південно-західних говорах української мови в 1 особі однини презенса маємо флексійну акцентуацію, котра з'явилася під впливом інших його ж особових форм, що продовжують зберігати первісне флексійне наголошення чи зберігають його лише в формах 2 та 3 осіб однини і 3 особи множини, а в формах 1 та 2 осіб множини відбулося переміщення наголосу з кінцевого голосного на попередній голосний, порівняймо: -емо́ – -е́мо; -ете́ – -е́те. Це знову ж таки пояснюється акцентним впливом форм 2 та 3 осіб однини і 3 особи множини. В. Складенко вважав, що «це в загальному підсумку привело до виникнення в презенті колонного наголосу на першому після кореня голосному – флексивному або тематичному....*гребе́мо*» [5, с. 209]. У південно-східних говорах української мови, літературній мові в формі презенса відбулося вирівнювання акцентуації 1 особи однини за іншими кінцево-наголошеними особовими формами, що зберігають давню флексійну акцентуацію. Отже, *гребу́* (Слав., 441); – *гребу́*, *гребе́ш* (Головацький, 187; Грінч., I, 134), *гребе́мо* (Огоновський, 227), *гребу́*, *гребе́ш*, *гребе́*, *гребе́мо*, *гребе́те*, *гребу́ть* (Грам., 326, 363), *гра́бу*, *гра́б'ш*, *гра́б'а*, *гра́б'амо*, *гра́б'атэ*, *гра́бу'т* (Клепикова, 52), *гребу́* (Потебня, 31), *гребу́*, *гребе́ш*, *гребе́*, *гребу́ть* (Голоск., 82), [5, с. 199], *гребу́*, *гребе́ш*, *гребе́*, *гребе́мо*, *гребете́*, *гребу́ть* (УЛВН, 143; ОС, 148; СН, 63; ОСУМ, 339). Л. Булаховський вважав, що «в українській мові дієприкметники на -л- (форми минулого часу) узагальнили кінцеву акцентуацію (акцентуацію форми жіночого роду), поширивши її на форми середнього роду і множини» [1, IV, с. 361, с. 363]. У формі чоловічого роду, на думку В. Складенка, наголос при

односкладовому корені почав сприйматися як перенесений з кінцевого редукованого на попередній кореневий голосний [5, с. 212]. Пізніше форма минулого часу зазнала акцентного впливу форми інфінітива. В аналізованому дієслові, котре зберігало первинну флексійну акцентуацію, узагальнення флексійного наголошення форми минулого часу і акцентний вплив форми інфінітива збігалися за напрямком і тому привели до виформування флексійного наголошення форми минулого часу: *грѣб, грѣбла', грѣбло', грѣбли'* (Грам., 326, 363; Голоск., 82; УЛВН, 143), *грѣб, грѣбла'* (Панькевич, 315) [5, с. 212], *грѣб, грѣбла'* (ОС, 148; СН, 62; ОСУМ, 339). У формі імператива фіксуємо первісну суфіксальну акцентуацію: *греби'* (Головацький, 187), *греби', гребі'м, гребі'ть* (Грам., 326, 363), *греби', гребі'м, гребі'т* (Верхратський, 1912, 64), *греби', гребі'мо, гребі'ть* (УЛВН, 143) [5, с. 219], *греби', гребі'м (о), гребі'ть* (ОС, 148; ОСУМ, 339).

Висновки і пропозиції. У ході аналізу фактичного матеріалу було зафіксовано 5 (п'ять) акцентем, утворених від вербативних основ зі значенням *pomina agentis* – *борець, гребець, знавець, ловець та швець*. У межах публікації проаналізовано специфіку наголошення іменників

борець і знавець. Опрацьований в плані діакронії та синхронії теоретичний і фактичний матеріал дає підстави стверджувати, що вербоїдна акцентема *боре'ць*, зафіксована в поемі лише в одній відмінковій формі (Н. в. одн. – *боре'ць*) і тому не віднесена до жодного з визначених акцентних типів, функціонує з первісним наголосом на вокалічному суфіксові, зберігаючи баритоновано-окситоновану акцентуацію мотивувального дієслова. Вербоїдна акцентема *гребець*, що також зафіксована в поемі лише в одній відмінковій формі (Р. в. одн. – *гребця'*) з первісним флексійним наголосом, зберігає рухому акцентуацію мотивувального дієслова. У сучасній українській мові обидві форми належать до акцентного типу з рухомим наосновним (суфіксальним) та флексійним наголосом у формі однини й флексійним – у множині. Подальше вивчення акцентуації віддієслівних іменників сприятиме детальнішому аналізу наголошування дієслів у поемі «Енеїда» І. Котляревського, що не були предметом дослідження лінгвістів-акцентологів. Результати таких наукових розвідок поглиблюють відомості про історію становлення українського наголосу, простежать вплив поетичного мовлення на формування акцентної норми.

Список літератури:

1. Булаховський Л. А. Вибрані праці: в 5 т. Київ: Наукова думка, 1975–1983. Т. 4. С. 273–274.
2. Желязкова В. В., Зинякова А. А. Наголошення іменних частин мови в поемі «Енеїда» І. П. Котляревського: монографія. Миколаїв: Іліон, 2017. 238 с.
3. Котляревський І. П. Повне зібрання творів: в 2 т. Київ: Видавництво АН України, 1952. Т. 1. С. 63–305.
4. Складенко В. Г. Праслов'янська акцентологія: монографія. Київ: Українська книга, 1998. 342 с.
5. Складенко В. Г. Історія українського наголосу. Дієслово: монографія. Київ: Наукова думка, 2017. 702 с.

Список скорочень використаних джерел:

- СН – Словник наголосів / укл. С. І. Головащук. Київ: Наукова думка, 2003. 319 с.
 ОС – Орфоепічний словник / укл. Погрібний М. І. Київ: Радянська школа, 1983. 629 с.
 ОСУМ – Орфоепічний словник української мови: в 2 т. / за ред. М. М. Пещак, В. М. Русанівського. Київ: Видавництво «Довіра», 2001. Т. 1. 296 с.

Zhvava O. A., Zyniakova A. A. ACCENTUATION OF MASCULINE VERBAL NOUNS WITH SUFFIX *-ЕЦЬ*

An important task of modern accentology is a thorough study of the accentuation features of classical poetic texts, because their structure and intensification of formal and semantic composition make it possible to analyze the parameters of the accent dynamics in detail.

*The article analyzes the accentuation specifics of masculine verboid nouns with the agentive suffix *-ець* and their motivational verbs from the late Proto-Slavic period up to the present day. The source base of the study is represented by “Eneyida” by I. Kotliarevskiy, works by L. Bulakhovskiy, V. Skliarenko, A. Zyniakova, the materials of Ukrainian accented notes of the XVI-XIX centuries, lexicographic sources of the Ukrainian language, materials of dialectological works.*

*During the analysis of the factual material, we have recorded the following accentemes: *борець, гребець, знавець, ловець та швець*. The accentuation of the nouns *борець і знавець* has been analyzed within*

*the publication. The theoretical and factual material developed in terms of diachrony and synchrony gives grounds to assert that the verboid accenteme *бопе'ць*, which has been recorded in the poem only in one case (nominative case singular – *бопе'ць*) and thus hasn't been classified, functions with the primary stressed vocal suffix, retaining the baritone-oxytonized accentuation of the motivational verb. The verboid accenteme *зпебець*, which has also been recorded in the poem in one case (genitive case singular – *зпебця'*) with primary inflectional stress, retains the movable accentuation of the motivational verb. In the modern Ukrainian language both forms belong to the accent type with a movable stem (suffixal) and inflectional stress in singular form and inflectional stress in plural form.*

Further study of the verbal nouns accentuation will contribute to a more detailed analysis of the stress of verbs in the poem “Eneyida” by I. Kotliarevskyi which have not been studied by linguists-accentologists. The results of such scientific research will deepen information about the history of the Ukrainian accent formation and trace the influence of poetic speech on the accent norm formation.

Key words: *accent, accenteme, accent type, baritone-oxytonized accent paradigm, movable accent paradigm, agentive suffix, motivational verb.*

Жижомо О. О.

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

ЛІНГВІСТИЧНА ПРИРОДА ОКАЗІОНАЛЬНОЇ НОМІНАЦІЇ У ПОЕТИЧНОМУ ДИСКУРСІ ВАСИЛЯ СТУСА

Статтю присвячено аналізу індивідуально-авторських новотворів, виявлених у поетичних текстах Василя Стуса, зокрема розглянуто лінгвістичну природу okazіональних слів як стилістичних засобів номінації позамовної дійсності.

Багатоаспектний характер okazіональних слів визначив необхідність його різнобічного аналізу, що зумовив розгляд авторських новотворів з погляду семантичних, словотвірних та текстотвірних особливостей.

Студіювання питання номінативної функції новотворів як стилістично маркованих мовних знаків дало можливість з'ясувати, що у процесі свого формування okazіоналізми являють собою синтез повідомлення і найменування, а виразність індивідуально-авторських новотворів на пряму залежить від інформативності твірної бази, словотвірної моделі, за якою вони побудовані, контекстуального оточення і мовленнєвої ситуації, яка сприяє уточненню змісту.

У статті було також звернено увагу на причини авторського словотворення, встановлено сутність okazіональної стилістичної номінації, характер її подвійної й одночасної співвіднесеності. В межах даної розвідки було встановлено, що в основу неузусальної номінації кладуться різноманітні ознаки денотатів. Крім денотативних сем, в семантику okazіоналізмів входять конотативні елементи, які найповніше презентують себе на рівні контексту. Індивідуальне значення okazіоналізмів формується на основі конотацій їх твірних. В результаті активізації імпліцитних сем, семантика авторських новотворів виявляється складнішою від узусальних, що зумовлює їх вагомість у надфразовій єдності. Це своєрідний різновид вторинної лексичної номінації, яка виникає в певному контекстуальному оточенні, обслуговує цільову направленість тексту і, вкриті-реши, являє собою вагомий номінативний засіб, оскільки володіє певним асоціативним потенціалом.

В ході дослідження було визначено статус вторинних okazіональних номінацій у поетичному дискурсі: вони володіють певним емоційно-експресивним забарвленням, ліквідують індивідуально-авторських «лексичний дефіцит», характеризуються специфічними структурними особливостями, семантичною і стилістичною маркованістю, розширюють лексикон продуцента у відповідних умовах, ситуаціях, контекстах і є показником процесу мислення творчої мовної особистості.

Ключові слова: okazіоналізм, вторинна номінація, стилістичний маркер, контекст, сигніфікат, денотат.

Постановка проблеми. Пошуки українських поетів у галузі індивідуально-авторського словотвору мають вплив на розвиток образної системи поезії взагалі, збагачують поетичний лексикон, визначають перспективи творення нових номінативних одиниць за певними словотвірними типами, спонукають митців слова до подальшого активного використання виражальних засобів мови. У зв'язку з цим особливого значення набуває аналіз лінгвістичної природи okazіональних слів, дослідження причин, що зумовлюють їх виникнення і функціонування в поетичному дискурсі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на те, що студіювання okazіональних

слів на різних рівнях було предметом дослідження багатьох вітчизняних і зарубіжних мовознавців Г. Й. Винокура, О. С. Кубрякової, Е. Ханпери, В. В. Лопатіна, В. А. Чабаненка, В. М. Виноградової, О. А. Земської, І. Т. Принцевського, низка питань, пов'язаних із лінгвістичною природою індивідуально-авторських новотворів, залишається відкритою.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз лінгвістичної природи okazіональних слів, виявлених у поезіях Василя Стуса, як стилістично маркованих мовних знаків, що виконують функцію вторинних номінацій у поетичному дискурсі.

Як відомо, пізнавальна діяльність людини обов'язково знаходить своє висвітлення в системі

номінацій, у номенклатурі лексичних одиниць, що являють собою номінативні знаки. Засоби, якості, відношення, психічний стан, суб'єктивні переживання, емоції опредмечуються у свідомості людини й отримують свою назву. Розмежування слів за їх семантичними показниками знайшло своє віддзеркалення у вигляді поділу усіх лексем на два великих розряди: повнозначні і неповнозначні, враховуючи характер смислового змісту та їх комунікативних функцій. Для того, щоб мова як складна семіотична система виконувала своє пряме призначення – була засобом формування абстрактного мислення і засобом комунікації, необхідна не лише наявність узуальних слів-найменувань, але й слів-натяків, слів-асоціацій, адже перехід від мови до мовлення здійснюється за допомогою численних мікросистем знаків – знаків-заміслювачів, знаків-вказівок, логічних і прагматичних операторів.

Особливостями найменування позамовної дійсності стилістично маркованими мовними знаками передбачає особливий ракурс, який можна позначити як стилістичний аспект номінації. Бажання митця надати суб'єктивну оцінку зображуваному є причиною народження слів, які є своєрідним втіленням його суб'єктивних ідейних міркувань. Оскільки узуальні слова не завжди відповідають прагненням автора образно, нетривіально висловити думку, він вдається до створення еквівалентів, які б повною мірою змогли б реалізувати авторську інтенцію, спрямовану на передачу образного сприйняття навколишньої дійсності. Поет у своїй свідомості виділяє суттєві риси об'єктів, групує їх, класифікує і згодом дає їм оригінальне нове позначення. З одного боку, індивідуально-авторські новотвори обов'язково демонструють зв'язок з уже відомим носіям мови за допомогою образів, закріплених у лексичному значенні мотивуючих одиниць, а з іншого, – із твірними словами вони демонструють лише частковий зв'язок, оскільки нові морфеми привносять у новотвір свої семантичні відтінки.

Оказіональні слова за природою і особливостями свого виникнення, утворення маркуються як стилістичні мовні знаки. Їх творення базується на образному сприйманні навколишнього середовища, вони обов'язково демонструють зв'язок із тим, що уже відомо носіям мови за допомогою образів, закріплених в лексичних значеннях слів. Неузуальна номінація – це своєрідний різновид вторинної лексичної номінації, яка виникає в певному контекстальному оточенні, обслуговує цільову направленість тексту і, врешті-решт,

являє собою вагомий засіб номінації, оскільки володіє певним асоціативним потенціалом. Тому okazіональні слова – це своєрідні засоби вторинної номінації, за якої, існуючі в мові номінативні засоби використовуються автором у новій для них функції найменування. На відміну від канонічних утворень, з їх постійною відтворюваністю у процесі комунікації, okazіональні слова, створювані автором для кожної конкретної мовленнєвої ситуації, не проходять шляху від знаку повідомлення до знаку найменування, а є прикладом демонстрації одночасного синтезу повідомлення і найменування.

Репрезентуючи знакову сутність okazіональних слів, обов'язково слід враховувати співвідношення трьох складових: мови, мислення і об'єктивної дійсності. Знакова репрезентація – опосереднене людською свідомістю відношення через знак суб'єкта до об'єктивної дійсності. Вивчення аспекту вторинної номінації в стилістично маркованих знаках доводить, що узагальнений характер людської свідомості знаходить тут своєрідне втілення. Процес образного позначення завжди є віддзеркаленням творчої манери митця. Створюючи номінативну одиницю, що на тлі інших складових контексту виділятиметься певною семантичною місткістю, автор обов'язково підбирає і закладає в її зміст ті ознаки, які найточніше відповідатимуть зображуваному. Таким чином, співвіднесеність з виділеними кваліфікативними сферами пізнавальної дійсності будуть реалізовані особливим семантичним компонентом. Для okazіоналізмів, як стилістично маркованих словесних знаків, – це стилістичне значення, тобто той зміст, який новотвір повністю може розкрити вже в контекстальному оточенні. Відповідно, стилістичне значення визначатиметься як зміст стилістично актуалізованої одиниці з різними нашаруванням: емоційно-оцінним або експресивно-образним.

Залежно від співвідношення значення і семантико-стилістичного потенціалу знака розрізняють узуальне стилістичне значення – прояв стилістичного потенціалу словом й okazіональне стилістичне значення – прояв стилістичного змісту в конкретній мовленнєвій ситуації. В індивідуально-авторських новотворах, які обслуговують лише одну мовленнєву ситуацію, обов'язковою умовою функціонування є стилістичне значення, що виступає ядром змістового навантаження. Сутність okazіональної стилістичної номінації полягає в тому, що вона характеризується подвійною й одночасною співвіднесеністю. З одного боку, – це різні грані пізнавальної діяльності

людини, автора твору, категорії соціально-психологічні, з іншого, – це ті якості, особливості, властивості, які поет «приписує» предметові найменування. І хоч такі номінації є виявом лише одного контексту, не вживаються в узусі мовним колективом у подальшому, вони формують стиль письменника, виступають своєрідними маркерами його особливих світоглядних позицій: «Тож просторся, душе моя, на чотири татами...», «...в осінній пожжежі мій дух басаманить», «...вивласнюєм серця – нащадкам офіруємо...», «Хтось...ніби мною водить, я ж **припроваджуватись** не звик», «Хай **почезає** час, аби в безчассі я вдруге міг постати», «Не **панегіритиму** карамельним віршем», «не про мене **чужіти** в чужа-нецькій чужині».

Денотат стилістично маркованих одиниць, на відміну від денотата нейтрального слова, є складним, комплексним явищем, в якому співвіднесеність з кваліфікаційними сферами начебто стикається з виділеною в узусі людським мовним колективом якоюсь ознакою предмета найменування. Він стає настільки яскравим, ведучим, домінантним в процесі його осмислення в межах контексту, що мимоволі відбувається переосмислення об'єкта найменування через призму оцінного, чуттєвого, образного, асоціативного уявлення. В якості реального об'єкта позначення стилістично маркованого знака виступають певні категорії соціально-психічної діяльності його автора, що лежать на стикові чуттєвого й раціонального. Психологами й фізіологами розроблені критерії для вираження позитивних і негативних емоцій, домінантами яких є поняття задоволення чи незадоволення, що впливає на приріст прагматичної інформації. Усі емоційні відчуття й оцінні категорії, які є складовою авторської інтенції, чітко діляться на позитивні і негативні. Ті емоційні й оцінні критерії, які задає сам автор поетичного дискурсу, створюють соціально-психологічну базу, яка уможливорює адекватне сприйняття реципієнтами стилістичної інформації, закладеної в оказіональних одиницях. У випадку з індивідуально-авторськими новотворами, яскравих засобів стилізації тексту, предмет найменування, як правило, є чи не єдиним фактом конкретних суб'єктивних емоцій, оцінного судження, образного уявлення, що засвідчує нетипове сприйняття певних явищ об'єктивної дійсності, демонструє нетривіальний характер осмислення позначуваного класу предметів. Тлумачення сигніфікативного аспекту оказіональної стилістичної номінації базується на тому, що, за своєю приро-

дою, нетривіальні одиниці, на відміну від узуальних стилістичних одиниць, не є узагальненням спільного мислення, а є показником насамперед одиничного, чуттєвого, випадкового: «Жалощів брості коцюрбляться в **снінні**...», «Милої рукав лише до **спроневіри** додається», «...ця теплота **сподіяння** і сну, в спокоєнного спогадами...», «Він **опорятунок**, я ж білоусто мовлю: порятуй», «...старий ясмин **оцвітінням** весь німує», «...і часом віриться – нема ніякий **окрутенств**», «І ось ти – все, що снилось як **смертеіснування** і **життєсмерть**», «І **закмашини**, і **заквагони**. Шпали, і фари, пси і солдати...», «...на **всерозхресті** люті і жалю...», «...все поглинає **хлань**», «...зніми з душі бажань нових **чинінь**», «...демократіє покори і свободо **німувань**», «Ти **тінь**, ти **притінь**, смерк і довгий чуд...», «І разом з тобою розшукаємо все – до найменшого **панігтя**...», «спізнай смертельні чари дороги добр і **почезань**», «Та **прозимом** осінь віє...», «У спеку – роси! І **погроззя**», «В **перехвиль** сонця розтоплені кину слово залюбки», «Росте відьомська **поніч** на шабаші проклять», «Ця нестерпна жсага **подоців'я**», «Пробач мені, кохана **Прикраїне**...». Спостереження над реальною дійсністю і стилістична номінація пов'язані з тим, що поет, абстрагуючись від зайвого, одночасно акцентує увагу на домінантних ознаках предмета, виділяє, виокремлює ту, яка у конкретному контексті буде найдоречнішою, певним відчуженням втіленням абстракції.

Розглядаючи аспект оказіональної стилістичної номінації варто звертати увагу на співвідношення між суб'єктом, що називає, і об'єктом, який називають. В основі самого акту найменування виявляється здатність обрати певні ознаки предметів, явищ, що визначатимуть їх внутрішню форму, семантичну вагомість, текстотвірну потенційність. Виділення тої чи іншої ознаки як основи найменування пов'язано безпосередньо і з характером сприйняття навколишнього світу суб'єктом: «Ламка і витка **всеспадна** вседорога», «...і вішню **ненасиття** в грудні **грабілих** тополь», «Є **галаморено-густа**, повсталла печаль», «...крик **ізрунта-ного** сонця...», «І в потічку ярів **круглавий** день», «**Кругластий** біль ребер», «Ти воровся один між **мелькавих** рябих тополь», «Лип **медвянистий** напій», **настрашлива** тінь, «Ущухлим світлом сяють вишні **опонічні**», «Отак живу – з чолом **прогрішним**...», «...і рідні лиця... тобі здадуться з **понагірних** вез», «...я на всі **стобереги** **просторений**», «... на цій **чужинецькій** землі», «Печальна, ніби **тінь** **повечорова**», «Несуть тобі три царіє

со дари **скапаране** озлоблення моє». У наведених оказіональних ад'єктивних номінаціях емоційно-експресивне забарвлення створюються в результаті взаємодії трьох факторів: характеру лексичного значення мотивуючого слова, емоційно-стилістичного забарвлення суфікса і, звичайно, контексту. Чітко простежується, як контекстуальне тло підкреслює індивідуальність, семантичну насиченість, більшу інформативність новотворів, порівняно з узуальними словами. Складається враження, ніби автор свідомо прагне ліквідувати синтаксичне розчленування, уникає громіздких непотрібних описових формулювань, щоб точніше висловити суб'єктивну думку. А реципієнт, у свою чергу, отримує можливість уявити, провести певні асоціації, розширити можливості пізнання і творчого мислення, обдумати те, що раніше не сприймалося або було відсутнім у реальному досвіді.

Узуальні лексеми, як відомо, не позначають субстанціонального характеру речей і не подають повного уявлення про сутність предмета, який називають. Їх призначення – підкреслити якийсь один аспект номінованого предмета. Під час найменування людина з великої кількості даних встановлює певні фіксовані центри сприйняття. Виділяючи предмет з ряду подібних, ми начебто повертаємо його різними сторонами до себе, але різні боки бачимо неоднаково чітко. Пряме номінативне значення нейтральних одиниць, що позначають тип денотата, не обтяжене додатковою інформацією, воно співвідноситься з реальними ознаками об'єкта. На їх фоні оказіональні слова, із чітко закріпленою за ними кваліфікаційною характеристикою, особливо виділяються, оскільки їх стилістичне значення не завжди співвідноситься з тими ознаками, які закріплені мовним колективом.

Здатність людини до абстрактного мислення, з одного боку, і активна пізнавальна діяльність, з іншого, – в номінативному процесі особливо чітко проявляється під час образного уявлення дійсності. Ця можливість ґрунтується на здатності людського мислення асоціативно пов'язувати предмети і явища навколишньої дійсності, на здатності побачити як загальні так і особливі, індивідуальні ознаки, певні тотожності створюваних ними уявлень. Введення в контекст оказіональних номінацій посилює створення експресивної образності повідомлюваного. Відбувається осмислення поняття і його мовного втілення через окремі конкретні ознаки, на яких акцентує увагу поет: «...а каменяка, зразу не кинена, **камі-**

нючиться», «На вишнях **каріє** кора», «Відмайорів мій день, **відпрапорів**...», «...твої пшеничні руки над **безберегістю** полів...», «Голубіє, рябіє, хмурніє, **розлистився** спокій...», «Чорний світ **іскулився**». В результаті процесу абстрагування одна з однак предмета, стає основою нового оказіонального найменування.

При створенні індивідуально-авторських новотворів стихійно реалізується потенційна можливість мови створити лексему, яка б точно позначала певні явища реальними засобами мовної системи. Функціонуючи у конкретному контекстуальному середовищі, вони не викликають у реципієнта ніякої іншої реакції, окрім реакції порозуміння з автором, який, створюючи оказіоналізм, передбачає єдину мету – досягти повного розуміння з читачем. Набуваючи у контекстуальному оточенні прирощення змісту, новотвори виступають стилістично вагомими компонентами тексту, формують індивідуальний стиль митця, допомагають йому повніше і згідно з індивідуальним світосприйняттям розрити думку і ставлення до явищ навколишньої дійсності, які автор хоче донести до читача.

Будь-який об'єкт містить велику кількість ознак, якостей, зв'язків, відношень і він може отримувати різні назви залежно від того, які ознаки обиратимуться як відмінна ознака найменування. Тут важливу роль відіграє активність номінатора, який з ряду найменувань і можливостей мови використає або заново створить, номінативну одиницю, яка найкраще відповідатиме виділеній ознаці в об'єкті. Як відомо, у лексичному значенні слова наявні денотативна частина, що відповідає предметно-логічній інформації, не пов'язаної з учасниками і обставинами комунікації, і конотативної, яка навпаки пов'язана з умовами і учасниками комунікації. Денотативна частина є обов'язковою, вона являє собою складну єдність в силу віддзеркалення складності вираженого в слові поняття, конотативна частина лексичного значення слова є факультативною, вона може вміщувати один чи кілька компонентів, що відповідають різним видам додаткової інформації, а може бути взагалі відсутня у слові. Окрім денотативних сем, які відбивають різні боки описуваного явища, в семантику оказіональних номінацій входять конотативні елементи, і саме вони найяскравіше реалізуються, проявляють себе на текстовому рівні. Актуалізація імпліцитних сем зумовлює і особливу семантичну природу оказіоналізмів порівняно з узуальними словами. Предметно-логічна частина значень авторських ново-

творів є ускладненою, оскільки вміщує в собі більше ознак денотата за рахунок актуалізації імпліцитних сем. Фактично в ній вміщені компоненти, які унаочнюють ознаки двох понять, що відбивають різні явища позамовної дійсності: поняття, які передаються okazіонально, і поняття, які передаються узуальним значенням мотивуючої складової даного слова. Okazіональне значення відображає такий момент дійсності, змалювання якого зазвичай потребує розгорнутого опису, як, наприклад, у відіменникових дієслівних новотворах: «Відмайорів мій день, **відпрапорів**...», «**Звіхолили** сні мій день, і ніч мою, й життя прожити...», «Дна не **викопитиш**...», «Тож **просторся**, душе моя, на чотири татами...», «Голубіє, рябіє, **розлистився** спокій...». Ознаки, які закладає автор у новотвори можуть бути різними, тому й повідомлювана ним інформація буде напряму залежати від цього. Як видно, внутрішня лексико-семантична природа наведених дієслівних okazіоналізмів є досить складною і повністю розкривається на рівні певного контексту. Звичайно, що їх інформативність залежить від функціонального призначення, від того наскільки точно і влучно ці засоби вторинної номінації досягають кінцевої мети – допомагають читачеві не лише зрозуміти, але й відчути авторську інтенцію.

Семантична ускладненість значень okazіональних слів збільшується ще й за рахунок того, що у них, окрім ускладненої предметно-логічної частини, як обов'язковий компонент входить і конотативне значення, і додаткові смисли, що виникають вже під час функціонування в тексті. До того сама структура okazіонального значення являє собою не просто суму вказаних значень, а їх складну взаємодію, в результаті якої okazіоналізм може сприйматися в кількох значеннях одночасно. Семантична ускладненість індивідуально-авторських новотворів зумовлює їх досить високий ступінь інформативності, яка повністю може бути розкрита тільки на рівні цілого тексту. Проте, для того, щоб зрозуміти предметно-логічну інформацію, щоб адекватно сприйняти значення okazіональної номінації, реципієнту часто достатньо і контексту речення.

Дослідження синтагматичних умов реалізацій okazіональних значень у новотворах, виявлених у поетичних рядках Василя Стуса (*відтонкого-лосить, припроваджуватись, защемріло, вименшуватись, басаманить, хрюбтати, щебертять, надтверднути, перегратись, переколобродити, висамотіти, зсамотіти, почезати, вивласнювати, виспокоїтись, іскулитись, викопити*ти,

розхвилений, безволений, виголілий, визорений, всніжений, зазорений, засоплений, нерозвітрений, олітнений, приріднений, розстеблений, зчужілий) доводить, що сигніфікативний аспект значення при його okazіональній інтерпретації не є зрозумілим без контексту речення. Обов'язковою умовою існування подібних номінацій є відповідне контекстуальне оточення, яке чітко вказує на реалізацію значення новотвору, іншими словами, в межах контексту, характерного для дієслів, автором обираються саме ті лексичні одиниці, які у співіснуванні з okazіональним дієсловом: «Нехай-но і помру – та він за мене **відтонкого-лосить**...», «Хтось...ніби мною водить, я ж **припроваджуватись** не звик», «**Защемріло** шаро у глухому розпадку», «Зникає дерево, почали **вименшуватись** крони», «...зламана віть... в осінній пожежі мій дух **басаманить**», «...після полумки самогон **хрюбтали**», «...і ти, як крик, **надтверднеш** і озовешся голосом струмка», «Обі-рвали б, ніби струни, – на одній спробуй **перегратись, перебралась, переколобродить**», «Сумний мій задум ходить коло вікон, шаблюкою у шибку **щебертять**», «Хочте – **висамотіла**, витекла (усмішка)», «І усмішка – теж **зсамотіла**», «Хай **почезає** час, аби в безчасі я вдруге міг постати», «**Вивласнює** серця – нащадкам офі-руємо», «...під сонцем опівнічним **виспокоїтись** не дає», «Чорний стіл **іскулився**», «Дна не **викопитиш**» або дієприкметником, утвореним від okazіонального дієслова: «Моє життя **розхвилене** в узгір'ї», «Був і дратливий, і **безволений**», «Летить крилатолезо на віття **виголіле**», «Ідеш у **визорену** ніч», «...безберегі **всніжені** поля...», «Горобці в калюжах **витеплених бовтались**», «У нічні, **зазорені** холодні зорі», «...малеча **вистромяє** носи **засоплені**», «Ти приносиш бурю **нерозвітрену**», «Очі матері – **олітнені** ставки», «...до котрої ти примусово **приріднений**», «І літ **розстеблені** гаї», «...маленький шротик серця, **счужілий** і заблуканий у тілі» дозволяють однозначно ідентифікувати його зміст.

Таким чином, якщо номінація нейтральним словом характеризується безпосередньою, прямою співвіднесеністю з предметом позначення, то для стилістично маркованої номінації, якою є okazіоналізм, властива опосередкована подвійна співвіднесеність, що в умовах відповідного контексту ускладнюється прирошенням додаткового змісту. Номінація в стилістично маркованих okazіональних одиницях реалізує зв'язок з обраними автором для конкретної мовленнєвої ситуації ознаками, які й стають предметом найменування.

Це, в свою чергу, дозволяє характеризувати дено-
тат і сигніфікативний аспект новотворів (на від-
міну від денотату нейтральних, узуальних слів)
як складне, комплексне явище. Отже, змістове
навантаження індивідуально-авторських новотво-
рів володіє певною внутрішньою предикацією, їх
емоційна чи інтелектуальна складова як ознака
предмета чи явища стає невід'ємною, а підчас
домінантною складовою змісту всього контексту.

Висновки і пропозиції. Результати проведе-
ного дослідження показали, що індивідуально-
авторським новотворам, виявленим у поезіях

Василя Стуса, властиве більше семантичне наван-
таження, порівняно з іншими складовими кон-
тексту. Це доводить їх високу продуктивність як
дієвого засобу впливу на реципієнта внаслідок
унікальної спроможності передавати найтонші
відтінки навколишньої дійсності. Представлене
дослідження торкається лише деяких питань,
пов'язаних із лінгвістичною природою okazji-
оналізмів як стилістичних маркерів контексту.
У подальших розвідках плануємо вирішити коло
проблем стосовно ролі новотворів у породженні
авторського тексту.

Список літератури:

1. Кубрякова Е. С. О номинативном компоненте речевой деятельности. *Вопросы языкознания*. 1984. № 4. С. 13–44.
2. Лисиченко Л. А. Про характер мотивованості семантичної структури віддієслівних іменників. *Лінгвістичні дослідження*. Харків, 1992. С. 3–13.
3. Мойсієнко А. К. Експресивні відприкметникові назви. *Мовознавство*. 1985. № 1. С. 34–38.
4. Принцевський І. Т. Авторські новотвори в українському поетичному мовленні. *Проблеми слово-
образования русского и украинского языков*. Київ – Донецьк : Вища школа, 1976. С. 150–166.
5. Улуханов И. С. Словообразовательная семантика в русском языке. Москва : Наука, 1977. 252 с.
6. Чабаненко В. А. Основи мовної експресії. Київ : Вища школа, 1984. 165 с.

Zhizhoma O. O. LINGUISTIC NATURE OF OCCASIONAL NOMINATION WITHIN POETICAL DISCOURSE BY VASYL STUS

The article analyses individual and authorial neologisms revealed in poetic texts by Vasyl Stus, in particular, it considers linguistic nature of occasional words as stylistic means of beyond-speech reality nominations.

Multidimensional nature of occasional words defines necessity to analyze it in various ways, i.e. from the viewpoint of semantic, word-formation and text-formation peculiarities.

Learning the issue of neologisms nominative function as stylistically marked linguistic signs enables to figure out that while forming occasional words combine synthesis of messaging and naming. Analysis made enables to state that expressiveness of individualistic and authorial neologisms directly relied on information content of formation base, word-formation pattern they are grounded on, context and speech situation which enables to clarify the meaning.

The article pays specific attention to the reasons for creating authorial neologisms, as well as defines the core of occasional stylistic nomination, the nature of its doubled and simultaneous relevance. This study reveals that various features of denotations lay the foundation for unusual nomination. Apart from denotation semes, connotative elements are included into occasional words semantics. Individual meaning of occasional words is shaped on the basis of its constituent parts connotation. As a result of implicit semes acceleration, semantics of authorial neologism is of more complex nature than that one of usual words, which specifies its importance in the beyond-the-phrase unity. It is a peculiar option of secondary lexical nomination that occurs in a specific context, serves text target orientation, and, lastly, represents a mighty means of nomination as it possesses specific associative potential.

The study identifies the status of secondary occasional nominations in poetic discourse: they possess significant emotional and expressive coloring, eliminate individual and authorial 'lexical shortage', acquire specific structural peculiarities, semantic and stylistic markedness, expand lexicon of producer in relevant circumstances, contexts and present an indicator of linguistic personality's thinking process.

Key words: occasional words, secondary nomination, stylistic markers, context, signifier, denomination.

Калужинська Ю. В.

Університет Григорія Сковороди в Переяславі

ФУНКЦІОНУВАННЯ НЕГАТИВНО-ОЦІННОЇ ЛЕКСИКИ В ГАЗЕТНИХ ТЕКСТАХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ ТЕМАТИКИ

Глобалізація інформаційних процесів, поява низки нових засобів масової комунікації призвела до того, що центр творення сучасної української літературної мови у ХХІ ст. перемістився в журналістику, яка стала оперативним, динамічним носієм і продуктом суспільної думки.

На основі аналізу газетної періодики розглянуто використання негативно-оцінної лексики для надання характеристики суспільно-політичним процесам, діям та станам, що мають місце на сучасному етапі. Висвітлено поняття пейоративної лексики та її функціонування у газетних публікаціях. Встановлено, що найактивнішого вияву лексика з негативною оцінкою набуває у суспільно-політичних текстах.

З'ясовано, що оцінність – найважливіша інтенціональна категорія публіцистичного дискурсу, за допомогою якої адресант переконує адресата в певних заданих цілях, і що вона тісно пов'язана з пейоративною лексикою, оскільки саме остання покликана надати певну оцінку тим чи тим подіям, фактам чи особам. Концепт оцінки є безумовно важливою складовою картини світу осіб, представників певних соціальних груп та цілих націй, адже всі події та факти навколишньої дійсності сприймаються як позитивні, нейтральні або негативні залежно від встановлених норм, правил та особистих переконань. Категорія оцінки значною мірою визначає комунікативний намір мовця і загальний зміст повідомлення.

Для створення конкретного емоційного забарвлення та надання текстам відповідної оцінки, переважно негативною, журналісти активно послуговуються жаргонною лексикою та лексемами з переносним значенням з негативною оцінкою. Встановлено, що вживання лексики з негативною оцінкою не лише створює експресивно-емоційні настрої, але й подекуди порушує норми літературної норми.

Ключові слова: негативна оцінка, оцінність, пейоративи, лексика з негативною оцінкою.

Постановка проблеми. Слово – це знак, який називає предмети, явища дійсності, їх властивості та відношення між ними. Але слово не лише називає, але й виражає оцінку. Значна кількість слів української мови, номінуючи явища дійсності, одночасно висловлюють ставлення до них, тому в певному контексті значення слів змінюється, передаючи відтінки думки. У цих слів оцінка є складником значення, як відтінок, і вони мають оцінну конотацію.

Мова друкованих засобів масової інформації – один із найдинамічніших підстилів публіцистичного стилю: у ній доволі яскраво й швидко відзеркалюються зміни, що відбуваються в суспільстві. Українська періодика перебуває в постійному пошуку різних засобів суб'єктивного вираження мовлення. Газети в мовному плані прагнуть наблизитись до читача, зацікавити його, зокрема засобами емоційно-оцінної лексики. Оцінність у масовокомунікаційному дискурсі має особливий характер, оскільки оцінка в засобах масової інформації – це не просто індивіду-

альна оцінка, що відображає точку зору конкретного журналіста, а оцінка певних ідеологічних груп суспільства, відображена автором-медіатором у своїх текстах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Оцінність – найважливіша інтенціональна категорія публіцистичного дискурсу, за допомогою якої адресант переконує адресата в певних заданих цілях. Ця категорія оцінки привертає увагу багатьох українських та зарубіжних мовознавців, її розглядають у логіко-семантичному (Арутюнова [1]), семантико-прагматичному (Бацевич [2], Маркелова [7]) та комунікативному (Гуйванюк [5]), текстотворчому (Соловій [10]) аспектах. Проблеми негативною оцінки торкались у своїх роботах дослідники мови засобів масової інформації: С. П. Бирик [4], Б. О. Коваленко [6], М. І. Навальна [8], О. А. Стишов [12] та ін.

Постановка завдання. Метою цієї наукової розвідки є аналіз сучасної української періодики щодо використання в ній негативно-оцінної лексики та її вплив на адресата.

Виклад основного матеріалу. Конкретна лексична одиниця може реалізовувати пейоративне значення в умовах певного контексту, якщо у структурі цієї одиниці присутній емотивно-оцінний аспект. Пейоративами називають лексеми з конотативним аспектом «негативної емотивної семи», за допомогою якої виражається ставлення мовця до адресата. Це може бути вульгарна, розмовно-просторічна, жаргонна лексика. Сфера використання таких слів – розмовно-побутова, у художній літературі їх вживають для створення колориту мовлення героїв. Важливою особливістю використання цієї лексики є можливість негативно «оцінювати» особу співрозмовника, перетворюючи процес спілкування на конфліктну взаємодію. На початку XXI століття пейоративами активно послуговуються журналісти. Слова з негативним значенням використовують у текстах на різні теми, з метою акцентування уваги читачів на певних негативних процесах, що відбуваються у сучасному суспільстві, політиці, економіці.

Найбільшого вияву негативно оцінна лексика набуває у суспільно-політичних текстах. Саме у них автори статей описують події та явища, що відбуваються у сучасному суспільстві. Для більшого емоційного забарвлення часто вживають лексику з переносним значенням: присаджувати *перен.* «примушувати кого-небудь вгамовувати свої пориви, надмірне захоплення чим-небудь і т. ін.» [9, 8, с. 13]; поховати *перен.* «забути що-небудь, пустити в непам'ять; зневіритися в чомусь» [9, 7, с. 454]; розв'язувати *перен.* «вирішувати щось (питання, проблему, справу і т. ін.)» [9, 8, с. 642]; накривати *перен.* «ловити, захоплювати кого-небудь зненацька» [9, 5, с. 111]; роздувати *перен.* «навмисне перебільшувати що-небудь; уявляти щось більшим, ніж є насправді» [9, 8, с. 671]; розносити *перен.* «дуже лаяти, піддавати гострій критиці; засуджувати» [9, 8, с. 751], напр.: «Те, що Офіс президента кидає величезні сили, щоб **«присадити»** Разумкова (навіть хочуть забрати у нього мандат), свідчить, що на Банковій його побоюються» (ВЗ, 11.11.2021); «Мета Путіна – зробити так, аби білоруський диктатор не мав жодної можливості розвернутися у бік Європи, аби на Заході остаточно **«поховали»** надію на те, що з Лукашенком можна мати бодай якісь справи» (ВЗ, 10.11.21); «Міграційною кризою на кордоні Білорусі з Євросоюзом Росія **«розв'язує питання»** подальшого створення єдиної держави» (ГПУ, 12.11.21); «Під Львовом **накрили** підпільний тютюновий цех» (заг.,

ДТ, 11.11.21); «Турагентства та навіть друкарні. СБУ **«накрила»** великі канали підробок COVID-документів» (Сьогодні, 12.11.21, заг.); «Вносили мільйони разом із сейфами: поліція **накрила** банду «ведмежатників» (УП, 12.11.21, заг.); «Ситуацію **роздули»** – що розповіли пасажири, які прилетіли до Києва з Казахстану» (заг., ГПУ, 10.01.2022); «Раніше Мережу **«рознесло»** скандальне відео за участю Софії, де вона **ластється»** (Сьогодні, 11.01.2022).

У текстах суспільно-політичного спрямування активного вияву набувають лексеми з негативною оцінкою у переносному значенні, яке, проте, не зафіксовано у лексикографічних джерелах. Так, наприклад лексема темник має значення «погріб, винний льох» [9, 10, с. 68], однак у контексті про керівництво країни та їхню приховану діяльність набуває іншого вияву, а саме «місце, приховане від посторонніх, щось таємне», напр.: «Виникає питання – а чому керівництво країни, зокрема президент Зеленський, санкціонувало у своїх **«темниках»** таке нахабне ставлення до наших стратегічних партнерів?» (ВЗ, 11.11.2021).

Подібні журналістські прийоми спостерігаємо й у тематиці про ріст цін чи епідеміологічну ситуацію в країні, напр.: «Абонплата **злетить**. Чому українцям доведеться більше платити за інтернет» (заг., Сьогодні, 11.11.21); «Україна стала **«червоною»** для країн ЄС, але не для всіх. Куди можна поїхати» (заг., Сьогодні, 11.11.21); «Ковідна амністія: вакцинуватися можуть і ті, хто купив **«лівий»** сертифікат – Єнін» (заг., Україна молода, 10.11.2021).

Словник української мови дає таке визначення лексемі злітати «летячи, підніматися в повітря; піднімаючись угору, покидати яке-небудь місце; летячи, досягати якого-небудь місця; *перен.* несподівано з'являтися, виникати» [9, 3, с. 595], та у текстах про цінову політику набуває значення «стрімко збільшуватись, зростати».

У тематиках, які описують ситуації, пов'язані з коронавірусом лексема червоний, наприклад, має значення «небезпечний», проте лексикографічні джерела трактують її у значенні «який має забарвлення одного з основних кольорів спектра, що йде перед оранжевим; кольору крові та його близьких відтінків; *перен., політ.* який стосується революційної діяльності; пов'язаний з радянським соціалістичним ладом» [9, 11, с.296]; а лексема лівий означає «недостовірний, отриманий нечесним шляхом», хоча у словнику її визначають як «розташований з того боку тіла, де міститься серце» [9, 4, с. 507].

Дуже цікавим видається використання деяких лексем у непритаманному для них поєднанні. Наприклад лексема *гвалтівник* означає «той, хто гвалтує» [9, 2, с. 43], однак у деяких політичних текстах вона вжита у поєднанні з назвою держави і, відповідно, описує певні насильницькі дії зі сторони останньої. Як напр.: *«Росія – серійний гвалтівник, ще раз полізете – дамо по яйцях, – екс-глава МЗС Польщі Сікорський відповів Лаврову»* (заг., ВЗ, 11.01.2022). Або ж лексема скасовувати «визнавати, оголошувати що-небудь недійсним, незаконним; анулювати, відмінати» [9, 9, с. 255] у темі про актора Кріса Нота вжита у незвичному поєднанні – *«Кріса Нота скасували: що відбувається із зіркою Sex and the City після секс-скандалу»* (заг., Сьогодні, 11.01.2022) – і в такому контексті означає «відмовлятися працювати, не брати до уваги».

У суспільно-політичних текстах подекуди стикаємось із жаргонними одиницями. Так лексема кидати «виманювати за допомогою махінацій значні суми грошей, обдурювати когось» [11, с. 136] негативно описує дії деяких користувачів популярних торгових майданчиків, пор.: *«Тоді OLX доставка підтверджує, що все в порядку та на карту зловмиснику переводять ваші кошти, цього клієнта намагалися «кинути» на цілих 11 тисяч»* (Сьогодні, 11.01.2022).

Негативного маркування набувають тексти із вживанням лексики у переносному значенні щодо певних захворювань. Особливо актуальним використання таких журналістських прийомів видається сьогодні, коли ситуація з коронавірусом у світі та в Україні зокрема є такою гнітючою. Так, для надання більшого емоційного забарвлення подаються лексеми у переносному значенні: косити «позбавляти життя; нищити, вбивати» [9, 4, с. 305]; скручувати «знесилювати, украй виснажувати» [9, 9, с. 328]; атакувати «спрямовувати свої дії проти когось або на досягнення якої-небудь мети» [СУМ, 1, с. 70], напр.: *«У Франції виявлено новий штам COVID-19 – вже почав «косити» людей»* (заг., Сьогодні, 04.01.2022); *«Косить» коронавірус лише невакцинованих»* (ВЗ, 11.11.21); *«Хвороба настільки мене «скрутила», що власної домашньої адреси не пам'ятав»* (ВЗ, 11.11.21, заг.); *«COVID-19 атакує, але не тільки він: що відбувається з епідеміологічною ситуацією у Києві»* (Сьогодні, 12.11.21, заг.).

Однак не лише у «коронавірусній» тематиці спостерігаємо таке явище. Наприклад лексему пустувати «розважаючись, бавитися, гра-

тися; поводитися легковажно, нерозважливо» [9, 8, с. 402] зустрічаємо у такому контексті: *«Від випадіння волосся до ранніх зморшок – як «пустують» гормони щитовидки і що робити»* (заг., Сьогодні, 11.01.2022).

Соціально-політичним текстам також притаманна наявність медичної термінології, вжитої у переносному значенні. Наприклад для опису негативних дій сучасної влади вжито словосполучення *«вірус 95 кварталу»*, оскільки переважна більшість народних депутатів раніше були частиною відомої гумористичної команди. Лексема ж вірус трактується як «один із найдрібніших хвороботворних мікроорганізмів, збудник інфекційного захворювання» [3, с. 110], пор.: *«Так виглядають всі корупційні вертикалі, які заражені вірусом 95 кварталу»* (заг., ВЗ, 12.11.2021). А для позначення небажаних дій щодо харківського авіа-підприємства, які, ймовірно, призведуть до його закриття або розкрадання активів, вжито лексему евтаназія, яка за словником визначається як «цілеспрямоване пришвидшення смерті невиліковного хворого з метою звільнити його від страждань» [3, с. 198], пор.: *«Тиха евтаназія: на Харківському авіапідприємстві виступили проти плану Верховної Ради з приватизації»* (заг., УМ, 12.11.21). Втім, медична лексика інколи вживається і у прямому своєму значенні для номінування негативних процесів, що відбуваються у суспільстві, напр.: *«Від зливи негативних новин українців усе частіше охоплює депресія»* (ВЗ, 11.11.2021). За словником лексема депресія має таке значення: «хворобливий стан пригломшеності, пригнічення, скорботи» [3, с. 171].

У текстах суспільно-політичного спрямування активного вияву набувають лексеми з негативним значенням: недієздатність «нездатність до діяльності» [СУМ, 5]; катівня «місце тортур, катувань у в'язниці тощо» [СУМ, 4, с. 119]; ізгой «у Київській Русі – людина, що вийшла зі свого колишнього суспільного стану у зв'язку з викупом із холопства, розоренням і т. ін» [СУМ, 4, с. 13]; ділок «той, хто спритно веде справи, переважно комерційні, вдаючись до будь-яких засобів для досягнення мети» [СУМ, 2, с. 305], пор.: *«Євросоюз демонструє свою недієздатність перед реальною проблемою»* (УМ, 12.11.21); *«Спливає кров'ю: мати рятувала сина й сама потрапила в катівню окупантів»* (заг., ГПУ, 11.01.2022); *«Ломаченко став ізгоєм. Українця всі ігнорують»* (заг., Сьогодні, 10.01.2022); *«Резніков і Данілов пригрозили «ділкам»: допомога мігрантам із Білорусі – кримінал»* (заг., УП, 14.11.21).

Часом у газетних текстах натрапляємо на вживання okazіональних та відонімних утворень. Так, для номінування процесів, осіб, які придбали автомобілі з Європи послуговуються лексемою «євробляхер» – той, хто їздить з незмінними європейськими номерними знаками, попри заборону. Тому такі тексти матимуть негативне маркування, напр.: «Для «**євробляхерів**» закінчилося пільгове розмитнення авто» (заг., УМ, 10.11.2021).

А от коронавірусну хворобу у суспільстві, а тепер вже часто й на сторінках газет, називають «короною», пор.: «Мало **«короони»**, то ще й грип атакує. Як борються з інфекцією у Києві» (Сьогодні, 11.11.21, заг.).

Часто журналісти використовують лексему «путінський» аби продемонструвати на скільки Росія залежить від свого президента, Володимира Путіна. Якби дії очільника сусідньої держави не становили небезпеки для нашої країни, то цей відомим не відносився до негативно-оцінної лексики. Однак, з огляду на непрості стосунки між нашими державами, на сторінках преси він ужитий саме з таким значенням. Пор.: «*І нарешті погодиться підписати усі папери, які ще (можливо) не підписав, – аби Білорусь фактично припинила своє існування як суверенна держава, ставши частиною **путінської Росії**...*» (ВЗ, 10.11.21).

Значного вияву набувають лексичні одиниці іншомовного походження із негативним значенням. Часто саме за їх допомогою описують діяльність сусідньої країни та її очільника чи ставлення інших демократичних країн, напр.: «Лідер опозиції озвучив план дій, аби не допустити міграційної кризи, яка є частиною гібридної **агресії** Кремля» (заг., ВЗ, 11.11.21); «У зв'язку з погіршенням ситуації з міграційною кризою та російською **агресією** міністр внутрішніх справ Денис Монастирський заявив, що Україна має намір побудувати на кордоні з Білоруссю та Росією стіну, довжина якої становитиме 1 тис. кілометрів» (ДТ, 12.11.21); «Нова ера **репресій** Путіна приведе до жорсткої конфронтації Кремля із демократичними кра-

їнами» (ДТ, 12.11.21, заг.); «Служба безпеки України викрила агента російської військової розвідки, який спланував серію **терактів** на Одещині, повідомили в СБУ» (ДТ, 11.01.2022); «США готують жорсткі **санкції** проти Росії, – ЗМІ» (заг., ВЗ, 09.01.2022).

Так, лексема агресія тлумачиться як «неспроважений збройний напад однієї держави на іншу з метою загарбання її території, ліквідації або обмеження її незалежності» [3, с. 17]. Відомо, що російські війська декілька останніх років перебувають на території України, а отже таке повідомлення має негативну оцінку.

Лексемою репресія описують «захід державного примусу, покарання» [3, с. 470], а отже використання її щодо дій Володимира Путіна надає негативною оцінку останньому.

Теракт – «це застосування зброї, вчинення вибуху, підпалу чи інших дій, які створювали небезпеку для життя чи здоров'я людини» [3, с. 534]. Коли говорити про вчинення таких дій зі сторони російських агентів – повідомлення набуває особливо яскравого негативного маркування.

Аби зупинити дії Росії, деякі європейські країни застосовують до неї санкції «заходи впливу, покарання за порушення закону» [3, с. 482]. Для прихильників цієї країни та її дій ця новина дійсно може мати негативну оцінку.

Висновки і пропозиції. Отже, публіцистика початку ХХІ сторіччя характеризується активним використанням лексики з негативною оцінкою для надання газетним текстам відповідного забарвлення. Переважно, такі лексичні одиниці вживають у суспільно-політичних текстах, для характеристики політичних діячів нашої країни та ситуації в ній в цілому. Безумовно, використання негативно-оцінної лексики має значний вплив на свідомість читачів, оскільки викликає відповідні настрої і ставлення до текстів повідомлення, проте часто така лексика порушує норми української мови.

Список літератури:

1. Арутюнова Н. Д. Предложение и его смысл: Логико-семантические проблемы. 3-е изд., стер. М. : Едиториал УРСС, 2003. 383 с.
2. Бацевич Ф. С., Космеда Т. А. Очерки по функциональной лексикологии : монография. Львов : Світ, 1997. 392 с.
3. Бирик С. П. Словник іншомовних слів: тлумачення, словотворення та слововживання / за ред. С. Я. Єрмоленко. Харків : ФОЛЮ, 2006. 623 с.
4. Бирик С. П. Усна літературна мова в українській літературі повсякдення. Ніжин : Видавництво «Аспект-Поліграф», 2013. 589 с.
5. Гуйванюк Н. В., Агафонова А. М. Антропоцентричний підхід до вивчення мовних явищ (на матеріалі авторизованих конструкцій сучасної української мови). Чернівці : Рута, 2001. 56 с.

6. Коваленко Б. О. Стилiстично занижена лексика в мові сучасної української публіцистики : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. Кам'янець-Подільський, 2002. 182 с.
7. Маркелова Т. В. Семантика и прагматика средств выражения оценки в русском языке. Филологические науки. 1995. № 3. С. 67–79.
8. Навальна М. І. Динаміка лексику української періодики початку ХХІ ст. : монографія. К. : Інститут української мови; Видавничий дім Дмитра Бураго, 2011. 328 с.
9. Словник української мови: в 11-ти т. Київ : Наук думка, 1970–1980. Т. І–ХІ.
10. Соловій У В. Оцінно-образна номінація у структурі художнього тексту (на матеріалі української «малої прози» кінця ХІХ – початку ХХ століття) : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Івано-Франківськ, 2003. 24 с.
11. Ставицька Л. О. Український жаргон : словник. Київ : Критика, 2005. 494 с.
12. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації) : монографія. К. : Вид. центр КНЛУ, 2003. 388 с.

Kaluzhynska Yu. V. FUNCTIONING OF NEGATIVE EVALUATION VOCABULARY IN NEWSPAPER TEXTS OF SOCIO-POLITICAL TOPICS

The globalization of information processes, the emergence of a number of new media has led to the fact that the center of creation of modern Ukrainian literary language in the XXI century. moved to journalism, which became an operational, dynamic carrier and product of public opinion.

Based on the analysis of newspaper periodicals, the use of negative vocabulary to characterize socio-political processes, figures and states that take place at the present stage is considered. The concept of pejorative vocabulary and its functioning in newspaper publications is covered. It is established that the vocabulary with a negative evaluation acquires the most active expression in socio-political texts.

It was found that evaluation is the most important intentional category of journalistic discourse, through which the addressee convinces the addressee of certain set goals, and that it is closely related to pejorative vocabulary, as the latter is designed to provide a certain evaluation of certain events, facts or persons. The concept of evaluation is certainly an important part of the picture of the world of individuals, representatives of certain social groups and entire nations, because all events and facts of the surrounding reality are perceived as positive, neutral or negative depending on established norms, rules and personal beliefs. The category of evaluation largely determines the communicative intention of the speaker and the general content of the message.

In order to create a specific emotional color and give the texts an appropriate evaluation, mostly negative, journalists actively use slang vocabulary and tokens with figurative meaning with a negative evaluation. It is established that the use of vocabulary with a negative evaluation not only creates expressive and emotional moods, but also sometimes violates the norms of the literary norm.

Key words: negative evaluation, evaluation, pejoratives, vocabulary of negative evaluation.

Костусяк Н. М.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

**ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАПЕРЕЧНОЇ СЕМАНТИКИ
В РОМАНІ В. ШКЛЯРА «ЧОРНИЙ ВОРОН»: ФУНКЦІЙНИЙ
ТА КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНИЙ ВИМІР**

*У статті комплексно та з акцентом на міжрівневий вимір схарактеризовано заперечення, визначено систему його значеннєвих відтінків та первинних і вторинних (транспонованих) формальних виявів, у межах яких розглянуто лексичні, морфологічні, дериваційні та синтаксичні засоби. З огляду на відсутність чітко представлених формальних маркерів та прихованість заперечної семантики периферійного статусу надано лексичним одиницям, у сфері яких перебувають дієслова, іменники, прикметники та прислівники. До вторинних зараховано мовні одиниці з яскраво вираженим емоційно-експресивним забарвленням та зміщеною семантикою, а також фразеологізми. Визначено особливості центральних і периферійних морфологічних репрезентантів заперечення, зокрема часток, займенників, прислівників, прийменників та сполучників. У контексті продуктивності розглянуто одиниці словотвірного мовного рівня. З'ясовано, що на цій функції спеціалізовані префікси **анти-, без-, зне-, контр-, не-, недо-, обез-**. Вирізняє афіксоїди **бозна-, казна-, хтозна-**, які, крім експлікації заперечення, містять ще й семантику неозначеності й перебувають у трансформаційному зв'язку з первинними заперечними маркерами. Дослідження заперечного змісту на тлі синтаксичного мовного рівня дало змогу зацентрувати на двох типах реченнєвих структур – членованих і нечленованих. Значне внутрішнє розгалуження притаманне членованим простим реченням, у яких вказане семантичне навантаження виявляють як головні, так і другорядні члени речення, супроводжувані заперечними частками. З'ясовано, що в простих ускладнених і складних реченнях заперечний зміст реалізують насамперед парні єднальні та градаційні сполучники. Зосереджено увагу на розповідних конструкціях як центральних і питальних та спонукальних, що становлять вторинну сферу вираження заперечної семантики.*

Ключові слова: заперечення, частини мови, іменник, займенник, дієслово, речення, художній текст.

Постановка проблеми. Сучасний стан розвитку лінгвістики спонукав науковців до перегляду традиційних принципів опису мовних одиниць і категорій та зміщення акцентів із їхнього одноаспектного до різнорівневого дослідження. У такому разі важливим стало зосередження уваги не тільки на суто граматичних чи суто лексичних ознаках слів, а на взаємодії цих параметрів. Зазначений підхід актуальний для комплексного вивчення засобів реалізації заперечного змісту.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У сучасній лінгвістиці запереченню надають різного статусу. Дехто з науковців розглядає його в межах парної категорії ствердження/заперечення, співвідносні граматичні значення якої взаємозумовлюють одне одного, мають свій семантичний потенціал і форми вираження. Зокрема, І. Р. Вихованець убачає в цій категорійній одиниці суб'єктивно-синтаксичне спрямування, а засобами її реалізації вважає стверджувальні й запе-

речні речення, що «перебувають на перетині значень об'єктивної та суб'єктивної модальності, якоюсь мірою доповнюючи їх, але не збігаючись із ними» [4, с. 118]. На інтерпретацію ствердження й заперечення в модальному аспекті натрапляємо й в інших працях [7; 8]. Останнім часом мовознавчу парадигму заперечення поповнили студії, присвячені вияву його комунікативно-прагматичної спеціалізації [6]. Значно розширила площину опису заперечення М. П. Баган. Сповідуючи принцип цілісності й усебічності вивчення, дослідниця запропонувала широке витлумачення «заперечення – як психологічно зумовленої мисленнєво-мовленнєвої операції, за допомогою якої мовці пізнають та інтерпретують світ, структурують досвідні знання, реалізують свої психічні стани та комунікативну взаємодію» [1, с. 10–11]. Усе це дало змогу авторці зробити висновок про полістатусність «мовної категорії заперечення, що належить до модусних категорій, водночас

є комунікативно спрямованою категорією і входить у сферу функціонування когнітивних категорій» [1, с. 11]. Отож, попри наявність значного наукового доробку, присвяченого дослідженню мовних одиниць із заперечною семантикою, досі чимало питань ще не отримало остаточного розв'язання. Зокрема, потребує уточнення статус заперечення, яке, з одного боку, вважають окремою категорійною величиною, а з іншого – грамемою, що разом зі ствердженням структурує двокомпонентну категорію ствердження / заперечення. Крім того, варто зосередити увагу на внутрішній семантичній структурі та системі різнорівневої формальної реалізації заперечного значення, зокрема й у творах конкретних письменників, що дасть змогу виявити не тільки первинні, а й вторинні маркери, які, перебуваючи поза сферою центральності, слугують засобом вираження транспозиційних процесів.

Постановка завдання. *Мета статті* – комплексно, з акцентом на міжрівневий вимір схарактеризувати заперечення, визначити систему його значеннєвих відтінків та центральних і периферійних різнорівневих (лексичних, морфологічних, дериваційних і синтаксичних) виявів, представлених у романі В. Шкляра «Чорний Ворон».

Виклад основного матеріалу. Одним з аспектів опису заперечення, який сприяє об'єктивності його дослідження, вважаємо зорієнтованість на єдність змісту та форми. У такому разі важливо зацентрувати увагу на комунікативно-прагматичних параметрах і багатогранності семантичної спеціалізації розглядуваного мовного явища, а також розмежувати спеціалізовані та неспеціалізовані маркери. Цікаву думку з приводу порушеної проблеми висловила М. П. Баган: «Використання спеціалізованих засобів породжене бажанням мовця швидко й зрозуміло донести зміст до сприймача, тоді як спілкування за допомогою вторинних засобів пов'язане насамперед із реалізацією певних комунікативних намірів мовця – ефективно вплинути на співрозмовника, ненав'язливо скоригувати його бачення ситуації, залучити до спільного розвитку думки» [1, с. 63]. За спостереженнями дослідниці, неспеціалізовані маркери виражають непряме заперечення, невід'ємним супровідним компонентом якого є експресивність, наявність певних модусних відтінків [1, с. 64–65]. Цілком погоджуючись із висловленою концепцією, додамо, що обидва різновиди засобів експлікації заперечення відіграють важливу роль не тільки в моделюванні певних невербальних ситуацій, а й увиразнюють

мовленнєву поведінку співрозмовників, які задля реалізації своїх намірів, насамперед із метою переконати в чомусь слухача, прагнуть дібрати найдоречніші форми мовного втілення. У лінгвістиці такий аспект вивчення нині актуальний і спрямований на вияв прагматичних настанов адресанта та комунікативно-інтенційного змісту різних за структурними параметрами одиниць. Не меншу вагу вбачаємо в дослідженні мовленнєвого оформлення заперечної семантики в романі В. Шкляра «Чорний Ворон», що дає змогу вияскравити специфіку різних мовних засобів, зокрема лексичних, фразеологічних, морфологічних, словотвірних та синтаксичних.

Відсутність чітко представлених формальних показників та прихованість заперечної семантики характерні для лексичних маркерів. Призначення цих мовних одиниць виражати заперечний зміст увиразнюють словникові статті, де використано мовні одиниці з яскраво виявленим заперечним значенням, пор.: *Тепер ми бачимо, що помилялися...* (I, с. 270) і *помилятися* – «1. Допускати **не**правильність у підрахунках, написанні слова і т. ін. <...> 2. **Не**правильно робити що-небудь» [3, с. 1041]; – *Ну, слава Богу, – підійшов до них чоловічина з великою лисиною...* (I, с. 187) і *лиси́на* – «місце на голові, де випало і **не** росте волосся» [3, с. 614]. У досліджуваному тексті найчисельнішу групу іменників становлять лексеми, які вказують на хибність міркувань, слугують засобом спростування чийхось думок, підкреслюють те, що співрозмовник свідомо говорить неправду, спеціально хитрує чи його висловлення підступне. Із цим значенням В. Шкляр використовує слова *байка*, *брехня*, *побрехенька*, *вигадка*, *нісенітниця*, які почасти надають змістові речення супровідного негативного відтінку. Напр.: *Такі байки сіяли сумнів у доцільності подальшої боротьби* (I, с. 326); – *Ви їх своїми брехнями заведете під дурного хату* (I, с. 44); – *Он як, – кивнув «кубанець», хоч, здається, не дуже повірив у ту побрехеньку* (I, с. 244); *Ганнуся <...> не могла більше слухати вигадок про Веремія та й боялася дурного ока* (I, с. 95); *Не хотів доводити, що це нісенітниця...* (I, с. 220).

До сфери лексичних реалізаторів заперечного значення належать лексеми з узагальненою семантикою ознаковості та вказівкою на: 1) відсутність одягу, взуття: *голий*, *босий*, напр.: *Надворі холодно, а він, біднесенький, босий і в солом'яному брилі* (I, с. 57); 2) фізичні вади людей чи інших істот, зокрема повну чи часткову відсутність зору, слуху, напр.: *Надворі вже поночило, але сліпа*

Євдося світла не запалювала... (І, с. 178); ...ворон, по правді сказати, був уже **глухий** як пень. **Глухий і підсліпуватий**, а проте добре бачив, що йому треба (І, с. 6); 3) незнайомих суб'єктові осіб: ...то був якийсь **чужий** чоловік... (І, с. 20); 4) щось несуттєве, непотрібне, напр.: – *Уперед!* – **нервово** закричав Завірюха, але команда ця була **зайвою**... (І, с. 186) та ін.

У романі В. Шкляра «Чорний Ворон» узагальнений заперечний зміст здатні моделювати дієслова. Найчастіше мовні одиниці цього класу вказують на: 1) відсутність, зникнення, припинення, нестачу чогось: **бракувати**, **втратити**, **зникати**, **припинити**, **пропасти**, **розчинитися**, напр.: ...хворим **бракує** догляду (І, с. 31); «Бджолярева» кобила **зникла** в чагарнику... (І, с. 306); ...уряд УНР закликає лісовиків **припинити** бойові дії... (І, с. 124); У середині червня безслідно **пропали** Цокало, Фершал й одноокий Карпусь (І, с. 316); ...вершник **розчинився** у темряві... (І, с. 222); 2) обмеження, позбавлення когось вчиняти якісь мовленнєві, фізичні та ін. дії: **забороняти**, **завадити**, **перешкоджати**, **придушувати**, напр.: Орлов суворо **заборонив** їх **кривдити** (І, с. 337); Незабаром **жнива** – і більшовики знову **попруть грабувати селян**. **Йди і перешкоджай** їм як тільки можеш (І, с. 319); 3) хибну інтерпретацію якихось подій, помилкове витлумачення певної інформації, поширення неправдивих чуток, обмовляння: **збрехати**, **помилятися**, **обмовляти**, напр.: – Я **вперше** йому **збрехав** (І, с. 93).

Найменше семантичне розгалуження притаманне прислівниковим формам, які, експлікуючи заперечення, виявляють такі відтінки значень: 1) не бачачи нічого: **Злякана арабка зірвалася з місця й наосліп** помчала через зарості верболазу (І, с. 306); Ганнуса боязко поставила кошика, **навпомацки** знайшла в ньому свічку... (І, с. 41); 2) не маючи точної інформації про щось: **Пальнув навмання**, та іноді дурна куля влучає точніше, ніж **прицільна** (І, с. 279); 3) стан людини, зокрема відсутність зацікавлення чимось: ...час **зупинився** для Ганнуса, **тепер** їй було **байдуже** до всього на світі... (І, с. 59).

Як засвідчує досліджувана джерельна база, лексичні засоби заперечення переважно функціують поряд із морфологічними чи словотвірними, що сприяє уникненню надміру вживання тих самих слів з аналізованою семантикою, напр.: *Оспалий чоловік в одязі залізничника, тільки форменого кашкета* **бракувало**, сказав, що **все залишається так, як було домовлено**. Він **не** знав в обличчя **ні** Завірюху, **ні** Загороднього... (І, с. 187).

До непоширених зараховуємо мовні одиниці з яскраво вираженим емоційно-експресивним забарвленням та зміщеною семантикою: – *Нову кооперацію в нас відкрили, а товару* **катма** (І, с. 86); – *Та на дідька ж мені ваша війна*... (І, с. 61). Речення з компонентами виділеного зразка легко трансформувати в узвичаєні конструкції із заперечним компонентом. Пор.: – *Та на дідька ж мені ваша війна*... (І, с. 61) і – *Та непо-трібна ж мені ваша війна*.

Сферу обмежених засобів реалізації заперечного змісту формують фразеологізми: *Напевно, страх потьмарив Гальперовичу мізки, бо він* **плів нісенітницю** (І, с. 22); *Виходити з лісу гайдамакам було не з руки*... (І, с. 62); ...Ганнуса **вже не знаходила собі місця** (І, с. 123); – *А як ні – не вішай носа* (І, с. 233).

До спеціалізованих морфологічних маркерів, здатних моделювати заперечні ситуації, належать частки *не, ні, ані*. Наголошуючи на їхньому комунікативно-прагматичному спрямуванні, Ф. С. Бацевич стверджує: «Частки – складна єдність прагматичних комунікативних смислів когнітивно-психологічної природи» [2, с. 15]. Науковець переконаний, що частка «виявляється глибоко зануреною в семантико-прагматичний зміст спілкування, “вбираючи” в себе елементи контексту» [2, с. 17]. Напр.: *Тобі треба радити, казав він собі, крига скресла, радій, а воно* **не** раділося... (І, с. 158); *На роздумування* **не** лишилося **ані** хвилини (І, с. 216); ...він – **живий, мертві не годні на жарти**... (І, с. 19). Зрідка в заперечній мовленнєвій ситуації натрапляємо на функціонування стверджувальних часток. Таке явище відбувається в разі десемантизації службових одиниць із первинним стверджувальним значенням. Моделюючи відтінок незгоди, структури з розглядаєними компонентами мають додаткове іронічне забарвлення, напр.: – *Еге, налякаєш, – не повірив йому* **Невіруючий Хома** (І, с. 283).

У романі В. Шкляра «Чорний Ворон» трапляється чимало реченнєвих побудов із заперечними займенниковими словами, які зазвичай ужиті разом із запереченими частками, напр.: – *Тепер усе буде інакше, ніхто не знехтує вашою думкою* (І, с. 158); *Спробуй тоді доведи, що ти ніякий не перекинчик, не виродок*... (І, с. 224). Оскільки специфіку цих мовних одиниць віддзеркалює, з одного боку, стосунок до морфологічного класу слів – займенників, а з іншого – до словотворення, на що вказує їхній дериваційний зв'язок із питально-відносними займенниками та творення префіксальним способом, то розглядані компо-

ненти вважаємо перехідними морфолого-словотвірними засобами реалізації заперечення. Але розглядаємо їх у межах морфологічних репрезентантів, позаяк вказані мовні одиниці мають більше ознак саме цього рівня, зокрема вони належать до класу самостійних частин мови.

У сфері моделювання заперечного змісту засвідчені прислівники, поряд із якими часто функціонують ужиті перед предикатом заперечні частки. Такий континуум увиразнює незгоду мовця зі своїми чи чиймись міркуваннями, почутою інформацією, напр.: ... *якась нез'ясовна нудьга напосідала на Ворона, нудьга, яку він **ніколи** не підпускав до себе так близько...* (І, с. 158). Аналізованим прислівникам, у яких заперечну семантику реалізує частка-префікс *ні-*, також подібно до схарактеризованих займенників надаємо морфолого-словотвірного статусу. У романі В. Шкляра «Чорний Ворон» подекуди трапляються речення з імпліцитним присудковим компонентом, що дає змогу зацентувати на запереченні певних характеристик предикативної ознаки, а не предиката: – *Ніде нічого*, – *похитав головою Вовкулака* (І, с. 174); *Ніде ні звуку* (І, с. 332).

Неабияка роль у вираженні заперечного змісту припадає на прийменники *без*, *крім* (*окрім*), *окрім*, *за винятком*, *на відміну від*, *замість*, *поза* та ін. Напр.: ...*взимку лісовики якщо й воюють, то переважно пішо, без коней...* (І, с. 122); – *Не страшно було їхати з таким документом зоною, яка оголошена поза законом?* (І, с. 154). Порушуючи питання функційного призначення прийменників як граматичних виразників заперечення, М. П. Баган зазначає, що вони «разом з відпредикатним іменником репрезентують згорнене заперечне елементарне речення» [1, с. 80], пор.: *Ми <...> воюємо без вашої допомоги* (І, с. 44) → *Ми воюємо + Ніхто нам не допомагає; Я можу зрозуміти все, окрім святотатства* (І, с. 5) ← *Я можу зрозуміти все + Я не можу зрозуміти святотатства*. Прийменники аналізованого зразка увиразнюють заперечний зміст тільки за умови, якщо предикат функціонує зі стверджувальним значенням.

Корпус досліджуваного мовного матеріалу поповнюють сполучники як засоби експлікації заперечення. З-поміж них центральну сферу становить повторюваний сполучник *ні ... ні*: – *От і все, – прошепотів Ілько. – Ні хреста, ні горбочка* (І, с. 215). У романі В. Шкляра «Чорний Ворон» зазначені службові одиниці подекуди вжиті в межах стійких сполук, серед яких домінує *ні сіло ні впало* зі значенням раптово, несподівано,

зненацька, напр.: ...*чого б це Мудей зупинився **ні сіло ні впало**...* (І, с. 15). Вияв заперечної функції пов'язаний із парними сполучниками *не лише...*, *але й, не тільки...*, *а ще й*: *Двоє конвойників стали біля дверей, щоб стежити не лише за підсудними, але й за всією залюю* (І, с. 257); *До того ж Карпущ засмачив його не тільки салом, а ще й ведмежою цибулею та грибами-зморшками* (І, с. 295).

До продуктивних засобів реалізації заперечення належать одиниці словотвірного мовного рівня. На цій функції спеціалізовані префікси *анти-*, *без-*, *зне-*, *контр-*, *не-*, *недо-*, *обез-*, серед яких центр мовного вираження формує морфема *не-*, напр.: ...*чоловік завіявся невідомо куди...* (І, с. 18); *Неп – нова економічна політика, яка тимчасово полегшувала становище селянства з метою відвернення його від антирадянської боротьби* (І, с. 345); *Ніщо так не придушує чоловіка, як безнадія* (І, с. 41); *Знов підкрадалася зневіра* (І, с. 98); ...*засуджені скоїли тяжкі контрреволюційні злочини* (І, с. 273); *У випадку невіддільності обезброїти і за невиконання наказу суворо карати аж до розстрілу* (І, с. 167). Слушними вважаємо міркування М. П. Баган про те, що «слова із заперечними афіксами передають не заперечення певного значення, а нове значення, сформульоване як заперечне судження» [1, с. 92]. Подекуди натрапляємо на лексеми, які перебувають поза нормами сучасної української літературної мови. Наприклад, ужитий у реченні *Забери у мене, Євдося, дві штуки нетребні, вийми їх із моєї душі, аби й знаку не залишилося* (І, с. 7) прикметник *нетребний* утворено префіксально-суфіксальним способом від слова *треба*.

Абсолютну периферію засобів експлікації заперечення формують афіксоїди на зразок *бозна-*, *казна-*, які виявляють супровідний відтінок неозначеності. Такі одиниці перебувають у трансформаційному зв'язку з первинними заперечними маркерами, пор.: *До того ж надворі стояла безмісячна ніч, а ворон не був нічним птахом, щоб в отаку непроглядь вибиратися бозна-куди* (І, с. 222) і *До того ж надворі стояла безмісячна ніч, а ворон не був нічним птахом, щоб в отаку непроглядь вибиратися невідомо куди*.

Комплексності й усебічності студіювання сприяє аналіз заперечного змісту на тлі синтаксичного мовного рівня, що дає змогу зацентувати увагу на двох типах реченнєвих структур – членованих і нечленованих. У простих членованих побудовах указане семантичне навантаження реалізують як головні, так і другорядні члени речення, супроводжувані заперечними частками.

Препозиція вказаних службових компонентів щодо предиката стає передумовою формування загальнозаперечних конструкцій, а щодо підмета та другорядних компонентів слугує підґрунтям утворення частковозаперечених речень. Пор.: *Наші лави маліли, поповнення не було, та ми про нього вже й не думали* (І, с. 102); *Ніхто не вибігав на вулицю, не метушився, проте з-за кожного тину стирчали вуха і кілька пар очей приглядалося до цієї незвичайної процесії, що гордо прямувала до червоного штабу* (І, с. 108) і – *Можливо, на вашому місці я також потягся б до кобури, але я не ваш командир* (І, с. 125); *П'янький, він завів свою, ніколи не чути мною пісеньку чи, певніше сказати, мелодію, бо Ходя не вимовляв жодного слова, тільки виводив одному йому знайомий мотив* (І, с. 114); – *Передайте вітання генералу Тютюнникові. Сподіваюся, це не його макоцвітна ідея розпустити загони?* (І, с. 126); *Давай мені свічку, тільки не з лою, а з воску* (І, с. 124); – *Ми прийшли сюди не для того, щоб слухати брехні!* (І, с. 113); *Ходя від несподіванки сапнув не туди повітря...* (І, с. 112). Важливо наголосити, що предикат із запереченою семантикою може структурувати як двоскладні, так й односкладні синтаксичні одиниці, пор.: *Ніхто нічого не уточнював...* (І, с. 70) і *Мені зовсім не жаль мого молодого життя...* (І, с. 281); – *У мене немає друзів, – одрізав Гупало* (І, с. 150).

Зорієнованість на типологію речень за метою висловлення дає змогу виділити розповідні речення як найчастіше представлені в мовній палітрі конструкцій з основним чи додатком заперечним значенням: *Гнучке деревце не вирівнялося...* (І, с. 24); *Білих воронів не буває...* (І, с. 22); *Так-так, ніде було діватися...* (І, с. 223). Обмеженіші у своєму вияві питальні конструкції, у яких простежуємо модальну модифікацію, зокрема прихований вияв заперечення. Напр.: – *Схаменіться! – нарешті не витримав Чорний Ворон. – Кого ви слухаєте?* (І, с. 68). Виділене речення семантично співвідносне зі структурою *Не слухайте його*. Незначну частину становлять спонукальні синтаксичні одиниці: – *Не смій такого казати. Ніколи не смій...* (І, с. 139).

Кількісно обмежену групу формують структури із супровідним емоційно-експресивним забарвленням, у яких немає жодного формального репрезентанта заперечення, але в контексті вони реалізують аналізований зміст, що можна довести на основі відповідних трансформацій, пор.:

– *А що тут питати?* (І, с. 283) і *Не треба питати; ...кому б заважали ці дзвони?..* (І, с. 77) і *Нікому б не заважали ці дзвони; – Таке мале, а хоч би тобі писнуло. Козарлюга!* (І, с. 233) і – *Таке мале, а не писнуло. Козарлюга!* Подекуди семантичний зсув репрезентують стверджувальні речення, проте із заперечними формантами, пор: *Та і як не повірити землякові...* (І, с. 33) і *Повіriamo землякові*.

В аналізованому художньому творі частки подекуди самостійно виконують функцію заперечення, формуючи речення нечленованого різновиду. У межах діалогічного мовлення такі побудови супроводжують синтаксично членовані конструкції, поза якими «вони втрачають комунікативний сенс» [4, с. 100]. Позбавлені членування структури найчастіше слугують засобами враження заперечної відповіді на питання співрозмовника (– *Манюня – тобто Марія?* – **Ні**, – *засміялась вона. – Просто Манюня* (І, с. 27)) або незгоди з міркуванням співрозмовника чи власними (– *Ти зовсім мене не чуєш. – Чую. Чую, як своє серце. – Ні, ти до мене глухий* (І, с. 134); *Можливо, вони навіть послали вістового по допомогу. Але ні. Коляда розрахував правильно* (І, с. 204)). Крім часток, моделювання нечленованих конструкцій пов'язане із вигуками, переважно транспонованими зі сфери самостійних класів слів, що, на переконання К. Г. Городенської, мають статус слів-речень [5, 732–749]. У досліджуваному художньому творі такий функційний потенціал виявляють іменники, які, виконуючи роль синтаксичних дериватів, водночас надають чіткості й категоричності висловленням. У структурах аналізованого різновиду головний акцент припадає на вияскравлення зневажливого спростування якоїсь інформації, указівки на її безглуздість, абсурдність: – *Дурниці! Щоб такий лицедій та не перекинувся в якогось чорта – не вірю* (І, с. 256).

Висновки та пропозиції. Отже, у романі В. Шкляра «Чорний Ворон» представлено різнорівневі засоби моделювання заперечної семантики. Центр мовного втілення становлять морфологічні, синтаксичні та словотвірні маркери. Периферію формують мовні одиниці лексичного та фразеологічного рівнів, заперечний зміст яких прихований, а також ті, що репрезентують процес транспозиції. Перспективу студіювання вбачаємо в описі засобів вираження інших категорій, виділення яких ґрунтується на комплексі когнітивних, комунікативно-інтенційних, прагматичних та модусних ознак.

Список літератури:

1. Баган М. П. Категорія заперечення в українській мові: функціонально-семантичні та етнолінгвістичні вияви: монографія. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. 376 с.
2. Бацевич Ф. С. Прагматика природності спілкування : комунікативні смисли і парадигматичні зв'язки частки *та* в сучасному українському мовленні. *Українська мова*. 2008. № 4. С. 15–21.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. Київ, Ірпінь: ВТФ «Перун», 1728 с.
4. Вихованець І. Р. Граматика української мови. Синтаксис: підручник. Київ: Либідь, 1993. 368 с.
5. Граматика сучасної української літературної мови. Морфологія [автори: І. Р. Вихованець, К. Г. Городенська, А. П. Загнітко, С. О. Соколова; за ред. К. Г. Городенської]. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2017. 752 с.
6. Дедухо А. В. Лінгвопрагматичні параметри перформативних актів заборони і дозволу. *Лінгвістичні дослідження: зб. наук. праць ХНПУ ім. Г. С. Сковороди*. Харків: ХНПУ ім. Г. С. Сковороди, 2016. Вип. 43. С. 23–27.
7. Костусяк Н. М. Функційно-комунікативні ознаки стверджувальної / заперечної модальності. *Studia Ucrainica Varsoviensia* // redaktor naczelny dr. hab. Irena Mytnik. Warszawa, 2013. С. 133–143.
8. Шиць А. А. Висловлення нечленованого різновиду як засоби експлікації заперечної модальності. *Науковий часопис Національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова. Серія 10: Проблеми граматики і лексикології української мови: зб. наук. праць / відп. ред. М. Я. Плющ*. Київ: НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2014. Вип. 11. С. 165–169.

Джерела ілюстративного матеріалу:

- І. Шкляр В. М. Чорний Ворон: роман. Київ: Ярославів Вал, 2009. 356 с.

Kostusiak N. M. MEANS OF IMPLEMENTATION OF NEGATIVE SEMANTICS IN V. SHKLIAR'S NOVEL "BLACK CROW": FUNCTIONAL AND COMMUNICATIVE-PRAGMATIC DIMENSION

*The article comprehensively and with an emphasis on the interlevel dimension characterizes the negation, defines the system of its semantic nuances and primary and secondary (transposed) formal occurrences, within which lexical, morphological, derivational and syntactic means are studied. Taking into account the frequency of use, the lack of clearly presented formal markers and the concealment of the negative semantics of peripheral status are given to lexical means, in the field of which are verbs, nouns and modal words-sentences. Some linguistic units with clearly expressed emotional-expressive coloring and shifted semantics, as well as phraseological units are included in the secondary ones. The peculiarities of central and peripheral morphological representatives of negation, in particular particles, pronouns, adverbs, as well as prepositions and conjunctions are determined. In the context of the productivity of the means of expression of negative content, the units of word-forming language level are studied. It was found that the prefixes *anti-*, *bez-*, *zne-*, *kontr-*, *ne-*, *nedo-*, *obez-* are specialized in this function. In addition, the affixes *bozna-*, *kazna-*, *khto zna-* are distinguished, which, in addition to the explication of the negation, also contain the semantics of uncertainty and are in transformational connection with the primary negative markers. The study of the negative content on the background of the syntactic language level allowed us to focus on two types of sentence structures – articulated and inarticulated. Clearly expressed internal branching is inherent in articulated sentences, the focus on which allows the analysis of negation against the background of simple constructions. In simple articulated sentences, the specified semantic load is implemented by both the main and secondary members of the sentence, accompanied by negative particles. It was found that in simple compound and complex sentences the implementation of the negative meaning is connected first of all with paired connecting and grading conjunctions. The focus is on interrogative constructions, which are the secondary sphere of implementation of the negative content.*

Key words: negation, parts of speech, noun, pronoun, verb, sentence, literary text.

Кочукова Н. І.

ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

Рябініна І. М.

ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

ФУНКЦІОНУВАННЯ НОВОТВОРІВ З ІНШОМОВНИМИ КОМПОНЕНТАМИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

У статті розглянуто лексичні одиниці з компонентами еко-, нано-, що виявлені в загальномовних словниках і словниках інновацій, докладно схарактеризовано специфіку іншомовних словотворчих формантів у термінології сучасної української мови, з'ясовано їхню продуктивність, сучасні тенденції функціонування новотворів із досліджуваними складниками та їхнього правопису в різногалузевих наукових, науково-популярних текстах, публіцистичних матеріалах, рекламі.

Наголошено на міжнародному співробітництві вчених, стрімкому розвитку науки, глобалізаційних впливах, які спричиняють появу й активне функціонування в українській мові значної кількості похідних одиниць, що містять іншомовні компоненти. Тенденція до збільшення новотворів, які активно поповнюють лексичний склад української мови, є відображенням потреб науки й суспільства.

Загострення уваги до екологічних проблем активізує міжмовні контакти екологів та інших фахівців із питань охорони довкілля. Екологічні терміни, зокрема ті, що містять у своєму складі префіксоїд еко-, широко використовують у мові українських медіа, рекламній індустрії, суспільно-політичній галузі, економіці, особливо якщо йдеться про події, пов'язані з екологічними проблемами, природними катастрофами тощо. З'ясовано продуктивність компонента еко- поза межами системи терміноутворення. Спостережено його активність під час творення нових префіксальних лексем у сфері послуг, туризму, фінансів.

Визначено, що в терміносистемах природничих наук, медицини, фармакології, косметології, електроніки, легкої промисловості поширилося функціонування дериватів зі словотворчим формантом нано-. Розглянуто чинники виникнення такої тенденції.

У досліджуваних українськомовних наукових, публіцистичних текстах різної тематики виявлено написання компонента нано- в структурі похідних одиниць разом і з дефісом. Водночас зацікавлено увагу на тому, що все частіше у виданнях компонент нано- з наступним словом уживають разом, що відповідає нормам сучасної української літературної мови.

Ключові слова: іншомовний компонент, префіксоїд, термін, термінологічне словосполучення, неологізм, дериват.

Постановка проблеми. Інтенсивні міжмовні контакти, стрімкий розвиток науки, глобалізаційні впливи спричиняють появу й активне функціонування в українській мові значної кількості похідних одиниць, що містять іншомовні компоненти. Тенденція до збільшення новотворів, що активно поповнюють лексичний склад української мови, є відображенням потреб науки й суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Специфіку міжнародних компонентів у науковій термінології сучасної української мови ґрунтовно розглянула І. Кочан [3]. Лексику з окремими терміноелементами досліджували А. Москаленко [4]; Г. Півторак [6]; О. Сербенська [7]; М. Сташко [8]; Г. Чернецька [9]; В. Олексенко [5] тощо. Ста-

тус іншомовних словотворчих морфем, їхню взаємодію з питомими українськими словотворчими афіксами визначали К. Городенська [1], Н. Клименко [2], Є. Карпіловська [2].

Постановка завдання. Останнім часом в українській мові набувають продуктивності запозичені компоненти слів – словотворчі форманти, які виявляють активність у сучасній українській номінації, на зразок *мега-, нано-, еко-, євро-* тощо.

Мета статті – виявити лексичні одиниці з компонентами *еко-, нано-* в загальномовних словниках і словниках нової лексики, дослідити особливості їхнього творення, сучасні тенденції функціонування, написання в наукових,

науково-популярних, публіцистичних текстах різної тематики.

Виклад основного матеріалу. Мовознавці неоднаково визначають статус досліджуваних формантів: одні з них надають їм статусу префіксоїда [5], інші ж кваліфікують їх як основу [2].

Загострення уваги до екологічних проблем, вплив європейського зеленого руху активізує міжмовні контакти екологів та інших фахівців з питань охорони довкілля. Екологічні терміни, зокрема ті, що містять у своєму складі компонент *еко-*, широко використовують у мові українських медіа, рекламній індустрії, суспільно-політичній галузі, економіці, особливо якщо йдеться про події, пов'язані з екологічними проблемами, природними катастрофами тощо. Нині спостерігаємо активність іншомовної морфеми під час творення неологізмів у сфері послуг, моди, торгівлі, туризму, фінансів, текстильній галузі: *екокрамниця, ековідпочинок, екошуба, екомода, екопідхід, екотканини, екохата, екопакет, екобанк*. Активізація вживання таких слів спричинена також популярністю серед споживачів екологічних товарів.

Словотворчий формант *еко-* означає «екологічно чистий», напр.: *ековата, еко-автомобіль, еко-дизайн*. Зафікс. МНЛ, ВТССУМ (3, с. 86). Він виявляє високу продуктивність у сучасній українській мові, тому загальновідомі терміни й інновації з цим складником, що стали активним ресурсом сучасної української номінації, заслуговують на поглиблене вивчення.

У «Великому тлумачному словнику сучасної української мови» (К., 2005) зазначено такі слова з компонентом *еко-*: *екобезпека, екогенез, екокатастрофа, екоклімат, екосоціалізм, екосфера, екотип, екотон, екотоп тощо* (3, с. 339).

У словнику «Нові й актуалізовані слова та значення» подано такі нові терміни з компонентом *еко-*: *екогігієна (екологічна гігієна), екоінспектор (співробітник Державної екологічної інспекції): Згідно з результатами дослідження, проведеного Інститутом екогігієни і токсикології ім. Л. Медведя, сосиски у полімерній оболонці, які продаються в українських магазинах, на 45% складаються з емульсії* (6, с. 86); *Попередніми роками, сказавши «а», тобто оголошуючи через ЗМІ про початок акції збереження навколишнього довкілля екоінспектори, на жаль, здебільшого не могли сказати «б» – повідомити про її конкретні результати громадськості* (6, с. 86).

Деякі іменники зафіксовано в орфографічних, тлумачних словниках, зокрема в «Орфографічному словнику складних слів української мови»

С. Головащука (*екобіологія, екогенетичний, екозахист, екоклімат*) (4, с. 81).

В ідеографічному словнику нової лексики «Активні ресурси сучасної української номінації» (1) науковці описали формальні, змістові та функціональні властивості нових слів, їхню роль у сучасній мовній практиці, зокрема нових найменувань з компонентом *еко-*. У роботі виокремлено такі неолексеми, як *екомаркування, екознак (еко-знак), еко-трилер, екопоселення / еко-поселення, екоархітектура, екодизайн, екоінтер'єр, екохата, екодім, екобудівля, ековітальня, екопартаменти, екоресторан, еко-магазин, екоклуб, екотуризм, еко-магазин, еко-павільйон, екоресторан, екоферма, ековідпочинок* тощо.

Початкова морфема *еко-* нерідко сполучається з твірними основами, до складу яких входить ще який-небудь препозитивний іншомовний елемент: *екоагротуризм, ековегакрамничка, екоетноторба, екоенергосервіс*. Напр.: «З'явилося нове поняття **екоагротуризм** (або **агроекотуризм**), що передбачає відпочинок у селян, які вирощують сільськогосподарську продукцію із застосуванням екологічних методів» (17).

Автори словника «Лексико-словотвірні інновації (2015–2016)» виділяють наступні похідні одиниці з компонентом *еко-*: *ековалізка (екологічна валізка), еко-естафета, ековікторина, екопапараці, екочоловічки, екорозмальовки, екоготель, екодук (віадук), екоестафета: Еко-естафета «То-Ся не посортує сміття правильно і швидко!», Майстерка «Веселі еко-чоловічки», «Ековікторина», «Екопапараці» (фотопроєктор), «Екорозмальовки», презентація «Ековалізки» (з програми Львівського форуму видавців 2015 року); Дмитро пішов далі, викупив сусіднє подвір'я й облаштував там екоготель (СТБ: Вікна, 13.05.16); Сполученість фрагментованих територій може бути частково відновлена завдяки створенню екодуків та інших переходів для диких видів через автомагістралі, існуючі дороги та залізничні колії (ecologicalnetworks.eu, 09.05.15) (5, с. 57). Наведені слова набули побутового вжитку, звідки й потрапили в українські засоби масової комунікації.*

Чіткість семантики, вільне поєднання компонента *еко-* з конкретними й абстрактними іменниками різної структури сприяє зростанню продуктивності нових слів за межами системи термінотворення (*еколавка, екошуба, екорозмальовка*).

Щодо написання нових похідних одиниць, то мовна практика засобів масової інформації про-

довжує й далі презентувати слова з *еко-* окремо, з дефісом, напр.: *ЕКОвега лавка* – натуральні продукти (22); Програма УКРГАЗБАНКУ «*ЕКО-БУМ*» – у ТОП-50 інновацій українського бізнесу. Ми створювали її, аби навчити український малий та середній бізнес бути екологічним, ефективним та водночас – максимально економним (14) *Sustainable fashion* (стійка мода) – так називають напрям у *fashion-індустрії*, що захищає екологічність та етичність у виробництві одягу. Один з аспектів *еко-моди* – використання альтернативних матеріалів, виготовлення яких є безпечним для здоров'я планети (23); Для створення тканини з пляшок знімають кришечки та етикетки, сортують за кольором, потім пресують, подібноють і пропускають крізь паровий котел. У результаті виходить флекс-сировина для подальшого створення *еко-поліестеру* (23). Якщо раніше відбувалося хитання в нормі через неусталеність правопису наведених лексем, то наразі фахівці унормували вживання таких новотворів: згідно з чинним правописом слова з першими регулярно вживаними іншомовними компонентами на голосний та приголосний потрібно писати разом.

Отже, семантична палітра досліджуваних дериватів з компонентом *еко-* досить широка, деякі з них виявляють особливу активність, здатність вступати в синонімічні відношення (*екологічний туризм* – *зелений, природничий туризм; екопакет* – *біопакет*), розмежовуватися за сферами різностильового вживання.

Словотворчий формант *нано-* виявляє високу продуктивність у сучасній українській мові. Загальновідомі терміни й інновації з цим складником стали активним ресурсом сучасної української номінації.

Компонент *нано-* належить до тих, які вживають лише на початку слова, тобто в препозиції. Він грецького походження (*nannos* – карлик, карликовий). «Це префікс, який у складі слова означає 10^{-9} (н), тобто одна мільярдна частина чогось» (3, с. 725) та в «складених словах позначає 'базовий рівень' або 'дуже маленький'» (7, с. 340). Елемент *нано-*, уведений до наукового обігу в 1960 році, здебільшого використовують у найменуваннях одиниць часу (*наносекунда*) або відстані (*нанометр*). Його вживають також у назві *нанотехнології* (12). Водночас не всі терміни, що починаються з *нано-*, стосуються нанотехнологій (наприклад, *наносекунда* 10^{-9} секунди, *наносупутник* – супутник вагою менше 10 кг).

Пожвавлення наукових зв'язків зі світовою спільнотою в останні роки зумовило кількісне зростання неозапозичень з *нано-* в лексичному складі української мови. Напр.: Основними тематичними напрямами конференції були: *мікроскопія нанооб'єктів, наноккомпозити та наноматеріали, наноструктуровані поверхні, нанооптика та нанофотоніка, наноплазмоніка та підсилена коливальна спектроскопія, нанобіотехнології та нанохіміїтехнології* (19). Якщо раніше деривати, які містили компонент *нано-*, були насамперед зі сфери техніки, кібернетики, космонавтики, то наразі їхнє функціонування поширилося в терміносистемах природничих наук, медицини, фармакології, косметології, електроніки, легкої промисловості. Такі тенденції пов'язані зі стрімким розвитком високих технологій, зі значними досягненнями науки в цих галузях. Використання нанотехнологій у легкій, текстильній та харчовій промисловості спричинило активне вживання термінів зі словотворчим формантом *нано-* у відповідних сферах: *Формування нанорозмірних частинок срібла в нетканих полотнах для ранових покриттів на базі шовкових волокон* (Н. Супрун, С. Бричка) (10).

«Словник іншомовних слів» (К., 2000) містить лише одне слово з аналізованим елементом – *нанорельєф* (найменші форми рельєфу земної поверхні (*кротовини, борозни тощо*)) (8, с. 663).

Так, у «Великому тлумачному словнику сучасної української мови» (К., 2005) подано такі слова з компонентом *нано-*: *наноампер, нановат, наногенрі, нанодіагностика, нанокулон, нанометр, наноом, нанорельєф, нанорельєфний, наносекунда, наносекундний, нанотесла, нанофарад* (3, с. 725).

В «Англо-українському тлумачному словнику з обчислювальної техніки, Інтернету і програмування» (К., 2005) простежуємо такі лексеми з цим складником: *наноккомп'ютер, наномашина, нанометр, наноробот, наносекунда, нанотехнологія, нанотрубка* (7, с. 340). А в «Большом русско-украинском политехническом словаре» (К., 2002) – шість слів: *наноамперметр, нановольтметр, нанокристал, нанорельєф, наносекунда* (2, с. 299). Такі похідні одиниці мають виразно термінологічний характер.

Потребу фіксації лексикографічного «зрізу» певного мовного періоду відтворюють авторитетні праці. Так, у словнику «Нові й актуалізовані слова та значення» подано новий термін зі словотворчим формантом *нано-* – *'наномедицина'* (медичні дослідження та лікування на молекулярному рівні) (6, с. 142). Суттєво збільшилася

частотність використання та входження до терміносистеми зазначеної галузі науки нових та актуалізованих термінів з *нано-* (*наночастинки, нанокапсули, наноінструменти, наноманіпулятори, нанометр, наносенсори, нанозонди, нанотрубка*). Напр.: **Наномедицина** – наука, що швидко розвивається; її основною метою є розробка і впровадження нанотехнологій в клінічну медицину (В. Цимбалюк, І. Чекман, К. Кремець) (18); **Біокерамічний наноккомпозит «Синтекость»**, розроблений українськими вченими, можна використовувати для закриття дефектів кісток під час нейрохірургічних втручань (В. Цимбалюк, І. Чекман, К. Кремець) (19). Словотворча морфема *нано-* проявляє активність у творенні неолексем, що покликані адекватно відбивати нові грані наукового пошуку.

Досліджуваний матеріал свідчить про те, що деривати з компонентом *нано-* часто входять до складу термінологічних сполук: **наноструктуровані матеріали, поверхні з нанорельєфу, мембрани з наноотворами, нанотехнологічні сенсори та аналізатори**.

У неологічному словнику «Лексико-словотвірні інновації (2015 – 2016)» автори зафіксували такі неолексеми, як *нанокінь, наноремонт*. Нанокінь (кінь Новітній, вдосконалений кінь). В Сибіру новий вид транспорту – наноконі (Канал 24: Весті Кремля, 04.11.16). Наноремонт ← ремонт (іронічно про недолугий ремонт. Для такого наноремонту потрібні два фахівці... (Канал 24: Весті Кремля, 29.06.16)) (5, с. 115). Такі неологізми служать для іронічно гострої характеристики явищ, предметів із виразно негативними конотаціями, напр.: **Наноремонт** – асфальт укладали у величезні калюжі (13); **Наноконтейнер для ліків як троянський нанокінь** (9). У ролі твірних виступають питомі основи, що свідчить про адаптацію досліджуваного словотворчого засобу до української мови.

Значну кількість лексичних інновацій утворено за допомогою іншомовних препозитивних морфем. Адаптувавшись до національної системи словотвору, запозичений компонент *нано-* породив чимало термінів-новотворів на ґрунті переважно іншомовних основ і власне українських: *нанополіестер, нанофотоніка, наноплазмоніка, наноенергетика, нанокосметика, наноагрівач, наноструктура, нанооптика, наноінженери*.

Таким лексемам властиве поєднання трьох, чотирьох і більше іншомовних компонентів зі стандартно повторюваними значеннями, які нанизуються без змін у препозиції, причому ком-

понент *нано-* займає першу препозицію щодо твірного: *наногетероструктура, нанобіотехнології, нанохімтехнології, наногенотоксикологія*. Напр.: (*Фотоелектрохімічні властивості наногетероструктур діоксиду титану з низькорозмірними частинками селеніду кадмію* (О. Раєвська, В. Алонцева, А. Козицький) (10); **Наногенотоксикологія: вплив наночастинок на клітину** (С. Чекман, М. Говоруха, А. Дорошенко) (20).

У наукових, науково-популярних, публіцистичних текстах трапляються неологізми з компонентом *нано-*, приєднуваним до етимона, форма якого запозичена з мови-джерела: *нанотвінінг, нанокластер*. Напр.: *Про важливість партнерства у реалізації проекту «Нанотвінінг» і необхідність вільного обміну ідеями та думками щодо розвитку нанонауки йшлося у виступі професора Жанмаріо Мартра (Туринський університет, Італія) (11); Спрей назальний з нанокластерами срібла і D-пантенолом від ЛІКМОре – відмінний метод для профілактики простудних захворювань (25). У науковій мові нерідко спостерігаємо функціонування відіменникових прикметників, напр.: **Нанокластерна** модифікація камфорної плівки (матриці) (В. Ковальчук) (10).*

Сьогодні відомі новотвори з компонентом *нано-* та другою питомою частиною: *наносвіт, нановиробництво, нанопідхід, наноремонт, наносуспільство, нанокінь, наноринок*, що свідчить про адаптацію цього словотворчого засобу до української мови. Напр.: *Районний ринок (мезоринок), виходячи з розмірів території, буде ділитися на такі внутрішньорегіональні ринки: ...наноринок – комерційні зв'язки купівлі-продажу на точне місце або точки дії (15).*

Безпідставно журналісти у своїх матеріалах уживають неолексеми із компонентом *нано-* з дефісом й окремо (*нано-структури, нанокапсули, нано-пристрої, нано-фарба*), напр.: *Чеські науковці винайшли нано-фарбу – вона самотійно очищує себе... (16). Такі одиниці в українській мові не є юкстапозитами, утвореними з двох самотійних іменників без сполучного голосного. Саме правопис компонента *нано-* з наступним словом разом відповідає нормам сучасної української літературної мови.*

В українських медіа журналісти по-різному вживають новотвори з *нано-*: великими літерами, кирилицею, латиницею: *наноекономіка, нанонаука, нанооб'єкт, NANO Antivirus, NANO COLLAGEN – серія косметики*. Напр.: *Попередні НАНО конференції проводились в Україні впродовж 2012-2020 років спільно із Міжнародними*

літніми школами «Нанотехнології та наноматеріали: від фундаментальних досліджень до інновацій» (21); NANO – це асиметричні ванни, призначені для невеликих ванних кімнат (24).

Те, що словотворчий формант *нано-* вживають і як самостійне слово, називаючи ним міжнародні заходи, присвячені нанотехнологіям, дає підстави твердити про його кореневий статус, напр.: *NANO-2014, НАНО – 2021* тощо.

Найбільшою неологічністю в українській мові відзначаються іменники з *нано-*, бо саме вони виконують функцію називання предметів і понять дійсності.

Дедалі частіше в мові українських медіа трапляються як уже відомі слова з компонентом

нано-, так і новотвори, напр.: *Новітня розробка в області нагріву рідини – нано-нагрівач трубчастий, який забезпечує швидкий і економічний нагрів рідин* (26).

Висновки і пропозиції. Отже, останнім часом в українській мові набувають продуктивності іншомовні компоненти *еко-*, *нано-*, які гармонійно поєднуються як з чужомовними твірними основами, так і з питомими. Сучасною тенденцією є збільшення інноваційних одиниць за межами термінологічних систем і активне входження їх до загального вжитку, звідки вони потрапляють до українських медіа. Вивчення особливостей різностильового функціонування, семантики неолексем є доцільним у майбутніх наукових розвідках.

Список літератури:

1. Городенська К. Г. Нові явища та процеси в українському словотворенні: динаміка чи деструкція словотвірних норм? *Українська мова*. 2013. № 2. С. 3–11.
2. Клименко Н. Ф., Карпіловська Є. А., Кислюк Л. П. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі : [монографія]. К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2008. 336 с.
3. Кочан І. М. Українська наукова лексика: міжнародні компоненти в термінології : навч. посіб. К. : Знання, 2013. 294 с.
4. Москаленко А. А. Неологізми з першим компонентом *супер-*, *ультра-*, *гіпер-*, *мікро-*, *міні-* в українській та російській мовах. *Укр. мова і л-ра в шк.* 1975. № 7. С. 37–42.
5. Олексенко В. Інноваційні іменникові утворення з префіксоїдами квантитативно-оцінної семантики. *Граматичні студії*. 2016. Випуск 2. С. 100–109.
6. Півторак Г. П. Іншомовна лексика з компонентом *-філ* в українській мові. *Укр. мова та л-ра в шк.* 1978. № 7. С. 89–91.
7. Сербенська О. А. Слова на *фото-*, їх утворення і тенденції розвитку в сучасній українській та російській мовах. *Журналістика: преса, радіо, телебачення*. 1981. № 10. С. 100–108.
8. Сташко М. Семантичні особливості слів з терміноелементом *бібліо-*. *Проблеми української термінології. Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка»*. 2000. № 402. С. 311–314.
9. Чернецька Г. В. Слова з компонентом *мікро-*, *міні-*, *макро-*, *мульти-* в сучасній українській мові. *Укр. мовознавство*. 1980. № 8. С. 45–49.

Список джерел:

1. Активні ресурси сучасної української номінації: Ідеографічний словник нової лексики / Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк, Н. Ф. Клименко, В. І. Критська, Т. К. Пузирева, Ю. В. Романюк; Відп. ред. Є. А. Карпіловська. К. : ТОВ «КММ», 2013. 416 с.
2. Большой русско-украинский политехнический словарь – около 160000 слов и словосочетаний / под ред. А. С. Благовещенского. К. : Чумацький Шлях, 2002. 749 с.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2005. 1728 с.
4. Головащук С. І. Орфографічний словник складних слів української мови. К. : Науково-виробниче підприємство «Видавництво «Наукова думка» НАН України, 2008. 287 с.
5. Нелюба А., Редько Є. Лексико-словотвірні інновації (2015–2016). Словник / заг. редакція А. Нелюби. Х. : Харківське історико-філологічне товариство, 2017. 204 с.
6. Нові й актуалізовані слова та значення: словникові матеріали (2002–2010) / кер. проекту і відп. ред. О. М. Тищенко, авт. колектив: В. О. Балог, Н. С. Лозова та ін. Інститут української мови НАН України. К. : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2010. 280 с.
7. Пройдаков Е. М., Теплицький Л. А. Англо-український тлумачний словник з обчислювальної техніки, Інтернету і програмування. Вид. 1. К. : Видавничий дім «СофтПрес», 2005. 552 с.
8. Словник іншомовних слів: 23000 слів та термінологічних словосполучень / уклад. Л. О. Пустовіт та ін. К. : Довіра, 2000. 1018 с.

Джерела ілюстративного матеріалу:

9. Богорош О., Воронов С., Котовський В. Нано- та біоматеріали з унікальними властивостями. Навч. посібник до курсу лекцій. К., 2016. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/21521/1/часть3.pdf> (дата звернення: 29.01.22).
10. Державна науково-технічна бібліотека України (ДНТБ). URL: http://gntb.gov.ua/files/vv/nanot16_3.pdf (дата звернення: 17.01.22).
11. Інноваційна Україна. URL: <http://innov.org.ua/news/podii/vystavky-konferentsii/2592-vidbulasia-konferentsiia-nanotekhnolohii-ta-nanomaterialy-nano-2014> (дата звернення: 10.02.22).
12. Нано-. *Вікіпедія*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення: 02.01.22).
13. Наноремонт – асфальт уклали у величезні калюжі. *Gazeta.ua*. URL: <https://gazeta.ua/articles/life/nanoremont-asfalt-ukladali-u-velichezni-kalyuzhi/834960> (дата звернення: 09.02.22).
14. Офіційний сайт АБ «Укргазбанк». URL: <https://www.facebook.com/Ukrgasbank/posts/2687723047923707/> (дата звернення: 15.01.22).
15. Регіональний ринок – це що таке? *Agromassiday.com* 2022. URL: <https://ukr.agromassidayu.com/regionalnij-rinok-eto-chto-takoe-formirovanie-upravlenie-analiz-problemi-regionalnih-rinkov-news-300779> (дата звернення: 13.01.22).
16. Радіо Свобода Україна. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Ba32kkPA4TQ> (дата звернення: 06.02.22).
17. Розвиток сільського зеленого туризму. *Офіційний сайт Департаменту агропромислового розвитку Харківської обласної державної адміністрації*. URL: <http://agrodep.kh.gov.ua/silskiy-zeleniy-turizm/rozvitok-silskogo-zelenogo-turizmu> (дата звернення: 02.01.22).
18. Цимбалюк В., Чекман І., Кремець К. Перспективи використання нанотехнологій в нейрохірургії. *Офіційний сайт Наукової бібліотеки Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова*. URL: <http://lib.onu.edu.ua/ukrayinska-nanomeditsina/> (дата звернення: 17.01.22).
19. Цимбалюк В., Чекман І., Кремець К. Перспективи використання нанотехнологій в нейрохірургії. *Офіційний сайт Наукової бібліотеки Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова*. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-primeneniya-nanotekhnologiy-v-neirohirurgii> (дата звернення: 17.01.22).
20. Чекман С., Говоруха М., Дорошенко А. Наногенотоксикологія: вплив наночастинок на клітину. *Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського*. URL: https://http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=UMCh_2011_1_11 (дата звернення: 06.02.22).
21. 9-та Міжнародна конференція «Нанотехнології та наноматеріали» НАНО – 2021. *Офіційний сайт Інституту фізики Національної академії наук України*. URL: <http://www.iop.kiev.ua/ua/9-ta-mzhnarodna-konferenciya-nanotekhnolog-ta-nanomateriali-nano-2021/> дата звернення: 08.02.22).
22. 6262.com.ua Сайт міста Слов'янська. URL: <https://www.6262.com.ua/catalog/index/1382739/ekovegalavka-natural-ni-produkti> (дата звернення: 13.01.22).
23. Burdastyle.ua. Вебсайт. URL: <https://burdastyle.ua/encyclopedia/gid-po-stylyu/trend/alternatyvni-kanyny-z-yakyh-materialiv-shyyut-eko-odyag> (дата звернення: 13.01.22).
24. Cersanit. Вебсайт. URL: <https://www.cersanit.com/ua-ua/santehnika-ta-mebli-dla-vannih-kimnat/nano,100.html> (дата звернення: 22.01.22).
25. Fitomarket. *Вебсайт*. URL: <https://fitomarket.com.ua/ua/sprej-nazalnij-vspomogatelnij-s-nanoklasterami-serebra-i-d-pantenolom-likmore-50> (дата звернення: 26.01.22).
26. TEN 24. URL: <https://ten24.com.ua/ua/catalog/nano-nagrevateli/nano-trubchatyy-nagrevatel/> дата звернення: 09.02.22).

Kochukova N. I., Riabinina I. M. FUNCTIONING OF NEOLOGISMS WITH FOREIGN LANGUAGE COMPONENTS IN MODERN UKRAINIAN LANGUAGE

In the article the authors analyze the lexical units with components eco- and nano- found in common dictionaries and dictionaries of innovations, describe in detail the specifics of foreign word-forming formants in the terminology of modern Ukrainian language, clarify their productivity, the features of active functioning of neologisms with studied composition and their spelling in printed and electronic diversified scientific and popular science texts, and journalistic materials.

It is stressed the intensive interlingual contacts, the rapid development of science, globalizational influences, which cause the emergence and active functioning of the significant number of derived units containing foreign-

language components in the Ukrainian language. The trend towards an increase in neologisms, which actively replenishing the Ukrainian vocabulary, is a reflection of the needs of science and society.

The exacerbation of attention to environmental issues intensifies interlingual contacts between environmentalists and other environmental experts. Ecological terms, in particular those containing the prefix eco-, are widely used in the language of the Ukrainian media, advertising industry, socio-political sphere, economy, especially when referring to events related to environmental problems, natural disasters, etc. The productivity of the component eco- outside the term-formation system is clarified. Its activity was observed during the creation of new prefixal items in the field of service, tourism, and finance.

It has been determined that in the terminological systems of natural sciences, medicine, pharmacology, cosmetology, electronics and consumer goods industry the functioning of derivatives with the derivational formant nano- has spread. The factors of such trend are considered.

In the studied Ukrainian-language scientific and journalistic texts, both printed and electronic, the writing of the component nano- was revealed to be fused together and to be with a hyphen in the structure of derived units. At the same time, attention is focused on the fact that in many publications the component nano- with the next word is used together, which corresponds to the norms of modern Ukrainian literary language.

Key words: *foreign-language component, prefixoid, term, terminological phrase, neologism, derivative.*

Кулик О. Д.

Університет Григорія Сковороди в Переяславі

ГЕНДЕРНО МАРКОВАНА ЛЕКСИКА ПРОФЕСІЙНОЇ СФЕРИ У ЛЕКСИКОГРАФІЧНОМУ ВІДДЗЕРКАЛЕННІ (НА ПРИКЛАДІ ФРАГМЕНТА СУМ-20)

У статті розглянуто маніфестацію гендерних стереотипів у нормативних документах та авторитетних довідкових джерелах.

У новій редакції Українського правопису-2019 вперше було унормовано вживання фемінітивів, але й до сьогодні законодавчо у переліку професій усе залишилося без змін: незважаючи на те, що 18.08.2020 Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України затвердило наказ про зміну № 9 до класифікатора професій, у класифікаторі спостерігаємо лише «вкраплення» гендерно нейтральної лексики на позначення професій. Те саме спостерігаємо й у авторитетних довідкових джерелах, зокрема Словникові української мови у 20 томах. Із-поміж реєстрових одиниць на букву А ми виявили 120 слів на позначення професій, пов'язаних з гендером, із яких 90 слів з ознаками тільки чоловічого роду (маскулінітиви), 30 слів з ознаками і чоловічого (маскулінітиви), і жіночого (фемінітиви) родів, 0 слів з ознаками лише жіночого роду (фемінітиви). Таку диспропорцію можна пояснити історично сформованими особливостями поділу професійної діяльності, де чоловікам належить незаперечна першість. Саме тому на 12 маскулінітивів наявні лише 4 відповідних фемінітиви. Ми з'ясували, що в словникові наявна асиметрія в назвах чоловічих і жіночих професій, хобі та захоплень.

Із урахуванням змін, зафіксованих в Українському правописі-2019, з оперттям на § 32, п. 4 (Правопис не пропонує ніяких жіночих назв посад чи професій. Він тільки подає суфікси, за допомогою яких ті назви можна утворити) запропоновано фемінітиви, що мали би бути зафіксовані у СУМ-20. Висновковано: щоб уживання фемінітивів на позначення професій і посад у мовленні стало нормативним, вони мають бути: 1) віддзеркалені в класифікаторі професій; 2) зафіксовані у словниках, зокрема СУМ-20.

Ключові слова: гендерна рівність, українська мова, назви людей за професійною ознакою, класифікатор професій, Словник української мови у 20 томах.

Постановка проблеми. Кількість сучасної лінгвістичної літератури, скерованої на дослідження взаємодії гендеру й мови, зростає. Це зумовлено тим, що, по-перше, в пострадянських країнах до середини 1990-х рр. відповідного напрямку досліджень у цілому не існувало, а отже, природною є спроба вчених заповнити цю прогалину, по-друге, закономірним є їхнє прагнення ввести до наукового обігу і адаптувати західну, насамперед англійськомовну, традицію гендерно орієнтованих досліджень. Гендер належить до чинників, які завжди більшою чи меншою мірою наявні в комунікації.

Звісно ж, взаємодія мови і культури (з урахуванням гендерного чинника) універсальна в тому сенсі, що наявна у всіх мовах і культурах. З іншого боку, вона має національну специфіку. При цьому таку взаємодію досліджують і аналізують різноаспектно. Однак, на нашу думку,

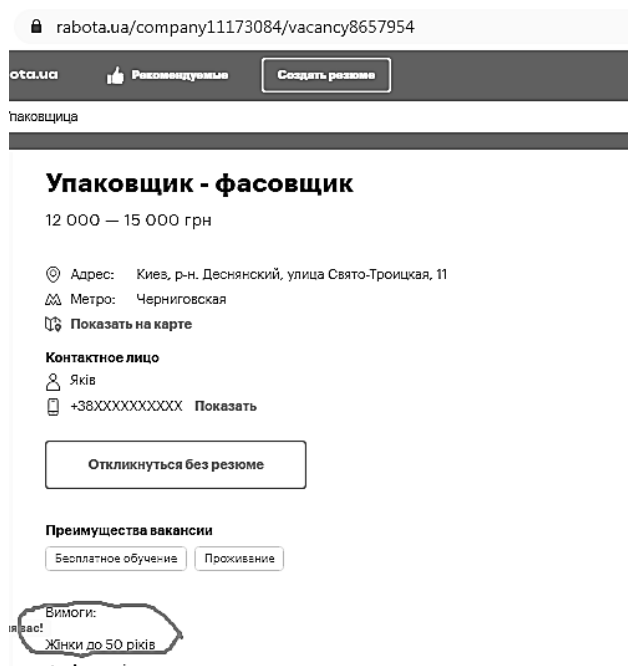
наукових робіт, скерованих на дослідження взаємодії мовних явищ і гендеру, недостатньо, надто якщо врахувати проблеми гендерної рівності в професійній сфері.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз теоретичних джерел засвідчив зростання інтересу дослідників до взаємодії і взаємовпливу мови й гендеру, але, переважно, на матеріалі англійської та інших іноземних мов (А. Арцишевська, Г. Батюк, І. Бехта, О. Бессонова, Н. Борисенко, Ж. Буць, О. Дудолодова, Г. Емірсуїнова, О. Козачишина, А. Мартинюк, В. Остапенко, К. Пищикова, А. Семенюк й ін.) або ж у порівняльному аспекті (О. Бондаренко, Л. Ботіна, Т. Дегтярьова, І. Сербез, І. Стешин, О. Чистяк). Лише дві праці з-поміж значної, проаналізованої нами, кількості скеровані на гендерний аспект української мови: колективна монографія «Гендерна лінгвістика в Україні: історія, теоретичні засади,

дискурсивна практика» Т. Космеди, Н. Карпенко, Т. Осіпової, Л. Саліонович, О. Халіман та наукова студія «Гендерна лінгвістика і малопродуктивні словотворчі засоби» А. Нелюби. Уважаємо, що гендерний аспект української мови студійований українськими дослідниками на глибокому матеріалі, але кількісно таких праць замало для того, щоб вповні висвітлити проблему мовної репрезентації гендерної рівності в професійній сфері, що й зумовило вибір теми дослідження.

Постановка завдання. Виявити гендерно марковану лексику професійної сфери в лексикографічному віддзеркаленні (на прикладі фрагмента СУМ-20); з оперттям на правила Українського правопису-2019 (§ 32, п. 4) запропонувати фемінітиви, що мали би бути зафіксовані у СУМ-20.

Виклад основного матеріалу. У свідомості повсякдення мовці мають стійкі уявлення про розподіл професій за ознакою статі. Саме назва професії часто приховано вміщує її гендерну ідентифікацію. Наприклад, частіше вживають слово «няня», аніж «нянь», «пілот», аніж «пілотеса», «програміст» аніж «програмістка». Цьому, вважаємо, сприяють й упередження роботодавців. На ринку праці й до сьогодні частина вакансій містить вказівку на стать працівника. Наприклад, як бачимо з оголошень на сайті robota.ua, для однієї й тієї самої посади «пакувальник» в м. Київ один роботодавець вимагає молодого чоловіка (до 27 років), другий – молоду або зрілу жінку (до 50 років), у самій же назві професії не спостерігаємо фемінітивів:



rabota.ua/company11173084/vacancy8657954

ota.ua Рекомендуюмо Сподіється резюме

пакувальниця

Упаковщик - фасовщик

12 000 — 15 000 грн

Адрес: Київ, р-н. Деснянський, улица Свято-Троїцькая, 11
Метро: Черниговская
Показать на карте

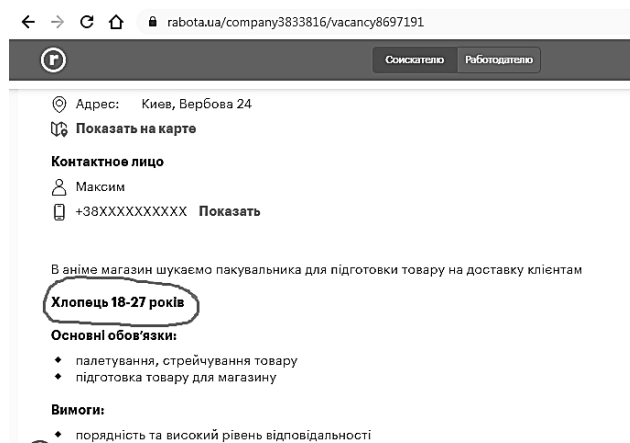
Контактное лицо
Яків
+38XXXXXXXXX Показать

Откликнуться без резюме

Преимущества вакансии
Бесплатное обучение Прокисание

Вимоги:
Жінки до 50 років

Рис. 1. Оголошення 1 про вакансію пакувальника, розміщене на сайті robota.ua



← → ↻ ↗ 📍 robota.ua/company3833816/vacancy8697191

Смислателю Роботодателю

Адрес: Київ, Вербова 24
Показать на карте

Контактное лицо
Максим
+38XXXXXXXXX Показать

В аніме магазин шукаємо пакувальника для підготовки товару на доставку клієнтам

Хлопець 18-27 років

Основные обязанности:
• палетування, стрейчування товару
• підготовка товару для магазину

Вимоги:
• порядність та високий рівень відповідальності

Рис. 2. Оголошення 2 про вакансію пакувальника, розміщене на сайті robota.ua

Не всі заявки містять вимоги до статі. Однак відсутність таких вимог НЕ завжди означає, що роботодавцем ця посада видається гендерно нейтральною. Трапляються ситуації, коли гендерний образ робочого місця настільки усталений, що стать претендента видається роботодавцеві априорі зрозумілою і не потребує уточнень.

Розглянемо маніфестацію гендерних стереотипів у нормативних документах та авторитетних довідкових джерелах (зокрема в Словнику української мови у 20 томах).

Хоча новій редакції Українського правопису-2019 [4] вперше було унормовано вживання фемінітивів, й до сьогодні законодавчо в переліку професій все залишилося без змін: незважаючи на те, що 18.08.2020 Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України затвердило наказ про зміну № 9 до класифікатора професій, у класифікаторі спостерігаємо лише «вкраплення» гендерно нейтральної лексики на позначення професій – наприклад, «є: головна медична сестра; **має бути:** головна медична сестра (головний медичний брат)»; «є: акушерка; **має бути:** акушерка (акушер)» й ін., *однак* «є: машиніст термоустановки (спеціальні хімічні виробництва); **має бути:** машиніст термоустановки»; «є: начальник кабінету (лінгафонного, проектного та ін.), **має бути:** начальник (завідувач) кабінету (лінгафонного, проектного та ін.); «є: письменник; **має бути:** письменник (інший автор)» [1]. Якщо проаналізувати класифікатор уважніше, спостерігаємо, що змін відбулося небагато.

З'ясуємо, чи зафіксовані гендерно марковані лексеми на позначення назв професій у Словнику української мови у 20 томах [3]. Означений словник є універсальним довідником із сучасної української мови, має онлайн версію, поєд-

нує науковість з дохідливою формою викладу матеріалу. Його основне завдання – дати повну характеристику слова (його написання, вимови, походження, словозміни, значення, сфери функціонування, сполучуваності), а також показати історичні, естетичні, символічні смислові навантаження слова. Основним критерієм включення слова до словника є його фактичне використання в текстах художньої літератури і науково-популярних видань, у публіцистиці, мові ЗМІ та усному мовленні. Крім загальноновживаних слів у словнику наведена основна термінологія сучасної науки і техніки, а також слова, що позначають явища і реалії виробничого, культурного і суспільного життя українського народу.

У СУМ-20 ми проаналізували реєстрові одиниці на букву А.

Виявлено **120** слів на позначення професій, пов'язаних з гендером. Із них **90** слів з ознаками тільки чоловічого роду (маскулінитиви) і **30** слів з ознаками і чоловічого (маскулінитиви), і жіночого (фемінітиви) родів, **0** слів з ознаками лише жіночого роду (фемінітиви). Пояснення цієї диспропорції можна пояснити історично сформованими особливостями поділу професійної діяльності, де чоловікам належить незаперечна першість. Саме тому на **12 маскулінитивів** наявні лише **4 відповідних фемінітиви**. Ми з'ясували, що в словникові наявна асиметрія в назвах чоловічих і жіночих професій, хобі і захоплень.

Початково «чоловічих» назв на позначення роду занять в СУМ-20 у реєстрових одиницях на букву А безліч: *абрек, акустик, акціонер, алебардист, аліментник, алергік, алерголог, алмазник, альфонс, аналітик, анахорет, апостол, арбітр, арлекін, армієць, артільник, артилерист, археолог, архітектор, ас, аташе, аудитор, аукціоніст* й ін. «Жіночих» слів значно менше: існує лише окреме слово **амазонка, амазонянка** для інших слів пропонується квазідефініція «жін. до...», наприклад «авторка – жін. до автор». Коли, наприклад, говорять про групу людей різної статі, використовують слово чоловічого роду в множині: *актори, абітурієнти, акваріумісти* тощо.

Для назв людей за професійною ознакою у СУМ-20 [3] часто подають лише одне слово, і воно, як видно з таблиці 1, чоловічого роду.

Досліджений матеріал уможливіло зробити висновок про те, що в СУМ-20 пояснення лексичного поняття виступає тільки як тлумачення слова-назви професії в чоловічому роді, стосовно ж статі, поняття «особистість» і «чоловік» ототожнюються, жіночі форми зазвичай є похідними від

чоловічих. З боку лінгвокультурологічного підходу, який передбачає вивчення чоловічого і жіночого як базових культурних гендерних основ, можна не тільки визначити обумовлену статтю специфіку мови, а також виявити універсальні та культурно-специфічні гендерні стереотипи, зафіксовані в мові. У СУМ-20 реєстрові одиниці на букву А, пов'язані з гендером, демонструють вторинність жіночого статусу стосовно до чоловічого, стереотипну репрезентацію обох статей, що призводить до обмеженості гендерних уявлень, а отже, в словникових гніздах виявляється певна гендерна асиметрія.

З урахуванням змін, зафіксованих в Українському правописі-2019, з опертям на § 32, п. 4 (Правопис не пропонує ніяких жіночих назв посад чи професій. Він тільки подає суфікси, за допомогою яких ті назви можна утворити):

«За допомогою суфіксів **-к-**, **-иц-(я)**, **-ин-(я)**, **-ес-** та ін. від іменників чоловічого роду утворюємо іменники на означення осіб жіночої статі.

Найуживанішим є суфікс **-к-**, бо він поєднуваний з різними типами основ: *авторка, дизайнерка, директорка, редакторка, співачка, студентка, фігуристка* та ін.

Суфікс **-иц-(я)** приєднуємо насамперед до основ на **-ник**: *верстальниця, набірниця, порадниця* та **-ень**: *ученія*.

Суфікс **-ин-(я)** сполучаємо з основами на **-ець**: *кравчиня, плавчиня, продавчиня*, на приголосний: *майстриня, філологиня; бойкіня, лемкіня*.

Суфікс **-ес-** рідковживаний: *дияконеса, патронеса, поетеса*» [4], у СУМ-20 мали би бути зафіксовані такі відповідники назв людей за професійною ознакою (таблиця 2):

Отже, якщо *авторка, автоматниця* чи *абатиса* й до сьогодні нікого не дивували, то слова *астрономкиня, адвокатеса, астромедикиня* поки що здаються дещо незвичними, однак, якщо укласти Українського правопису-2019, вважають зазначені вище суфікси цілком закономірними для української мови, мовці мають послуговуватися ними у власному мовленні.

Таким чином, щоб уживання фемінітивів на позначення професій і посад у мовленні стало нормативним, вони мають бути: 1) зафіксовані у словниках, зокрема СУМ-20; 2) віддзеркалені в класифікаторі професій, у якому, як видно з рис. 3, фемінітиви й до сьогодні не мають належного місця (*керівник* – не *керівниця*, *заступник* – не *заступниця*, *секретар* – не *секретарка* й т. ін., натомість, наприклад, є *медична сестра (медичний брат)* й ін.).

Рис. 3. Фрагмент змін, унесених до класифікатора професій 18.08.2020 року

Переконані, що, якщо найближчим часом не врегулювати означене питання в нормативних документах, проблема гендерної рівності в цілому й гендерно нейтральних професій зокрема так

**Назви людей за професійною ознакою у СУМ-20
(розділ на букву «А»)**

| 57

і залишитися остаточно не розв'язаною, а посади й надалі будуть маркуватися мовцями як «чоловічі» й «жіночі».

Висновки. Перешкоди до закріплення фемінітивів в узусі й нормі мають не тільки лінгвістичний, а й соціокультурний та психологічний аспекти. Наше дослідження засвідчило, що досить часто опір уживанню фемінітивів чинять самі жінки, які, на нашу думку, побоюються, що форми жіночого роду знецінюють їхні професійні та ділові якості. Водночас ми переконані, що про-

цес фемінізації мови неминучий, оскільки в суспільстві зростає запит на реальну, а не декларовану рівність між чоловіками і жінками, а мовна рівність є зокрема виявом гендерної.

Як засвідчив кількісний аналіз, усі лексеми на позначення професій і посад можуть утворювати форму або форми жіночого роду, проте визнання їх у суспільстві відбувається повільно через різні обставини. Очевидно, що жоден мовний феномен не може негайно стати нормою, однак варто визнати, що на сьогодні необхідність фемі-

Таблиця 2

Назва людей за професійною ознакою, які мали би бути зафіксовані у СУМ-20

(розділ на букву «А»)

з опертям на Український правопис-2019

«Чоловічі» назви професій (маскулінитиви)	↔	«Жіночі» назви професій (фемінітиви)	«Чоловічі» назви професій (маскулінитиви)	↔	«Жіночі» назви професій (фемінітиви)	«Чоловічі» назви професій (маскулінитиви)	↔	«Жіночі» назви професій (фемінітиви)
абат	↔	абатиса	агролісометіоратор	↔	агролісометіораторка	альпініст	↔	альпіністка
абітурієнт	↔	абітурієнтка	агрометіоратор	↔	агрометіораторка	альтист	↔	альтистка
абстракціоніст	↔	абстракціоністка	агрометеоролог	↔	агрометеорологиня	американіст	↔	американістка
абсурдист	↔	абсурдистка	агроном	↔	агрономка	анатітик	↔	анатітиkinя
авангардист	↔	авангардистка	агротехнік	↔	агротехніkinя	анатом	↔	анатомkinя
аварійник	↔	аварійниця	агрофізик	↔	агрофізикиня	(анатоміст)	↔	андролог
авіабудівник	↔	авіабудівниця	агрохімік	↔	агрохіміkinя	андролог	↔	андрологиня
авіадесантник	↔	авіадесантниця	адвокат	↔	адвокатеса	анестезіолог	↔	анестезіологиня
авіадиспетчер	↔	авіадиспетчерка	ад'юнк	↔	ад'юнкеса (ад'юнктиня)	аніматор	↔	аніматорка
авіаконструктор	↔	авіаконструкторка	ад'ютант	↔	ад'ютантка	анкетер	↔	анкетерка
авіамеханік	↔	авіамеханіkinя	адміністратор	↔	адміністраторка	антиквар	↔	антикварка
авіамоделіст	↔	авіамоделістка	адмірал	↔	адміралkinя	антрополог	↔	антропологиня
авіатехнік	↔	авіатехніkinя	аерокосмогеолог	↔	аерокосмогеологиня	антропоніміст	↔	антропонімістка
авіатор	↔	авіаторка	аеролог	↔	аерологиня	аптекарь	↔	аптекарька
авіаційник	↔	авіаційниця	аеромеханік	↔	аеромеханіkinя	арбітр	↔	арбітриня
автоаматор	↔	автоаматорка	аеронавт	↔	аеронавтка (аеронавтиня)	арлекін	↔	арлекінка
автобіограф	↔	автобіографиня	аероном	↔	аерономkinя	армієць	↔	армійчиня
автобудівник	↔	автобудівниця	айкідойст	↔	айкідойстка (айкідойстkinя)	артилерист	↔	артилеристка
автогонщик	↔	автогонщиця	академік	↔	академkinя	артист	↔	артистка
автодизайнер	↔	автодизайнерка	академік-секретар	↔	академkinя-секретарка	артілець	↔	артільниця
автодиспетчер	↔	автодиспетчерка	академіст	↔	академістка (академістkinя)	археолог	↔	археологиня
автоінспектор	↔	автоінспекторка	акванавт	↔	акванавтка (акванавтиня)	архієпископ	↔	архієпископиня
автокранівник	↔	автокранівниця	аквареліст	↔	акварелістка	архієрей	↔	архієрейка
автолюбитель	↔	автолюбителька	акваріуміст	↔	акваріумістка	архімандрит	↔	архімандритка
автоматляр	↔	автоматлярниця (автоматлярkinя)	аквізитор	↔	аквізиторка	архітектор	↔	архітекторка
автоматник	↔	автоматниця	акліматизатор	↔	акліматизаторка	аспірант	↔	аспірантка
автомеханік	↔	автомеханіkinя	акотманіатор	↔	акотманіаторка	астробіолог	↔	астробіологиня
автомобілебудівник	↔	автомобілебудівниця	акордеоніст	↔	акордеоністка	астрогеограф	↔	астрогеографиня
автомобіліст	↔	автомобілістка	акробат	↔	акробатка	астрогеолог	↔	астрогеологиня
автооператор	↔	автооператорка	актор	↔	акторка (актриса)	астролог	↔	астрологиня
автор	↔	авторка	акустик	↔	акустикиня	астромедик	↔	астромедикиня
авторемонтник	↔	авторемонтниця	акушер	↔	акушерка	астроном	↔	астрономка
автослюсар	↔	автослюсарkinя	акцентолог	↔	акцентологиня	астрофізик	↔	астрофізикиня
автотранспортник	↔	автотранспортникinя	акціонер	↔	акціонерка	астрофотограф	↔	астрофотографиня
агент	↔	агентkinя (агентка)	алебардист	↔	алебартистка	асфальтник	↔	асфальтниця
агітатор	↔	агітаторка	алгебраїст	↔	алгебраїстка	аташе	↔	аташеса
агломератник	↔	агломератникinя	алерголог	↔	алергологиня	атомник	↔	атомниця
аграрник (аграрій)	↔	аграрниця	алмазник	↔	алмазниця	аудитор	↔	аудиторка
агрегатник	↔	агрегатниця	алхімік	↔	алхіміkinя	(авдитор)	↔	(авдиторка)
агробіолог	↔	агробіологиня	альголог	↔	альгологиня	аукціоніст	↔	аукціоністка
						африканіст	↔	африканістка

нізації назв професій, посад, наукових ступенів і вчених звань, титулів тощо має бути визнана не лише державними й політичними інститутами, а й зафіксована нормативними документами. Як видно з дослідження, подекуди кодифікація мови перестає бути прерогативою спеціалізованих наукових установ, які видають словники, довідники та граматики, і потрапляє до сфери діяльності виконавчої влади, яка регламентує за допомогою нормативно-правових актів використання мови в законодавчій та адміністративній галузях. При

цьому документи, видані державними органами, мають обов'язковий, прескриптивний характер на відміну від довідників та словників, які мають дескриптивний характер і нічого не нав'язують.

Мова – живий організм. Вона постійно розвивається, шукає нові форми й значення, приймає і відкидає ті чи ті слововживання. Те, що сьогодні здається неможливим, неприйнятним для слуху, упродовж десятиріччя стане звичним і природним або буде забуте, якщо мова не прийме ту чи іншу лексичну одиницю.

Список літератури:

1. Зміна № 9 до класифікатора професій ДК 003:2010 від 18.08.2020. URL: <https://cutt.ly/pWgMpKR> (дата звернення: 01.10.2021).
2. Кулик О. Д. Гендерна асиметрія в підручниках з української мови: пошуки гармонії. *Trends in the Development of Practice and Science*. Abstracts of XV International Scientific and Practical Conference. Oslo, Norway. December 28–31, 2021. Pp. 311–314.
3. Словник української мови online. URL: <http://services.ulif.org.ua/expl> (дата звернення: 25.10.2021).
4. Український правопис / Українська національна комісія з питань правопису. Київ, 2019. 282 с. URL: <https://cutt.ly/nOKLEKq> (дата звернення: 27.10.2021).

Kulyk O. D. OCCUPATIONAL GENDER-MARKED VOCABULARY IN THE LEXICOGRAPHICAL REFLECTION (AS EXEMPLIFIED BY AN EXTRACT FROM DUL 20)

This article highlights manifestation of gender stereotypes in regulatory documents and reliable reference sources.

The latest edition of the Ukrainian orthography published in 2019 is the first document ever to have standardized the use of feminine gender-specific job titles (femininitives), but even today there have been no legislative changes in the list of occupations. In spite of the fact that the Ministry of Economic Development, Trade and Agriculture approved the order No. 9 on amendments to the occupational classification on 18.08.2020, only inclusion of gender-neutral terms denoting certain occupations can be observed so far. This is also true in regard to reliable reference sources, in particular, the Dictionary of Ukrainian Language in 20 Volumes (DUL 20). Among registry entries for letter A, we have discovered 120 words denoting gender-related jobs which included 90 masculinitives (male-gender terms), 30 terms of both male and feminine nature (masculinitives and femininitives), and 0 terms that were exclusively femininitives (feminine-specific only). Such disproportion can be explained by the historically developed peculiarities in distribution of professional activity that has been largely dominated by male sex. That is why for 12 masculinitives (male-gender terms) only 4 corresponding femininitives can be found. We have found out that the dictionary entries illustrate a visible asymmetry between the terms denoting male and female jobs, hobbies and pastimes.

With account of the changes recorded in the Ukrainian Orthography 2019, and with reference to Paragraph 32, subparagraph 4 (The Orthography does not suggest any feminine gender-specific job titles but only lists suffixes which can be used to create such terms), a selection of femininitives that may be recorded in DUL 20 has been proposed. The conclusion has been made that for the use of femininitives denoting positions and job titles to become standardized, these terms have to be: 1) represented in the occupational classification; 2) recorded in dictionaries, particularly in DUL 20.

Key words: gender equality, the Ukrainian language, names of people by occupation, occupational classification, the Dictionary of Ukrainian Language in 20 Volumes.

Левченко Т. М.

Університет Григорія Сковороди в Переяславі

ВПЛИВ ПОЗАМОВНИХ ЧИННИКІВ НА МОВУ ЗАСОБІВ СУЧАСНОЇ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті порушено питання про те, що в сучасних умовах демократизації суспільного життя та лібералізації соціальних основ і моральних принципів, український інформаційний простір зазнає постійних змін, що своєю чергою впливає на розвиток мови, зокрема її лексичної системи. У мові засобів масової комунікації постійно відбувається урізноманітнення стилістичних засобів, з'являються нові лексеми, збільшується варіантність мовних одиниць, запозичуються слова з інших мов і водночас активно функціонує субстандартна лексика. Зазначено, що на початку XXI століття помітно змінилося співвідношення нормативних та ненормативних складників у сучасній українській мові і, як наслідок, зросло зацікавлення лінгвістів некодифікованими, нелітературними підсистемами мови як важливими компонентами мовного субстандарту, на який активно впливають позамовні чинники.

Проаналізовано погляди українських і зарубіжних лінгвістів на позамовні чинники та їх вплив на лексичну систему мови. Констатовано, що на початку XXI ст. мовна мода сприяє процесу відхилення від літературної мови до нелітературної. Наголошено, що саме екстралінгвальні чинники рухають мовні зміни, удосконалюють їх, уповільнюють або й навіть зупиняють. Констатовано, що розхитування лексичних норм та активне використання субстандартної лексики засобами масової комунікації можна пояснити такими причинами: впливом зовнішніх чинників; свідомим використанням (як прийом) чи з метою креативності спілкування; відсутністю комунікативної та мовної компетентностей в частині соціуму. Простежено тенденцію до формування громадської думки про хаотичність мовленнєвого етикету, його «умовність» і непотрібність у сучасному спілкуванні. Зазначено, що квазісвобода мовлення впливає не тільки на стилістичне забарвлення мови сучасних засобів масової комунікації, але й на семантичний зміст, помітно розхитуючи систему тематичних табу, що існували раніше в публіцистичному стилі. Встановлено, що позамовні чинники зумовлюють вульгаризацію, переорієнтацію з високих мовних ідеалів на масові та змішування функціональних стилів сучасної української мови.

Ключові слова: мова засобів масової комунікації, позамовні чинники, субстандартна лексика, жаргон, сленг, суржик.

Постановка проблеми. Мова засобів масової комунікації є типовою реакцією на процеси, що відбуваються в сучасному суспільстві. Відображаючи проблеми культури спілкування, імперативних та диспозитивних норм, труднощі встановлення мовних явищ, мова публіцистики засвідчує тенденцію до розмивання чітких стилістичних меж; активізацію елементів розмовного стилю; демократизацію публіцистичного стилю та лібералізацію мовної норми, зокрема лексичної, що впливає на процес зниження мовних норм через функціонування в медіатексті субстандартної лексики.

В останні десятиліття активно змінюються умови функціонування української мови. Розширюються межі публічної мови, що дає змогу залучити до неї нових носіїв. Окрім того, і це головне, змінюється сам характер мови. Стан сучасної

української мови давно викликає занепокоєння не тільки спеціалістів, але й усіх тих, чия професійна діяльність пов'язана з мовленнєвим спілкуванням. Мовна редукція, а саме зниження мовної норми усної і писемної мови, вульгаризація побутової сфери спілкування (термін В. В. Хіміка) [10, с. 8] виражається в повсякденному порушенні граматичних, лексичних, орфоепічних та етичних норм мови. Як і будь-яке лінгвістичне явище, мовна редукція має свої позамовні чинники.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В українському й зарубіжному мовознавстві означену проблему досліджують і трактують з різних підходів, зокрема окремі аспекти впливу зовнішніх і внутрішніх причин на мову засобів масової комунікації стали об'єктом вивчення низки лінгвістів (Б. М. Ажнюк, Н. Ф. Босак, Є. А. Карпіловська, Б. О. Коваленко, І. М. Кочан,

М. П. Кочерган, Т. М. Медведєва, Н. О. Попова О. А. Стишов, та ін.). Однак, незважаючи на певну кількість праць, присвячених вивченню мови засобів масової комунікації, в українській лінгвістиці бракує досліджень про вплив екстралінгвальних чинників на мову сучасної публіцистики, що своєю чергою впливає на лексичну систему української мови.

Постановка завдання – систематизувати й описати комплекс найважливіших позамовних чинників, їх вплив на мову засобів масової комунікації та усне розмовне мовлення.

Виклад основного матеріалу. Про вплив на мовну систему екстралінгвальних чинників писав В. М. Русанівський, не погоджуючись із науковцями, які вбачають причини розвитку мови тільки у впливові чинників позамовної дійсності [7, с. 110–111]. Зокрема, Е. Косеріу вважав, що сприйняття нового завжди відповідає необхідності вираження, яке може бути культурним, соціальним, естетичним або функціональним. Слухач сприймає те, чого не знає, але задовольняє його естетично та відповідає соціальним запитам чи є для нього функціонально корисним. Тому «сприйняття» – це акт, визначений культурою, смаком і практичним розумом [5, с. 198]. Натомість В. М. Русанівський стверджував, що причини розвитку мови варто вбачати в безперервному процесі пізнавальної роботи суспільства, у поступовій інтернаціоналізації значеннєвого, змістового рівня мови, що потребує постійної формальної перебудови. Тому оновлення словника й граматики залежить від зовнішніх упливів, які діють передовсім на змістовий бік мови [7, с. 111]. Дослідник акцентував увагу на тому, що один з основних законів мови – це тенденція до постійного збереження рівноваги в її системі. Порушення відносної сталості певною мірою зумовлене екстралінгвальними факторами: розвитком продуктивних сил, зрушеннями в соціальній структурі та ін. Як відомо з історії розвитку мов світу, найбільші зміни в мовній системі відбулися внаслідок звершення великих соціальних подій [7, с. 130].

С. В. Семчинський до позамовних чинників зараховує розвиток людського суспільства, культури, науки, техніки тощо. До них належать і ті, що внаслідок тиску однієї мовної системи на іншу зумовлюють різні структурні й неструктурні зрушення та зміни в різних підсистемах другої мовної системи [8, с. 266]. Не повністю погоджується з його думкою, що роль поза- і внутрішньомовних чинників є рівнозначною в складному комплексі

взаємодії різних явищ і процесів, О. А. Стишов. Дослідник стверджує, що в окремі періоди розвитку мови ці фактори діють неоднаково. Саме вони рухають мовні зміни, удосконалюють цей процес, уповільнюють або й навіть зупиняють його [9, с. 19–20].

Про взаємозв'язок зовнішніх і внутрішніх причин зауважує і М. П. Кочерган. Позаяк зовнішні причини зумовлюють виникнення в мові слів, створених мовою за її законами та з її матеріалу. Зовнішній вигляд слова не залежить від зовнішніх чинників [6, с. 47]. Зовнішнім факторам завжди протиставлені внутрішньомовні причини, закладені в самій мові, у її можливостях і тенденціях.

Якщо проаналізувати взаємозв'язок позамовних та внутрішньомовних чинників, на думку І. Газди, то основна роль надана соціальним, політичним та економічним змінам. Не варто забувати й про суспільні перетворення, які не завжди викликають нові явища в мові, але часто пришвидшують та посилюють закладені в самій системі мови тенденції та процеси, що мають ознаки не поривчастих, а переважно еволюційних змін [3, с. 158–159].

Б. О. Коваленко зазначає, що вживання стилістично зниженої лексики в засобах масової комунікації зумовлене різними екстралінгвальними факторами, до яких зараховує: зняття цензури, протест проти відсталості суспільства та «заштампованості» мови; криміналізацію суспільства; зміну мовних смаків у бік спрощення, лібералізацію; необхідність номінації явищ, що не були характерними (загалом або в такому масовому вияві, у такій кількості, як тепер) для попередніх років; бажання висловити експресію будь-якими засобами; ситуацію українсько-російської двомовності [4, с. 24–25].

Отже, серед мовознавців немає одностайності у визначенні впливу на розвиток мови екстралінгвальних та інтралінгвальних факторів. Звісно, між ними є взаємозв'язок та існує взаємозалежність, але вони по-різному впливають на мовну систему та в конкретні періоди її розвитку діють неоднаково.

Одним із важливих позамовних чинників, що впливає на зміни в сучасній українській мові вважаємо бурхливий розвиток засобів масової комунікації, унаслідок чого писемна мова починає замінюватися усною публічною мовою. Відомо, що в сучасному суспільстві вербальна комунікація є потужним фактором формування світогляду та світосприйняття особистості, створення етичних стереотипів і норм, що впливають, насампе-

ред, на свідомість і громадську поведінку індивіда. Одним із перших звернув увагу на цю залежність В. фон Гумбольдт, який характеризував мову як «світ, що лежить між світом зовнішніх явищ і внутрішнім світом людини» [2, с. 303]. Усне публіцистичне мовлення – один з основних факторів, що впливає на формування мовних стандартів у масовій аудиторії. Багато в чому це спричинено тим, що засоби масової комунікації є джерелом значущої для індивіда інформації про природну та соціальну реальність, на основі якої він приймає життєво важливі рішення. При цьому сам характер комунікації у публіцистиці за останні кілька десятиліть кардинально змінився. На зміну офіційно підготовленої, вивіреної роками мовної норми приходять невідповідні спілкування, безпосереднє або квазібезпосереднє. У мові засобів масової комунікації (мова радіо, телебачення, газет, Інтернет) зростає ступінь спонтанності, збільшується кількість жаргонних, розмовних, вульгарних та інших стилістично знижених елементів.

Постійно виникає необхідність у привабленні уваги до поданої інформації, у підтримці рейтингу, обмеженість ефірного часу й недостатня освіченість учасників ефірної комунікації – ці позамовні фактори приводять у дію лінгвістичні закони. Спрацьовує закон економії зусиль і теле-, радіоведучі, журналісти підкреслено використовують у мовленні субстандартні слова та вирази для створення експресії. У сучасних літературних творах, виставах, фільмах, піснях також функціонують знижені мовні одиниці. Досить часто трапляється так, що субстандартну лексику виносять навіть у заголовки публікацій чи назву твору, що ще більше привертає увагу читачів і запам'ятовується.

Причини стилістичного та семантичного зниження мови публіцистики в неграмотному мовленні осіб, які користуються авторитетом у суспільстві; зниження вимогливості редакторів щодо дотримання мовних норм; відсутність зворотного зв'язку з аудиторією, стурбованої грамотністю оформлення публікацій; незалежність засобів масової комунікації; популярність прямого ефіру на телебаченні й особливо на радіо; невідповідність та спонтанність мовлення – ось причини, у результаті яких відбувається зміна мови, її масове спрощення за форматом і засобами вираження. Як наслідок – субстандартну лексику підхоплюють засоби масової комунікації.

Іншим позамовним чинником, що пояснює мовну редукцію, є прискорений темп розвитку інформаційних технологій та пов'язаний із цим

темп життя. Варто зазначити, що на зміни в мові значно впливає інтенсивне технічне переустаткування побуту українців, пов'язане з активним розповсюдженням у повсякденному житті побутової та офісної техніки закордонного виробництва (комп'ютерів, ноутбуків, відеокамер, факсів, копіювальної техніки, побутової техніки), підвищення комп'ютерної грамотності українців, поява комп'ютерних ігор. О. А. Стишов, досліджуючи інноваційні процеси в мові, зауважує, що «сучасний глобалізований і технізований світ, а також інформаційне суспільство весь час вимагає активізації появи реалій, понять і процесів та їх постійного номінування. Інноваційні назви інтенсивно поповнюють і збагачують відомі, а також слугують для створення нових тематичних груп лексики» [9, с. 47].

Сервіс SMS, інтернет-чати та різноманітні форуми для спілкування та обміну інформацією міцно ввійшли в сучасне життя. Їхнє часте використання сприяє тому, що в мові все активніше застосовують спрощені мовні конструкції. Це дає змогу передати власну думку максимально швидко. Домінанта цієї сфери – розмовний стиль, усна форма мови, а наслідком є факт: в усну мову все більше і більше проникає так званий «телеграфний стиль» і відбувається зниження мовної норми. Із проблемою прискореного темпу розвитку інформаційних технологій не в останню чергу пов'язане питання англізації розмовної мови, оскільки більшість комп'ютерних програм виходять англійською мовою.

Наголошуючи на деструктивному впливові англіцизмів на природний мовний баланс, адже кількість згодом переходить у якість, Б. М. Ажнюк стверджує, що насичення мови великою кількістю запозичень може призвести до психолінгвістичної залежності від мови-донора і за певних обставин – одним із знарядь духовного поневолення [1, с. 24]. Активні процеси запозичення не сприяють адаптації лексем-неологізмів, через що виникає неусталеність їхньої орфографії, засвідчена в засобах масової комунікації.

У результаті процес запозичень інтенсифікується настільки, що словники не можуть зафіксувати всі зміни в мові. Ставши мовою інтернет-спілкування, англійська мова ще більше зміцнила свої позиції у світі, її активно використовують не завжди функціонально виправдано і не тільки молодь у розмовному мовленні, а й на телебаченні та в пресі. Усе це відбувається через те, що Інтернет – сфера неконтрольованого спілкування молоді. Суб'єктами мови є не тільки

школярі та студенти, а й творча молодь, молоді фахівці. Саме молодь становить авангард живих процесів у мові та ініціює мовні інновації. Мова молоді – після мови засобів масової комунікації – друга сфера масового спілкування, що активно впливає на стан сучасної розмовної мови. Усі відомі інтержаргонізми й елементи жаргонів, які мають своєрідну епатуючу образність і соціально-групову претензійність, у результаті «семантичного вирівнювання» у середовищі молодих людей набувають статусу загального молодіжного слововживання та з часом потрапляють у масове повсякденне вживання і в мову засобів масової комунікації [10, с. 8–9]. Отже, мова сучасної молоді виявляється своєрідним генератором, який дає шанс зниженим елементам мови проникнути в розмовне мовлення, а далі – у мову засобів масової комунікації та розмовну літературну мову. Особливу роль у цьому процесі відіграє генераційна ротація, тобто омолодження працездатної частини населення суспільства в управлінській сфері, засобах масової комунікації та Інтернеті, яка прискорює мовну редукцію.

Виникнення та розвиток мови як засобу спілкування можливе лише в суспільстві. Саме тому зміни, що відбуваються в соціумі, культурі й навіть економіці впливають на розвиток та функціонування мови. Історичні події ХХІ століття не могли не сприяти трансформації української мови. Безумовно, неможливо змінити систему мови за одне століття. Однак внаслідок того, що збільшується кількість носіїв мови, змінюється й сама мовленнєва практика, словниковий склад в окремих галузях словника, змінюються стилістичні реєстри та семантичне наповнення деяких слів і мовних зворотів. У результаті політики в загальній освіті мовний стандарт перестав бути елітарним, а став загальноетичним.

Усі названі попереду позамовні чинники зумовлюють вульгаризацію, переорієнтацію з високих мовних ідеалів на масові та змішування функціональних стилів. Високий стиль майже зникає з повсякденного спілкування, а потреба в пафосі залишається. Для досягнення виразності використовують експресивну (а часом навіть обценну) лексику, й зовсім не дотримуються суворих правил елітарної норми. У зв'язку з новими звичаями швидко зникають табу у вживанні лексики, відбувається взаємопроникнення реєстрів мови. Усі ці зміни позначаються на лексичних нормах мови. Словники дедалі більше фіксують лексичні одиниці, які вважали раніше субстандартними. Результат таких процесів – мовна редукція.

Соціальним чинником зниження мовної норми є реальне втілення в сучасному суспільстві принципів політичної та індивідуальної свободи. Свобода слова стала однією з найбільш значущих політичних реалій у сучасному суспільстві. У масовій свідомості відбулася заміна понять: свобода слова замінилася свободою мови. Іншими словами, свобода слова «говори, що хочеш» замінюється поняттям «говори, як хочеш». Таке заміщення, що існує в свідомості багатьох носіїв мови, зумовлює помітну й невиправдану лібералізацію і навіть недбалість у ставленні до норм мови, і передусім – у сфері культури мовного спілкування. У розмовному мовленні, мові засобів масової комунікації значно збільшується ступінь публічно допустимого. Насамперед у публіцистичні тексти входять ненормативні варіантні елементи, що виникають під впливом діалектів і жаргонів, журналісти використовують нові іноземні слова й терміни (не завжди виправдано), і зрештою, спостерігаємо стилістичне зниження сучасної усної та писемної мови та все більш помітною стає вульгаризація побутової сфери спілкування. Суспільним фактором зниження мовної норми є своєрідна глобалізація та масова міграція населення, що зумовило появу й поширення суржику.

Висновки і пропозиції. Отже, внутрішні та зовнішні чинники змін у мові функціонують взаємопов'язано, причому позамовні чинники мають найзагальніший вплив, а безпосередні зміни в мові визначають внутрішні чинники.

Сучасні масмедіа – потужний засіб формування світогляду, поглядів та переконань особистості, що сприяє розвитку поведінкових стереотипів і норм. До найважливіших позамовних чинників, що активно впливають на лексичний склад мови, зокрема на нормативність мовних одиниць зараховуємо: зрушення в соціальній структурі; бурхливий розвиток засобів масової комунікації, унаслідок якого писемна мова все активніше замінюється усною публічною; темп розвитку, зумовлений швидким темпом розвитку самого суспільства (розвиток науки й техніки, входження в повсякденне життя побутової та офісної техніки закордонного виробництва); необхідність номінації явищ, не характерних для попередніх років, активізація суспільно-політичних процесів, бажання висловити експресію будь-якими засобами; потужний вплив англійської мови на українську, результатом чого є інтенсифікація процесів запозичення; неконтрольований процес спілкування молоді через Інтернет, адже саме молодь ініціює мовні інновації та активно

впливає на стан сучасного розвитку мови; історичні та суспільно-політичні зміни, які відбуваються в державі; соціальний чинник, що знайшов вираження в суспільних принципах політичної та індивідуальної свободи, яка призвела до лібе-

ралізації та недбалості стосовно мовних норм; глобалізація та масові міграційні процеси.

Питання про вплив екстралінгвальних чинників на мову засобів масової комунікації залишається відкритим і потребує подальшого опрацювання.

Список літератури:

1. Ажнюк Б. М. Засади протекціонізму в мовній політиці і екологія мовного середовища. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика* : збірник наукових праць. Київ. Вид.-во поліграф. центр «Київський університет», 2009. Випуск 19. С. 18–28.
2. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию. Москва : Прогресс, 1984. 397 с.
3. Газда Й. Лексика современной русской публицистики и общие тенденции развития языка. *Sborník praci filozofické fakulty Brněnské univerzity. Rognik XLVI Rada jazykovedna (a)* С. 45. Masarykova univerzita Brno, 1997. С. 157–164.
4. Коваленко Б. О. Стилистично знижена лексика в мові сучасної української публіцистики : монографія. МОНМС України, Кам'янець-Поділ. нац. ун-т ім. І. Огієнка. Кам'янець-Подільський, 2010. 160 с.
5. Косериу Э. Синхрония, диахрония и история (Проблема языкового изменения). *Новое в лингвистике*. Випуск III; сост., ред. и вступ. статьи В. А. Звегинцева. Москва : Издательство иностранной литературы, 1963. С. 143–343.
6. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства : підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих навчальних закладів. Київ : Видавничий центр «Академія», 2001. 368 с.
7. Русанівський В. М. Структура лексичної і граматичної семантики. Київ : Наукова думка, 1988. 240 с.
8. Семчинський С. В. Загальне мовознавство. Київ : Вища школа, Головне видавництво. 1988. 328 с.
9. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мовизасобів масової інформації) [2-ге вид., переробл.]. Київ : Пугач, 2005. 388 с.
10. Химик В. В. Язык современной молодежи. *Современная русская речь: состояние и функционирование* : сборник аналитических материалов. Санкт-Петербург : Филологический факультет СПбГУ, 2004. С. 7–66.

Levchenko T. M. THE INFLUENCE OF EXTRA LINGUISTIC FACTORS ON THE LANGUAGE OF MODERN MASS COMMUNICATION

The article raises the issue that in the current conditions of democratization of public life and liberalization of social principles and moral principles, the Ukrainian information space is undergoing constant changes, which in turn affects the development of language, including its lexical system. The language of the mass media is constantly diversifying its stylistic means, new lexemes are appearing, the variability of language units is increasing, words from other languages are being borrowed, and at the same time substandard vocabulary is actively functioning. It is noted that at the beginning of the XXI century the ratio of normative and non-normative components in the modern Ukrainian language has changed significantly and, as a result, linguists' interest in uncodified, non-literary subsystems of language as important components of linguistic substandard.

The views of Ukrainian and foreign linguists on extralinguistic factors and their influence on the lexical system of language are analyzed. It is stated that at the beginning of the XXI century language fashion contributes to the process of deviation from literary to non-literary language. It is emphasized that extralingual factors drive language changes, improve them, slow them down or even stop them. It is stated that the loosening of lexical norms and the active use of substandard vocabulary by the media can be explained by the following reasons: the influence of external factors; conscious use (as a reception) or for the purpose of creativity of communication; lack of communicative and linguistic competencies in society. There is a tendency to form public opinion about the chaotic nature of speech etiquette, its «conditionality» and the need for modern communication. It is noted that quasi-freedom of speech affects not only the stylistic coloring of the language of modern media, but also the semantic content, significantly shaking the system of thematic taboos that previously existed in the journalistic style. It is established that extralinguistic factors cause vulgarization, reorientation from high language ideals to mass and mixing of functional styles of modern Ukrainian language..

Key words: language of mass media, extralinguistic factors, substandard vocabulary, slang, jargon, Surzhyk.

Межов О. Г.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧНА Й ФОРМАЛЬНО-ГРАМАТИЧНА ОРГАНІЗАЦІЯ ПИТАЛЬНИХ РЕЧЕНЬ У КОНТЕКСТІ ЛІНГВІСТИЧНОГО СЬОГОДЕННЯ

У статті схарактеризовано формальні засоби вираження питальної модальності у різних типах речень, зокрема питальні форми займенникових іменників, прикметників, числівників, прислівників, похідних прийменниково-відмінкових сполук щодо невідомих, чітко неокреслених або неозначених для мовця предметів, ознак, обставин, про які він має намір дізнатися від співрозмовника, структуруючи питальні речення й очікуючи конкретних відповідей. Встановлено, що семантико-синтаксична структура питальних речень зумовлена характером інформації, яку прагне отримати мовець: про виконавця дії чи носія процесу, стану, якісної та кількісної ознаки; особу (іншу істоту) або предмет, на яку спрямовано дію, процес, стан; особу, якій адресована дія; знаряддя дії або засіб переміщення; місцеперебування особи (іншої істоти), локалізації предмета, напрямку і шляху руху; обставини, за яких (всупереч яким) відбувалися певні дії, протікали процеси, стани (час, причину, умову тощо); зрештою, про саму подію, процес або стан. Відповідно до цього питальні слова можуть виконувати семантико-синтаксичні функції прогнозованих валентністю базового предиката суб'єктних, об'єктних, адресатних, інструментальних синтаксем, які перебувають у формально-синтаксичних позиціях підмета або керованого другорядного члена речення, а також функції адвербіальних синтаксем у позиціях детермінативів. З'ясовано, що питальні синтаксеми зазвичай препозитивні, незалежно від їхньої синтаксичної функції та способу вираження. Відповіді на питання адресанта залежно від комунікативної мети повідомлення і потреби акцентувати увагу на певній ознаці, співрозмовник найчастіше структурує неповними двоскладними чи односкладними конструкціями, рідше – повними. Значну роль для порозуміння учасників комунікативного процесу відіграють у запитаннях–відповідях логічний наголос та порядок слів. Підсумовано, що формальна організація питальних речень перебуває у тісному взаємозв'язку із семантико-синтаксичною. Мовленнєва ситуація, позамовна дійсність, когнітивні процеси в свідомості мовця, його комунікативний намір, а також валентний потенціал базового предиката зумовлюють відповідно синтаксему й формальну структуру питального речення.

Ключові слова: питальне речення, формально-граматична структура речення, семантико-синтаксична структура речення, питальне слово, синтаксема, предикат, валентність, член речення.

Постановка проблеми. У сучасній лінгвістичній парадигмі домінує багатоаспектний підхід до аналізу синтаксичних одиниць і категорій, який розглядає речення у взаємодії трьох основних аспектів – формально-синтаксичного, семантико-синтаксичного і комунікативного. Отож, для будь-якого висловлення, крім комунікативної організації (інтонаційного оформлення, актуального членування), характерне у системі мови семантико-синтаксичне (змістове) і формально-граматичне членування. Найбільш усталений в граматичних працях поділ висловлень за метою висловлювання на розповідні, питальні та спонукальні, до яких іноді додають бажальні, а також їхній вичерпний аналіз за інтонацією, модальністю, комунікативним призначенням

тощо. Із погляду формально-граматичної організації найґрунтовніше описано розповідні та спонукальні речення. В останні десятиліття з'явилися наукові студії і щодо їх семантико-синтаксичного членування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

В українському мовознавстві розповідні та спонукальні речення на формально-граматичному й семантико-синтаксичному рівнях ґрунтовно дослідили І. Р. Вихованець, К. Г. Городенська, Н. В. Гуйванюк, П. С. Дудик, Н. Л. Іваницька, М. Я. Плющ, А. П. Загнітко, М. В. Мірченко, М. С. Скаб, М. О. Вінтонів, Н. М. Костусяк, Т. Є. Масицька, О. Г. Межов, І. А. Мельник, С. Т. Шабат-Савка та ін. На рубежі століть активізовано вивчення формальних засобів репрезента-

ції і комунікативних ознак категорії питальності у вітчизняних розвідках на матеріалі англomовного дискурсу (Л. Р. Безугла, С. Ф. Гедз, Л. Г. Галій, О. М. Журавльова, Л. П. Калитюк, Н. В. Руденко, М. С. Саїдова, А. В. Сітко та ін.), зокрема принципів маніпуляційної дії на адресата нетипових питальних речень в англійській мові у науковій студії Н. В. Руденко [7]. Меншою мірою опрацьовано речення питальної модальності у вищезазначених синтаксичних аспектах на матеріалі різностильових текстів української мови. Перший системний опис речень прямої (з'ясувальної, уточнювальної) та непрямої питальності здійснила в українській граматиці Л. О. Кадомцева [2, с. 128–133], який покладений в основу підручників із синтаксису української мови. На сучасному етапі актуальним питанням змістового обшину, маркерів актуалізації інтенцій запиту, комунікативно-прагматичного й дериваційного потенціалу питальних висловлень присвячені наукові студії С. Т. Шабат-Савки [8; 9; 10; 11], зокрема її кандидатська й частково докторська дисертації. Питальні речення в українському поетичному мовленні були об'єктом досліджень Н. В. Кондратенко [3]. Заслужують на увагу оглядові статті М. В. Панкової про еволюцію лінгвістичних поглядів на семантичну і комунікативну будову питальних речень, особливості їхнього актуального членування [5; 6], що, безперечно, потребує поглибленого опрацювання. Водночас вимагає ґрунтовного вивчення проблема співвідношення формальної, змістової та комунікативної організації питальних висловлень сучасної української мови.

Постановка завдання. З огляду на це мету пропонованої статті вбачаємо передовсім у комплексному вивченні питальних речень на рівні їх формально-граматичної та семантико-синтаксичної структур. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких основних завдань: 1) встановити синтаксемну структуру питальних речень відповідно до конкретних позамовних ситуацій, когнітивних процесів у свідомості мовця, іллокутивної мети запиту, валентних інтенцій предикатів; 2) схарактеризувати формальні засоби вираження питальної модальності у різних типах речень; 3) з'ясувати співвідношення формально-синтаксичного та семантико-синтаксичного членування питальних конструкцій.

Виклад основного матеріалу. Прагматична мета типових власне-питальних висловлень – отримати нові відомості, з'ясувати якусь часткову інформацію або підтвердити її вірогідність у вигляді чіткої, конкретної відповіді адресата,

яка б задовольнила адресанта. Якщо співрозмовник не здатен відповісти через свою необізнаність або ж не хоче, намагаючись перепитувати, задавати зустрічні запитання, свідомо надавати недостовірну інформацію тощо, комунікативний акт вважатиметься неуспішним. «Мовна форма вираження категорії питальності, – на переконання С. Т. Шабат-Савки, – репрезентує якісну характеристику інформаційної лакуни в знаннях суб'єкта комунікації – його прагнення з'ясувати чи уточнити інформацію, підтвердити чи заперечити якийсь факт дійсності...» [11, с. 105], що й дало змогу дослідниці, услід за Л. О. Кадомцевою [2, с. 130–133], визначити два типові вияви інтенцій запиту – з'ясувальну та уточнювальну [11, с. 105].

І. Р. Вихованець за типом питання й передбачуваної відповіді питальні речення поділяє на загальнопитальні (зазвичай відповідають уточнювальним) і частковопитальні (корелюють зі з'ясувальними). «Загальнопитальні речення орієнтовані або на ствердну відповідь (*Так*), або на заперечну відповідь (*Ні*), або на інші модифікації цих відповідей. Частковопитальні ж речення спрямовані на отримання якоїсь нової часткової інформації», – постулює вчений [1, с. 146].

Семантико-синтаксична структура частковопитальних речень зумовлена характером інформації, яку прагне отримати мовець: про виконавця дії чи носія процесу, стану, якісної та кількісної ознаки; особу (іншу істоту) або предмет, на яку спрямовано дію, процес, стан; особу, якій адресована дія; знаряддя дії або засіб переміщення; місцеперебування особи (іншої істоти), локалізації предмета, напрямок і шлях руху; обставини, за яких (всупереч яким) відбувалися певні дії, протікали процеси, стани (час, причину, умову тощо); зрештою, про саму подію, процес або стан.

Для з'ясування потрібної часткової інформації використовують: 1) займенниковий іменник *хто?*, спеціалізований на експлікації запитань про істоти, у різних безприменникових (*кого?*, *кому?*, *ким?*) та применникових (*до кого?*, *про кого?*, *для кого?*, *біля кого?* *на кого?* *на кому?* *при кому?* *в кому?* і под.) відмінках; 2) займенниковий іменник *що?* спеціалізований на вербалізації запитань про предмети-неістоти, у різних безприменникових (*чого?* *чим?*) та применникових (*до чого?*, *біля чого?* *на що?* *про що?* *на чому?* *при чому?* *в чому?* і под.) відмінках; також використовується для з'ясування дії або стану особи (*Що з ним діється?*), а ще причини (*чому?* *чого?* *що?* *за що?*), мети дії або призначення предмета (*для*

чого?, задля чого?, заради чого?) у випадку адвербіалізації – переходу зі сфери предметності у прислівникову; 3) займенникові прикметники *який?*, *котрий?*, *чий?*, спеціалізовані відповідно на вираженні запитань про властивості, якісні та посесивні ознаки істот і предметів-неістот, їхній порядок за лічби (переліку), упорядкованість часу; 4) займенниковий числівник *скільки?* як єдиний репрезентант запитань щодо кількісного складу предметів; 5) займенникові прислівники *де?*, *куди?*, *звідки?*, *коли?*, *відколи?*, *доки?*, *поки?*, *чому?*, *навіщо?* *нащо?* *як?*, *наскільки?* та ін., закріплені відповідно за питаннями про місце, час, причину, мету й спосіб дії, міру її вияву чи інтенсивності; 6) похідні прийменниково-відмінкові та інші сполуки з аналогічними до попередніх інтенціями запити: *за якої умови?* *з якою метою?*, *попри що?*, *всупереч чому?*, *наперекір чому?* *незважаючи на що?*, *з якої причини?*, *з якого часу?* *до якого часу?* *з яких пір?* *до яких пір?* *в якому напрямку?* *яким шляхом?* *у який бік?* *у яке місце?* *з якого місця?* *яким чином?* *яким способом?* *якою мірою?* *до якої міри?* *до якого ступеня?* *як часто?*, *як багато?* *скільки разів?* *у скільки разів?* *внаслідок чого?* *завдяки чому?* *за яких обставин?* *у якому випадку?* *заради чого?* *в ім'я чого?* *на честь чого?* *про кого (що) йдеться?* Усі ці питальні форми стосуються невідомих, чітко неокреслених або неозначених для мовця предметів, ознак, обставин, про які він має намір дізнатися від співрозмовника, структуруючи питальні речення й очікуючи конкретних відповідей.

Специфіка семантико-синтаксичної організації частковопитальних речень полягає в тому, що питальні слова чи словосполучення зазвичай стоять на початку конструкції, незалежно від їхньої синтаксичної функції та способу вираження. Репрезентантами семантико-синтаксичних функцій у простому реченні є виділювані на основі значеннєвих відношень синтаксеми – мінімальні синтаксичні одиниці семантичного типу, які відображають стосунки між предметами і явищами позамовного світу. У системі мови валентність базового предиката прогнозує кількісний і якісний склад субстанційних синтаксем елементарного простого речення – суб'єктних, об'єктних, адресатних, інструментальних, локативних. Не зумовлені валентністю базового предиката вторинні предикатні синтаксеми (адвербіальні, атрибутивні, модальні) ускладненого простого речення є наслідком згортання предикативних частин складних конструкцій, які відображають дві й більше позамовних ситуацій [1, с. 245–278; 4, с. 133–137].

Для маркування невідомих осіб, інших істот, предметів та явищ відповідно до іллокутивної мети мовець використовує питальні займенникові іменники та інші засоби у семантико-синтаксичних позиціях таких субстанційних синтаксем, зумовлених валентністю базового предиката:

суб'єкта дії: а) фізичної: – *Хто збудує такий храм?* – *спитав Ярослав* (П. Загребельний); – *Хто це тобі зробив такий інструмент*, *Колю?* – *спитав Микола* (Вал. Шевчук); – *Хто там стріляє?* (О. Довженко); *Хто це їх мав носити?* (П. Загребельний); *А хто їх поприє'язував тут, коло цих високих дверей?* (П. Загребельний); – *А хто ведмедя вбив?* – *зиркнув на нього спідлоба Сивоок* (П. Загребельний); б) локативної: *Хто цього вечора блукає вулицями?* (В. Винниченко); *Хто їде?* (О. Гончар) – *А хто там? Хто йде?* (О. Довженко); в) інтелектуальної: – *Хто його вигадав*, *перший літак?* (О. Гончар); – *До речі, хто вигадав цей східний життєвий простір?* (О. Довженко); *Хто ж написав оцю дивну, оцю чудесну книгу?* (І. Багрянний); – *Хто ж буде боротись*, *дорогий товаришу Максе?* *Га? Хто?* (В. Винниченко); г) вербальної: – *Хто се тобі казав?* – *спитав мене батько* (О. Довженко); *Хто відповість за все це?* (О. Гончар); *Хто вам про це розповів?* (М. Куліш); *А хто тобі говорив за це?* (М. Куліш);

суб'єкта стану: а) фізичного: *Кому холодно?*; *Кому не спиться?*; *Кого температуруть?*; б) психоемоційного: *Кому це так весело?*; *Кому це страшно?*; *...хто жде його дома?* (О. Гончар); в) інтелектуального: – *Хто це може знати?* (О. Гончар); *Хто ж то може знати, що він там робить?* (В. Винниченко); г) локативного: – *Хто тут?* (О. Довженко); – *А хто з Києва?* – *спитала художниця* (П. Загребельний); г) емоційно-оцінного ставлення: *Кому цікаво про хворого вчителя?* (В. Дрозд); *Кого б це зацікавило?* (П. Загребельний); д) посесивного: – *В кого є індивідуальні пакети?* (О. Гончар);

суб'єкта кваліфікаційної ознаки, ідентифікації: – *Хто він, той Корчма?* (О. Гончар); – *А хто ти?* – *Я Андрій Михайлишин з Тарасівки, демобілізований...* (О. Гончар); *Марія. Ким був? Ганна. Капітаном.* (О. Довженко); *Ким би хотілося бути, до кого себе примислити?* (О. Довженко); – *А хто ж ти такий?* – *тихо спитав капітан Колодуб.* – *Я онук діда Савки* (О. Довженко); *Хто був ворогом народу в старовину? Пани і дуки. Хто були запорожці?* (О. Довженко); *Скидан. Я Скидан. Хто будете і звідки?* *Вигура. Інструктор Вигура з Наркомзему* (О. Довженко); *Тьотя. Хто*

вони такі? Якої нації люди, питаю? Мазайло. Частина – наші малороси, себто руські... (М. Куліш); – Чи ви знаєте, **хто** найбільший зрадник вітчизни й найжорстокіший ворог народу? (І. Багрянний);

суб'єкта якісної ознаки: – **А хто** тут у вас **найкращий бригадир**? (О. Довженко); **Отож – хто вищий**? (П. Загребельний); – **Хто** тут **старший**? – вигукнув Отава... (П. Загребельний); **Та й хто вільний**? (П. Загребельний); **А хто винен**? (О. Довженко); **Хто з них наймудріший**?; **Хто це такий красивий**?; **Що це таке важке**?; **Що з цього найкорисніше**?

суб'єкта кількісної ознаки: – **Ну, хто перший**? (О. Гончар); Лука. **Хто перший** на черзі? (М. Куліш); **Чого найменше** з урожаю? **Кого найбільше** серед приїжджих?

суб'єкта процесу: **Що** найраніше **розцвітає** навесні?; **Що** так швидко **в'яне**?; **Що** **росте** у лісі? **Що сохне** надворі? **Хто там сердиться**? **Хто** так довго **хворів**?

об'єкта дії: а) фізичної: **Що** ти **змайстрував** таке? (О. Гончар); **Чого** це ти **понасівала** тут? (П. Загребельний); **Хто і кого** тут **збирається** **нищити**? (О. Довженко); **Та й з ким** тоді **я розіп'ю** коньяк? (В. Дрозд); – **Од кого затуляється**? **Од брата рідного**? (П. Загребельний); **Що збудували** за останній рік?; **Що привезли** з лісу?; б) інтелектуально-ментальної: **З чим** **порівняти** глибину батькового горя? **Хіба з темною нічю** (О. Довженко); **Кому він служить** – гетьманові, цареві чи справі? (Б. Лепкий); **Інакше що й кому в Терехівці він (Іван Кирилович) доведе**? (В. Дрозд); **То кого маю вибирати** для справ дієписання? (П. Загребельний); **Про кого б я писав** свої геніальні твори, коли б не було на світі мене самого? (В. Дрозд); **Кого має слухати син**? (В. Дрозд); Орлюк. **Від кого ви дістали завдання**? Грибовський. **Від Шредера** (О. Довженко); **Та й чого досяг**? (П. Загребельний); **Кого обдурили**? (О. Довженко); в) вербальної: **Чуєш, що народ каже**? (М. Куліш); **Про кого це**? **Болгари – про візантійців, а ті – про болгар**? (П. Загребельний); **З кого ж питати**? (О. Гончар); **Але чого попросити** в чарівника? (Р. Іваничук); **Перед ким ти вибачаєшся**? (О. Довженко); г) сприйняття: – **А кого ж ти бачив**? – Діда Родима. **Та купців. Та це Ситника**. (П. Загребельний); г) локативної: – **До кого то Ольга прийшла**? (О. Гончар); ...дурнику, **за чим гнався**? (В. Дрозд); **Хто йде? Кого проводжають**? (О. Гончар);

об'єкта стану: а) волевиявлення: **...чого він хоче**, якого **виторгу**, звідкіля **слави**? (П. Загребельний);

б) стану: – **А ти чого бажася**? (Р. Іваничук); – **Ну? Чого хочеш**? (П. Загребельний); **...прагне чогось, – а чи й відає добре, чого саме**? **Хліба? Крові**? (П. Загребельний); – **Чого тобі треба**? (П. Загребельний); – **Чого шукаєш тут**? – просичала (Р. Іваничук); б) інтелектуального: **Кому вірити**? (П. Загребельний); **Над чим задумався, друже**? (Б. Лепкий); **...про що здебільшого були б думки**? (М. Куліш); **Що думав** невідомий митець, **різьбячи цю сумну картину**? **Про кого**: про себе – ситого, одягненого і скованого ханською службою або оскотченням? Про жінок, що томляться в гаремному раю, чи взагалі про примарність щастя? (Р. Іваничук); **Знаєш, синок, що я надумав**? (М. Куліш); в) екзистенційного: Орлюк. **У кого жили**? Вірський. **У вашого покійного батька**... (О. Довженко); **З чого складається краса**? (О. Довженко); **З чим лишуся**, коли їх **продам**? (В. Дрозд);

об'єкта процесу (фізичного або психоемоційного): **Для кого виснажуєш сили**, **пощо** **потом** **землю обливаєш**? (Б. Лепкий); – **Так над чим же сміятися**, **дозвольте**? (О. Довженко); **На кого ти гніваєшся**? **Від кого ти втомився**? **На кого ж ви сердитеся**?

об'єкта якісної ознаки: **Що мені винні** ... **дунайські болгари**? (Б. Лепкий); **Чого гідний цей народ**?; **Чого він вартий**?; **На що здатна ця людина**?; **Кому завжди залишалась вірна й віддана вона**? **До кого хлопець був чуйний і уважний**? **Чим багата ця земля**?

об'єкта кількісної ознаки (порівняння): **Серед кого найбільше переможців**? **Від кого менше українців**? **З-поміж чого найбільше яблунь**? **Від чого менше життя**?

адресата дії або стану: **Кому** **печаль мою повім**? (М. Рильський); **Кому сказати про млин**? (В. Барка); – **Але кому ж лист**? **Кому**? (В. Винниченко); **Кому напишуть** про нього **тепер** **писарі**, **що такого нема**, **пропав безвісти**? (О. Гончар); **Кому я що винен**?

знаряддя або засобу дії: – **Чим** їх [горобців] **ловлять**? – **Сіткою і решетом** (В. Барка); – **Чим же ви проколете**? – **Найду чим. Ось хоч би й багнетом** (О. Гончар); – **Чим вдарив**? – **Кулаком**... **Чим же?**.. (О. Довженко); – **Чим же хату покриємо**? – **Соломою**. **Чим** (О. Довженко); **...чим платитимеш**? (Р. Іваничук); **Чим їхали до Києва**?; **Чим привезли дрова**?

Валентність локативних предикатів у питальних конструкціях передбачає питальні маркери **де?** **звідки?**, **куди?** **яким шляхом?** у семантико-синтаксичних позиціях локативних синтаксем

місця, напрямку руху (початкового і кінцевого пунктів), шляху руху: *Де ж хлопці?* (В. Барка); – *Скажіть, де живе стара Еміне?* – чіплялась до людей. – *Де Еміне живе?* (Р. Іваничук); *А де ж стежка через осоку?* (О. Вишня); – *Щось не примітила, звідки ви надійшли?* – сказала Галя... (Вал. Шевчук); *Хто ти і звідки йдеш?* (Р. Іваничук); – *Звідки прислало тебе горе, нещасний?* (Р. Іваничук); – *Скажи мені тільки одне: звідки ти прийшов сюди?* (Р. Іваничук); – *Куди ж ти поїдеш?* – питає Домборський. – *Не знаю; земляк радить у Білорусь* (В. Барка); *Куди ж повезуть? На яку ділянку фронту їх кинуть?* (О. Гончар); *Ану, хто ви? Куди йдете серед нічних пожеж?* (О. Гончар); *Яким шляхом повезете вантаж?*

На формально-синтаксичному рівні речення суб'єктні синтаксеми у називному відмінку корелюють із підметами, у непрямих відмінках – з керованими другорядними членами, як і об'єктні, адресатні, інструментальні синтаксеми; а також локативні синтаксеми, репрезентовані переважно займенниковими прислівниками.

З'ясувати невідомі обставини подій мовцєві допомагають питальні займенникові прислівники та синтаксичні сполуки у семантико-синтаксичних позиціях адвербіальних синтаксем:

часу: – *Дай вам божє щастя, – зітхнула знову мати.* – *Коли подаватимете заяву?* (Вал. Шевчук); – *Коли ж струм буде?* (О. Гончар); – *Коли ж ви повернетесь? Звідки вас виглядати?* (О. Гончар); *Відколи це почалося? До якого часу це буде тривати?*

причини: – *Чого ви біжите, хлопці?* – спитався один з дядьків (В. Барка); – *Мамо, чому Оленка не відкриває очі?* – не прокидається... (В. Барка); – *Але чому ти говориш мені про це саме зараз?* – *Чому ж* мене до списку не вніс? (О. Гончар) – *Чому* не зупинились? *Чому* не виконали команду? (О. Гончар); *Чому* тікають вони з села? *Чого* розлітаються з нього? (О. Довженко); – *Чому* ви їдете машиною? *Чому* б вам не пройтися прекрасною вулицею? Тим більше це так близько (О. Довженко); – *Чого* прийшла? – спитав грубо, не відриваючись од роботи (П. Загребельний); – *Чому* ти завжди цю пісню співаєш, мамо? (Р. Іваничук); – *Для чого* [=чому] ви лишилися в Києві? Варум, тобто *чому*? (П. Загребельний);

мети: – *Навіщо* взяли і куди веде? – питаються дядьки (В. Барка); *Навіщо* триматися за прізвище чоловіка, який не хоче нас знати? (Вал. Шевчук); *Навіщо* його потягло за язик бовкнути комбатові про свою підозру, про те невідоме світло, що він помітив у будинку в тилах?

(О. Гончар); *Для чого* збирається військо? (В. Малик); – *Для чого* вам, громадянко, стільки солі? – зачепив він жінку, що з пакунками в обох руках саме бігла назустріч (О. Гончар); *Для чого* це придумав майстер? *Навіщо* дав рибкам життя у тісному басейні і поставив грізну сторожу при виході на волю? (Р. Іваничук); – *Чого* [=навіщо] нам їхати туди, мамо? Хіба тут погано? (Р. Іваничук);

умови: *За якої умови* відбувається термо-ядерна реакція?; *На випадок чого* в Україні введуть карантин?; *За яких обставин* загинув офіцер?

допустовості: *Всупереч чому* науковець поширював свою теорію? *Попри що* вони досягли успіху? *Незважаючи на що* їхня кількість зростала? *Наперекір чому* ми йшли до мети?

способу дії: *Але хто ж, хто міг учинити це жахливе святотатство? Яким способом?* (В. Винниченко); *Богданчику, серденько, чим я можу допомогти тобі?* (О. Гончар) *Як* він жив...? (О. Гончар); *Хто він і як опинився аж тут, на Росі?* (О. Гончар); *Але як* його (листа) *передати?* (М. Куліш);

джерела інформації: *Але звідки* вони все знають? (В. Дрозд); – *Але звідки ти можеш знати, що те військо не покине найми і не піднесе ще раз шабелі за свій люд?* (Р. Іваничук).

Такі синтаксеми звичайно заступають у формально-граматичній структурі речення позиції детермінантних (приреченневих) другорядних членів.

Вербалізувати запитання про якісні та посесивні ознаки істот і предметів-неістот, їхній порядок за переліку, кількісні характеристики, упорядкованість часу уможливають займенникові прикметники *який?*, *котрий?*, *чий?* та займенниковий числівник *скільки?* у семантико-синтаксичній функції препозитивної предикатної синтаксеми: *Який той протилежний берег зблизька?* *Звідси* він нагадав мені смужку дніпровського берега, де щоліта заводські дитячі табори дзвенять... (Гончар); *Який хлопець?* *Яка* дівчина? *Яке* небо? *Які* квіти? *Котра* година? *Котрий* урок? *Котре* запитання? *Чий* автомобіль? *Чия* книга? *Чіє* котеня? *Чії* гроші? *Скільки* студентів? *Скільки* стільців?, яка здатна за відповідної комунікативного завдання пересуватися у постпозицію, пор.: *Хлопець який?* *Дівчина* була яка? *Небо* зробилося яке? *Квіти* стали які? *Година* була котра? *Урок* буде котрий? *Запитання* єотре? *Автомобіль* виявився чий? *Книга* була чия? *Котеня* буде чіє?

Гроші виявилися чий? Студентів стало скільки? Стільців виявилось скільки? Відповіді на такі питання залежно від комунікативної мети повідомлення і потреби акцентувати увагу на певній ознаці співрозмовник може структурувати повними або неповними номінативними односкладними реченнями чи двоскладними конструкціями, напр.: *Розумний хлопець; Розумний; Хлопець розумний; Красива дівчина; Красива; Дівчина була красива; Похмуре небо; Похмуре; Небо зробилося похмуре; Зів'ялі квіти; Зів'ялі; Квіти стали зів'ялими; Шоста година; Шоста; Година була шоста; Третій урок; Третій; Урок був третій; Друге запитання; Друге; Запитання друге; Братів автомобіль; Братів; Автомобіль брата; Автомобіль став братів; Андрієва книга; Андрієва; Книга Андрія; Книга була Андрієва; Наше котеня; Наше; Котеня було наше; Його гроші; Його; Гроші виявилися його; П'ятеро студентів; П'ятеро; Студентів стало п'ятеро;*

Десять стільців; Десять; Стільців виявилось десять. Значну роль для порозуміння учасників комунікативного процесу відіграє у запитаннях–відповідях логічний наголос та порядок слів.

Висновки та пропозиції. Отже, формальна організація питальних речень перебуває у тісному взаємозв'язку із семантико-синтаксичною. Мовленнєва ситуація, позамова дійсність, когнітивні процеси в свідомості мовця, його комунікативний намір, а також валентний потенціал базового предиката зумовлюють відповідно синтаксему й формальну структуру питального речення, семантичні, морфологічні та позиційні варіанти питального маркера. Перспективним у цьому плані стане дослідження комунікативної організації як власне-питальних (частковопитальних, загальнопитальних), так і невластне-питальних висловлень (риторичних питань, перепитувань, спонукальних питань), які значеннєво близькі до розповідних або спонукальних.

Список літератури:

1. Вихованець І. Р. Граматика української мови: Синтаксис. Київ : Либідь, 1993. 368 с.
2. Кадомцева Л. О. Синтаксична модальність речення. *Сучасна українська літературна мова: Синтаксис* / за заг. ред. І. К. Білодіда. Київ : Наукова думка, 1972. С. 119–137.
3. Кондратенко Н. В. Питальні речення в українському поетичному мовленні : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01; Одес. нац. університет ім. І. І. Мечникова. Одеса, 2001. 16 с.
4. Межов О. Г. Ієрархічні відношення в системі мінімальних семантико-синтаксичних одиниць. *Типологія та функції мовних одиниць*: наук. журн. Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2015. № 2 (4). С. 130–139.
5. Панкова М. В. Еволюція лінгвістичних поглядів на питальні речення: семантичний і комунікативний аспекти. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили. Серія: Філологія. Мовознавство*. 2009. Т. 105, Вип. 92. С. 102–106. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdufm_2009_105_92_21 (дата звернення: 14.12.2021).
6. Панкова М. Комунікативна будова питальних речень. *Лінгвістичні студії*. 2013. Вип. 27. С. 92–96. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/lingst_2013_27_19 (дата звернення: 19.12.2021).
7. Руденко Н. В. Нетипові питальні речення як інструмент психолінгвістичної маніпуляції в англійській мові. *Актуальні проблеми романо-германської філології та прикладної лінгвістики*: науковий журнал. Чернівці : Видавничий дім «Родовід», 2016. Вип. 11–12, Ч. 2. С. 208–212.
8. Шабат С. Т. Категорія питальної модальності в сучасній українській мові : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01; Прикарпатський державний університет імені Василя Стефаника. Івано-Франківськ, 2000. 20 с.
9. Шабат С. Т. Речення питальної модальності в сучасній українській мові. *Мовознавство*. 2001. № 1. С. 53–58.
10. Шабат-Савка С. Т. Комунікативна інтенція і дериваційний потенціал питальних висловлень. *Граматичний простір сучасної лінгвоукраїністики. Катерині Григорівні Городенській* / Ін-т укр. мови НАН України: упоряд.: Н. Г. Горголюк, Л. М. Колібаба, В. М. Фурса. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2019. 436 с.
11. Шабат-Савка С. Т. Маркери актуалізації інтенцій запиту: українськомовний питальний дискурс. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Філологія*. 2016. Вип. 14. С. 103–112. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vmdu_2016_14_17 (дата звернення: 10.12.2021).

Mezhov O. G. SEMANTIC-SYNTACTIC AND FORMAL-GRAMMATICAL STRUCTURE OF INTERROGATIVE SENTENCES IN THE CONTEXT OF THE LINGUISTIC PRESENT

In article formal means of expression of interrogative modality in different types of sentences are characterized, in particular interrogative forms of pronouns, adjectives, numerals, adverbs, derivatives of prepositional-singular compounds in relation to unknown, clearly undefined or indefinite objects, features, circumstances for the speaker he intends to get to know from the interlocutor; structuring interrogative sentences and waiting for specific answers. The semantic-syntactic structure of interrogative sentences is determined by the nature of the information that the speaker aspires to obtain: about the doer of the action or exponent of the process, state, qualitative and quantitative characteristics; a person or object to which the action, process, state is directed; the person to whom the action is addressed; instruments or means of transference; location of a person, location of the object, direction and way of movement; circumstances by which certain actions took place, processes, states (time, cause, condition, etc.) took place; after all, about the event, process or state itself. According to this, interrogative words can perform semantic-syntactic functions predicted by the valence of the base predicate of subject, object, addressee, instrumental syntaxeme that are in the formal-syntactic positions of the subject or controlled secondary member of the sentence, as well as functions of adverbial syntaxeme in the positions of determinants. It has been found that interrogative words are usually prepositional, regardless of their syntactic function and mean of expression. The interlocutor often structures the answers to the sender's questions by in complete two-syllable or one-syllable constructions, less often – complete, depending on the communicative purpose of the message. Logical emphasis and word order play a significant role in understanding the participants of the communicative process in the questions-answers. It is concluded that the formal organization of interrogative sentences is closely related to the semantic-syntactic. The speech situation, extraverbal reality, cognitive processes in the speaker's consciousness, his communicative intention, as well as the valence potential of the basic predicate determine the syntactic and formal structure of the interrogative sentence, respectively.

Key words: *interrogative sentence, formal-grammatical structure of a sentence, semantic-syntactic structure of a sentence, interrogative word, syntaxeme, predicate, valence, member of the sentence.*

Овсієнко Л. М.

Інститут філології Київського університету імені Бориса Грінченка

ТЕРМІН ЯК СКЛАДНИК РІЗНИХ ТЕРМІНОСИСТЕМ

В означеній реценції розглядається поняття «термін», «термінологія» і «терміносистема» з позиції теорії пізнання. Авторка стверджує, що фахове поняття з точки зору цієї теорії є елементом певної теоретичної системи; що в термінознавстві й теорії мови не існує «загальних понять», «просто понять», а є поняття деякої теорії (концепції). Теоретизований світ, про який іде мова в публікації, є поєднанням інформації про об'єктивну дійсність і тієї «категоріальної сітки», яка визначається історично зумовленим рівнем знань. Зауважується, що терміносистема відображає не просто систему понять, а систему понять певної теорії, що загалом можливе співіснування кількох еквівалентних теорій, тобто, кількох терміносистем, що відносяться до однієї фахової галузі. Співвідношення між цими терміносистемами має принципове значення для термінознавства в цілому і його практичного застосування. Мова йде про залежність терміносистеми й окремого терміна від теорії (концепції), яка має безпосередній зв'язок з аналізом сутності терміна як знака. Крім того, цей знак виконує, як будь-яка лексична одиниця, номінативну функцію й має гносеологічний аспект. Також розглянуто співвідношення терміна з об'єктом і поняттям. Мова йде про нову інтерпретацію залежності, яка відома під назвою семантичного (семіотичного) трикутника. Зауважується, що для виявлення відносин терміна як знака ця структура повинна бути складнішою. Використання семантичного трикутника для відображення змістовної структури окремого терміна можливе, але в цьому випадку буде виявлено лише мовний субстрат терміна; сутність терміна як знака поняття в його зв'язках з терміносистемою, системою понять і сукупністю об'єктів, що описується теорією і системою її понять, може бути розкрита тільки в семантичному (семіотичному) чотирикутнику. Хоча варто пам'ятати, що семантичний чотирикутник – це ідеальне утворення. Представлено ідею термінознавства про зв'язок терміна і поняття, терміносистеми і системи понять, яка наразі перетворюється в ідею про взаємозалежність терміносистеми й теорії, що визначає систему понять цієї теорії. Звідси новий підхід і до процесів формування та функціонування терміносистем. Наголошено на тому, що у новій теорії формуються визначення понять, будується система їх, і кожен термін посідає свої місце (терміни і варіанти термінів), так з'являється терміносистема. Від терміносистеми попередньої теорії залишається частина термінів, але вже пов'язаних з новими поняттями, а інші виходять з ужитку. У результаті авторка робить висновок, що співвідношення між термінами і теорією можна визначити наступним чином: без теорії немає термінів, без термінів немає теорії.

Ключові слова: термін, термінологія, терміносистема, поняття, теорія пізнання, семантичний трикутник, семантичний чотирикутник, лексико-семантична система, галузь знань.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Сучасний фахівець будь-якої сфери діяльності повинен добре знати професійну термінологію, адже не володіючи спеціальною лексикою, неможливо вивчати й розвивати жодну галузь. Стрімкий поступ науки спричинив зміни вже існуючих систем термінів, що породжує безліч проблем, розв'язання яких має серйозне практичне значення. Так, термінологію необхідно стандартизувати та систематизувати, а також оптимізувати процес перекладу з однієї мови іншою. Проте це питання є досить складним, адже

поняття терміна залежить від його змісту і значення в тій, чи тій теорії.

У кожній діяльності та галузі є своя система термінів, тому знати термінологію важливо всім, хто займається практичною діяльністю і наукою. Не варто забувати, що в кожній розвиненій мові є тисячі термінологій та терміносистем, адже кожна галузь і кожна теорія має свою. Тому варто говорити про термін як змінну структуру, яка, набуває нового значення, залежно від ситуації.

Цим, власне, і визначається актуальність нашого дослідження, що полягає в аналізі терміна як складника різних терміносистем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, на які спирається автор. Огляд наукової літератури, присвяченої вивченню термінології, дає можливість стверджувати, що зародження і розвиток її почалися задовго до наукового осмислення й вироблення критеріїв віднесеності тих чи тих одиниць до термінологічної лексики. Як зазначає М. Чігашева, ці процеси відбувалися ізоморфно стихійному виникненню й еволюції денотатів і відповідних їм понять, причому на основі загальнолітературної мови, що дозволяє розглядати термінологію саме як частину її лексико-семантичної системи [15, с. 80].

Стрімкий розвиток науки і техніки, досягнення науково-технічного прогресу сприяють виникненню спеціальних слів для позначення нових об'єктів, явищ і процесів. Новоутворені спеціальні слова стають невід'ємною частиною повсякденного життя людини і входять до складу спеціалізованої картини світу фахівців. Як зазначають А. Суперанська, Н. Подольська й Н. Васильєва, «...термінологія як сукупність термінів становить частину спеціальної лексики» [14, с. 7]. Безсумнівно, вона є найбільш динамічною і рухливою лексичною системою мови, тому дослідження в цій галузі мають найчастіше історичну орієнтованість, показуючи, як виникає, розвивається і змінюється в часі термінологія, залежно від розвитку відповідних наук і загального стилю мислення епохи [11, с. 5].

У сучасній науковій літературі є багато визначень термінології, що говорить про підвищений інтерес до проблеми і свідчить про різні підходи до її вивчення. Також слід зазначити, що немає єдиного і чіткого визначення слову «терміносистема». Науковці по-різному потрактовують ці поняття. Г. Винокур визначає термінологію як стихійно сформовану сукупність термінів, що відображає історичний процес накопичення та осмислення знань у певній галузі; вона поповнюється за рахунок загальноповсякденної лексики та збагачує її [1]. На думку Д. Лотте, наукові термінології є впорядкованими сукупностями термінів [9, с. 72]. В. Даниленко вважає, що термінологія – це загальна сукупність спеціальних найменувань різних галузей науки та техніки, що функціонують у сфері професійного спілкування. Дослідник також зазначає, що терміну «термінологія» відповідають дві концепції. У вузькому розумінні – це сукупність термінів однієї галузі знань, що відображає відповідну сукупність понять, у широкому – загальна сукупність термінів усіх сфер діяльності [4, с. 2–3]. С. Гриньов

розглядає термінологію як комплекс термінів, що використовуються у певній галузі знання [3]. Він також звертає увагу на сам термін «термінологія» і вважає його прикладом необхідності упорядкування спеціальної лексики. Дослідник говорить про те, що донедавна цей термін використовувався для позначення трьох різних понять – не лише в значенні – «система термінів певної галузі знання», а й у значенні «вся сукупність термінів мови» та «наука, що вивчає терміни» [3]. В. Лейчик зазначає, що зі стрімким розвитком будь-якої галузі науки чи техніки починається активне відображення її досягнень засобами масової інформації, унаслідок чого окремі терміни переходять із спеціального вжитку у загальний. При цьому вони розширюють сферу свого вживання та втрачають наукову точність [8].

Якщо говорити про терміносистему, то вона з'являється тоді, коли будь-яка галузь знань або діяльності формується достатньою мірою, має свою теорію, виявила й усвідомила всі ключові поняття та зв'язки між ними. Відмінністю між терміносистемою і термінологією є те, що для презентування теорії, що описує галузь, терміносистема конструюється відповідними фахівцями галузі з ретельно відібраних, а в деяких випадках і спеціально створених, слів і словосполучень (іноді запозичених термінів).

Г. Винокур зазначає, що для конструювання терміносистеми потрібна наявність спеціальної теорії, адже вона є її основою і відповідної системи понять. В одній і тій же галузі, залежно від теорії, може бути кілька терміносистем [1, с. 63]. В. Лейчик доводить, що терміносистема є результатом свідомого впорядкування або конструювання спеціально дібраних одиниць, які є повноцінними термінами. Він також наголошує на суттєвих відмінностях між термінологією і терміносистемою: перша, на його думку, утворюється поступово, разом із відповідною системою понять галузі, і постає як незакінчена система; про терміносистему можна говорити, на думку вченого, лише тоді, коли склалася система понять відповідної галузі. Отже, є невнормована й невпорядкована сукупність термінів – термінологія та явище іншого характеру – терміносистема [8]. На думку Л. Манерко, це свідомо конструйована сукупність термінів, виявлена за допомогою категоризованої та концептуалізованої інформації на основі логіко-понятійних, когнітивно-мовних, дискурсивних та власне термінологічних вимог [10]. Вчений говорить про те, що не слід ставити знак рівності між поняттями «термінологія» і «тер-

міносистема», оскільки поняття «термінологія» має відношення до діяльності людини, що впорядковує, у межах процесу номінації, у той час як «терміносистема» пов'язана з класифікаційною діяльністю людини, спрямованою на сортування. Таким чином, терміносистема характеризується структурованістю, цілісністю, зв'язністю та відносною стійкістю.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). З огляду на вищезазначене зрозуміло, що питання значення аналізованих термінів наразі залишається відкритим. Тому в цій рецепції ми спробуємо розглянути їх з позиції теорії пізнання.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням здобутих наукових результатів. У наукових розвідках із досліджуваної теми мова йде про те, що термін позначає (в окремих випадках, виражає) конкретне або абстрактне поняття. Загалом можна стверджувати, що змістом його є спеціальне поняття. Одночасно вчені підкреслюють, що поняття є елементом системи спеціальних понять. У філософії науки й наукознавстві вважають, що «знання за своєю природою системне» [5, с. 81]. Тим більше, якщо це стосується наукового знання. У процесі наукової діяльності формуються теоретичні системи, що складаються з комплексу абстракцій, які утворюють категоріальний склад теоретичної системи. Кожна така «абстракція розглядається як елемент тільки в межах теоретичної системи, у категоріальний склад якої він входить» [5, с. 92].

На відміну від формальної логіки, яка досліджує поняття загалом, наукознавство і теорія мов для спеціальних цілей, що розвивається на її основі, мають справу зі спеціальними поняттями, кожне з яких є саме такою абстракцією, що входить в ту чи ту теоретичну систему. Ці спеціальні поняття, відповідно до когнітивного підходу, з'являються в процесі когніції, коли початкові уявлення, що є основою уявних об'єктів – концептів (в розумінні когнітології), вербалізуються під час дискурсу й породжують терміни (вербалізовані спеціальні концепти).

Ці положення дозволяють по-новому розглянути поняття, а потім і терміни, які їх позначають.

Можна стверджувати, що фахове поняття з точки зору теорії пізнання є елементом певної теоретичної системи; що в термінознавстві й теорії мови не існує «загальних понять», «просто понять», а є поняття деякої теорії (концепції). Е. Чудінов з цього приводу писав: «Світ, що розглядається як предмет пізнання, – це, загалом, тео-

ретизований світ, тобто світ, підданий процедурі концептуалізації» [16, с. 218].

Сучасні науковці зауважують про важливий аспект активності суб'єкта в процесі пізнання, але уточнюють, що концептуалізація здійснюється не на основі категорій, спочатку властивих мисленню як такому, а на ґрунті створених людиною теоретичних понять і схем [16, с. 221].

Таким чином, теоретизований світ, про який говорять дослідники, є поєднанням інформації про об'єктивну дійсність і тієї «категоріальної сітки», яка визначається історично зумовленим рівнем знань.

Наступним кроком в осмисленні процесу пізнання є констатація того, що елементами теоретизованого світу є не логічні поняття, а теоретичні об'єкти. Е. Чудінов підкреслює, що говорити в цьому аспекті про поняття – означає віддавати данину історико-філософської традиції: «Поняття – це значення терміна, яке виступає в певній його функції, а саме у функції, яка відображає, що воно завжди є інформацією про щось» [16, с. 218].

Ці принципово важливі положення дають можливість зробити висновок про те, що традиційне розуміння поняття з позиції теорії пізнання варто ще раз переосмислити й уточнити. Поняття (точніше, *теоретичний об'єкт, термін, concept*) розглядають тільки в межах певної теорії (концепції, системи поглядів), та й сам термін у цьому випадку можна вживати із застереженням, що це робиться лише для зручності викладу. За таких умов питання про визначення суттєвих ознак терміна також варто переглянути. Слід зауважити, що ці «істотні ознаки» формуються як самим об'єктом, так і теорією, яка забезпечує осмислення («концептуалізацію») його у зв'язку з іншими об'єктами тієї ж предметної галузі. При цьому, оскільки вживання фахових понять (теоретичних об'єктів) для спеціальних цілей є обов'язковим, то необхідним є і визначення їхніх значень, що є лексичними одиницями. Ці визначення так само відносні, як відносна істина, що слугує змістом відповідної теорії.

Із розвитком науки, поглибленням людського пізнання відбувається історична зміна фахових понять (разом зі зміною наукових теорій) і значень термінів, що позначають їх.

Однак сучасна наука рухається далі в розумінні співвідношення теорій, понять і термінів (ширше – мови для спеціальних цілей). Багатогранність, невичерпність елементів об'єктивної дійсності й обмеженість кожної теорії спричиняє

те, що одна й та ж «ситуація» може описуватися (пояснюватися) одночасно кількома теоріями. При цьому, кожна може бути істиною, а теорії можуть бути правомірними, еквівалентними описами предметної галузі. Необхідно лише чітко розуміти помилкові теорії (наприклад, суспільно-політичні) і протиставляти їх істинним. Положення про множинність теорій, що описують одну й ту ж галузь, широко обговорюється у філософській, науковій і термінологічній літературі [7, с. 121–122; 12, с. 6–7] (наприклад, є дві теорії походження нафти: органічна і неорганічна. Жодну з них не можна вважати помилковою. Звідси різні процеси видобутку й переробки нафти, звідси й дві терміносистеми, що відображають постулати цих двох теорій).

Отже, наразі не можна нехтувати думкою про те, що терміносистема відображає не просто систему понять, а систему понять певної теорії, що загалом можливе співіснування кількох еквівалентних теорій, тобто, кількох терміносистем, що відносяться до однієї фахової галузі.

Співвідношення між цими терміносистемами має принципове значення для термінознавства в цілому і його практичного застосування. Так, якщо нова теорія є узагальненою для попередніх, можуть бути використані збагачені новим змістом терміни попередніх теорій. Якщо нова теорія заперечує колишню (колишні), то терміни, що позначають її основні поняття, «відмирають», однак вони можуть зберігатися як терміноелементи в новій терміносистемі, відображаючи поняття, що стали приватними (наприклад, терміносистеми геометрії Евкліда і Лобачевського, фізики Ньютона і Ейнштейна). Терміни здатні переходити з однієї терміносистеми в іншу синхронно (зіставляючись із поняттями відповідної теорії). Нemoжливий перехід термінів з однієї теорії в іншу тільки тоді, коли одна теорія категорично заперечує іншу як неправильну.

Зазначене вище про залежність терміносистеми й окремого терміна від теорії (концепції) має безпосередній зв'язок з аналізом сутності терміна як знака. Крім того, цей знак виконує, як будь-яка лексична одиниця, номінативну функцію й має гносеологічний аспект. Звідси необхідність розглянути співвідношення терміна з об'єктом і поняттям.

Мова йде про нову інтерпретацію залежності, яка відома під назвою семантичного (семіотичного) трикутника. Семантичний трикутник – це структура, вершиною якого є знак, предмет (денотат) і поняття (концепт денотата), що пов'язані

відповідними зв'язками. Для виявлення відносин терміна як знака ця структура повинна бути складнішою. По-перше, вже неодноразово підкреслювалося, що термін існує тільки в складі терміносистеми, яка співвідноситься з системою понять, а система понять, своєю чергою, визначається (обумовлена) предметною областю, спеціальною сферою знань і (або) діяльності. З огляду на це, можлива побудова структури, зв'язками якої будуть система об'єктів (денотатів), система понять і терміносистема, а не окремий предмет, окреме поняття і окремий знак. По-друге, оскільки система понять є системою понять певної теорії, то ця теорія опосередковує систему понять, у структурі з'являється новий складник, а відтак трикутник трансформується в чотирикутник. Слід ще раз підкреслити, що використання семантичного трикутника для відображення змістовної структури окремого терміна можливе, але в цьому випадку буде виявлено лише мовний субстрат терміна; сутність терміна як знака поняття в його зв'язках з терміносистемою, системою понять і сукупністю об'єктів, що описується теорією і системою її понять, може бути розкрита тільки в семантичному (семіотичному) чотирикутнику. Звісно, за такої умови потрібно пам'ятати, що семантичний чотирикутник – це ідеальне утворення. За наявності невпорядкованої еклектичної термінології все йде набагато складніше; але загалом з'ясування потрібного зв'язку терміна є обов'язковим для його аналізу.

Означені зв'язки можуть бути названі таким чином: гностичний (теорія – система понять), референтний (терміносистема – система об'єктів), сигніфікативний (терміносистема – теорія), концептуальний (подвійний зв'язок: система понять – теорія – терміносистема), логічний (система понять – система об'єктів).

Виникає питання: чи можуть існувати терміни, які не залежать від теорії? Очевидно, в невпорядкованих поєднаннях – термінологіях (якщо визнавати їхні одиниці термінами, а така точка зору визнається багатьма дослідниками) – вони можливі, у терміносистемах – немає.

Важливо також зауважити, що в основі терміносистеми може бути не наукова теорія; для низки галузей досить концепції або навіть просто узагальненої ідеї, яка несуперечливо й повно описує цю сферу діяльності. Так, в основі терміносистем спорту, рибальства, філателії, деяких технічних галузей, сфери управління та обслуговування немає теорій як таких. Крім того, у суспільних науках терміносистеми можуть визначатися не

тільки теорією, а й ідеологією, системою поглядів, ширше – світоглядом [6]. У цьому й полягає різниця термінів і терміносистем суспільних наук та природничих і технічних. Деідеологізація міждержавних відносин дещо послаблює, але не знімає проблему зв'язку між світоглядом і термінами, а тим більше, між теорією і термінами.

Таким чином, ідея термінознавства про зв'язок терміна і поняття, терміносистеми і системи понять наразі перетворюється в ідею про взаємозалежність терміносистеми й теорії, що визначає систему понять цієї теорії. Звідси новий підхід і до процесів формування та функціонування терміносистем.

Перш за все потрібно зазначити, що терміносистема формується не під час розвитку певної науки (галузі знань або діяльності), а тоді, коли утворюється теорія (теорій) її. Далі, варто зважити на три випадки формування і функціонування терміносистеми. Перший випадок – це перехід від періоду відсутності теорії до періоду її наявності. У цьому випадку ми маємо справу з переходом від неупорядкованої, випадкової сукупності термінів (дотермінів) до терміносистеми (наприклад, класифікація Ліннея і періодична система елементів Менделєєва). Другий випадок – це зростання знання в межах прийнятої теорії, коли факти не руйнують, а тільки збагачують її. У цьому випадку терміносистема зростає і розвивається на власній основі (наприклад, розвиток генетики у 80-х рр. XX ст., коли з'являються такі поняття і, відповідно, терміни, як *мобільні дисперговані гени, онкогени, промотор* тощо). Третій випадок – це зміна теорії, а відтак, зміна терміносистеми. Звісно, ця зміна не відбувається у вигляді разового акту. Зазвичай цей процес має кілька етапів. Спочатку нова теорія описується в термінах попередників, тобто в терміносистемі попередньої теорії. Потім з'ясовується, що автор нової теорії розуміє деякі терміни інакше, і тоді він приписує цим термінам інші визначення їхніх значень, пов'язує їх з іншими поняттями

(це виражається у висловленнях: «під цим терміном ми будемо розуміти...»). Далі автор теорії починає вводити нові терміни, які відображають нові, необхідні йому поняття. Ці нові терміни на етапі первинного найменування можуть бути неточними, дуже багатослівними тощо (їх можна назвати терміноїдами, прототермінами, передтермінами, квазітермінами). Надалі вони можуть замінюватися більш точними термінами, які правильно позначають поняття.

У новій теорії формуються визначення понять, будується система їх, і кожен термін посідає свої місце (терміни і варіанти термінів), так з'являється терміносистема. Від терміносистеми попередньої теорії залишається частина термінів, але вже пов'язаних з новими поняттями, а інші виходять з ужитку. Ситуація ускладнюється тим, коли одна й та ж галузь може одночасно описуватися кількома еквівалентними теоріями, але наведена ідеальна картина через це не змінюється: перехід від попередньої теорії до однієї або низки нових здійснюється приблизно однаково.

У процесі дослідження взаємозв'язку терміносистеми й теорії виникає питання про індивідуальні терміносистеми. Наприклад, мова йде про терміносистеми Єльмслева (глоссематика), Дамурета і Пишона (французька граматики), Нікітіна (лексичне значення слів), Леві-Стросса (структурна антропологія). Немає сумніву в тому, що ці індивідуальні терміносистеми виникають на основі теорій, створених їхніми авторами [2, с. 5, 8–9; 13, с. 23–27].

Висновки із дослідження і перспективи в цьому напрямку. Таким чином, співвідношення між термінами і теорією можна визначити наступним чином: без теорії немає термінів, без термінів немає теорії. Означене положення дає змогу об'єктивно розглядати логічну, гносеологічну, семіотичну, філософську роль термінів у науці, що й стане об'єктом подальших наших розвідок у цьому напрямку.

Список літератури:

1. Винокур Г. О некоторых явлениях словообразования в русской технической терминологии. *Труды Московского института истории, философии и литературы*. 1939. Т. V. С. 3–54.
2. Головин Б. Типы терминистем и основания их различения. *Термин и слово* : межвуз. сборник статей. Горький, 1981. С. 3–10.
3. Гринев С. Введение в терминоведение. Москва : Московский Лицей, 1993. 309 с.
4. Даниленко В. Русская терминология: Опыт лингвистического анализа. Москва : Наука, 1977. 246 с.
5. Йолон П. Система теоретического знания. Логика научного исследования. Москва : Наука, 1965. Гл. IV. С. 81–112.
6. Крючкова Т. Особенности формирования и развития общественнополитической лексики и терминологии. Москва : Наука. 1989. 150 с.

7. Лейчик В. Интеграция наук и унификация научно-технических терминов. *Вестник Академии наук*, 1980. № 8. С. 39–45.
8. Лейчик В. Проблема системности в отечественном терминоведении. *Научно-техническая терминология*. Москва, 2001. Вып. 2. С. 54–55.
9. Лотте Д. Основы построения научно-технической терминологии. *Вопросы теории и методики*. Москва : Изд-во АН СССР, 1961. 157 с.
10. Манерко Л. Понятие «терминосистема» в современном терминоведении. *Современные тенденции в лексикологии, терминологии и теории LSP*. Москва : Изд-во МГОУ, 2009. С. 207–220, 119–120.
11. Меркель С. Семантико-дистрибутивная верификация терминологического знака (на материале документов немецкого гражданско-процессуального права) : дис. канд. филол. наук: 10.02.04. Волгоград, 2001. 187 с.
12. Сифоров В., Канделаки Т. Методологические аспекты терминологической работы Комитета научно-технической терминологии Академии наук. *Вопросы языкознания*. 1983. № 2. С. 3–8.
13. Слюсарева Н. О типах терминов: на примере грамматики. *Вопросы языкознания*. 1983. № 3. С. 21–29.
14. Суперанская А., Подольская Н., Васильева Н. Общая терминология: Терминологическая деятельность. Москва : Эдиториал, 2005. 460 с.
15. Чигашева М. Исследование терминологической лексики методом семантического поля. *Вестник РУДН. Серия: Лингвистика*. 2004. № 6. С. 80–86.
16. Чудинов Э. Природа научной истины. Москва : Политиздат, 1977. 312 с.

Ovsiienko L. M. TERM AS A COMPONENT OF VARIOUS TERM SYSTEMS

In the said reception, the notions of «term», «terminology» and «term system» are considered from the viewpoint of epistemology. The author claims that from the viewpoint of this theory, a professional term is an element of a certain theoretical system; that terminology science and linguistic theory do not have «general notions» or «mere notions» but operate notions of a theory (concept). The theorized world referred to in this publication is a combination of the information about objective reality and the «categorical grid» determined by the historically conditioned level of knowledge. It is noted that a term system does not represent a mere system of notions, but rather a system of notions belonging to a certain theory and that several equivalent theories may generally coexist: that is, there may be several term systems that belong to one professional field. The correlation between such term systems is of crucial significance for terminology science in general, and for its practical application. It suggests the dependence of a term system and a separate term on the theory (concept), which is directly connected with analysing the essence of the term as a sign. Additionally, this sign performs a nominative function (as any lexical unit) and has a gnoseological aspect. The author also considers the correlation between the term and object, the term and notion. It involves a new interpretation of the dependence known as the semantic (semiotic) triangle. The author notes that this structure has to be more complicated in order to identify relations of the term as a sign. Using a semantic triangle to represent the content-based structure of a specific term is possible, but in that case, only the linguistic substrate of the term will be revealed; the essence of the term as a sign of notion in its relations with the term system, a system of notions and a set of objects described by the theory and the system of its notions can be revealed only in the semantic (semiotic) square. It should be reminded, though, that a semantic square is an ideal entity. The article also presents a terminological idea of the connection between a term and a notion, a term system and a system of notions, which is currently transformed into the idea of interdependence between a term system and the theory, where such interdependence determines the system of notions for such theory; hence the new approach to processes of formation and operation of term systems. It is emphasized that within a new theory, definitions for notions are formed and their entire system is built, where every term takes its proper place (terms and their variants); this is how a term system develops. A certain share of terms is inherited from the term system of the previous theory, but they are now related to new notions, while other terms pass out of use. The author concludes that the correlation between terms and theory can be defined as follows: terms do not exist without theory, and theory cannot exist without terms.

Key words: term, terminology, term system, notion, epistemology, semantic triangle, semantic square, lexical-semantic system, field of knowledge.

Приблуда Л. М.

Національний університет харчових технологій

ХУДОЖНІЙ ДИСКУРС: ПРОБЛЕМА ІНТЕРПРЕТАЦІЇ

У статті схарактеризовано терміни «текст» та «дискурс», їхнє функціонування в лінгвістичних дослідженнях. Установлено, що попри різні характеристики розмежування поняття тексту та дискурсу, текст витлумачували як один із його складників, або як його одиницю. У сучасних мовознавчих студіях дискурс окреслюють як репрезентацію певного комунікативного акту. Текст є вербальним компонентом, що лежить в основі відображеної об'єктивної дійсності, на розуміння якого впливають невербальні складові.

Схарактеризовано основні характеристики художнього дискурсу, його природу, окреслено роль автора в процесі створення художнього дискурсу. Установлено, що й досі він не має точної, однозначної дефініції. Окреслено основні ознаки художнього дискурсу, відповідно до яких він постає як стиль мислення та мовлення автора, що він вкладає в мову персонажів твору; як особливий результат взаємодії намірів автора та різноманітних можливих реакцій читача; як комунікативний акт, основною характеристикою якого є намагання автора за допомогою свого твору вплинути на внутрішній духовний простір читача з метою змінити їх. Установлено, що художній дискурс тісно пов'язаний з особистістю автора та його ідіостилем. Дискурс певного художнього твору постає перед читачем як особливий художній світ, стиль мислення, мовлення автора, які він вкладає в героїв твору і який викликає відповідну комунікативну діяльність чи навіть «добудовування» самого тексту.

Зауважено, що в художньому дискурсі відтворюється якась конкретна культура на певному етапі свого розвитку, адже той чи той художній текст функціонує в комунікативному просторі, стає носієм сутнісних характеристик існування людини в культурному середовищі.

Зазначено, що дослідження художнього дискурсу тісно пов'язане з вивченням особистості автора, його індивідуального стилю та мови, описано поняття мовної особистості, ідіостилу автора – творця художнього дискурсу, схарактеризовано поняття «дискурс читача», відношення «письменник – художній твір – читач».

Ключові слова: текст, дискурс, художній дискурс, художній текст, автор, читач, ідіостиль, мовна особистість.

Постановка проблеми. Протягом останніх десятиліть дослідження художнього дискурсу продовжує залишатися в центрі лінгвістичних студій. На сучасному етапі крізь призму антропоцентричного підходу, який набуває все більшого поширення, художній текст постає як особливий тип дискурсу.

Так, В. Мальцева підкреслює: «Антропоцентризм орієнтований на виявлення кореляції між мовними явищами і свідомістю суб'єкта мовлення. У такий спосіб «людський простір» набуває статусу значущого і ціннісного. Вивчення мови в її нерозривному зв'язку з мисленням знаходить відбиття в когнітивній лінгвістиці, у межах якої здійснюється аналіз механізмів продукування та сприйняття мови. Мова, яку розуміють як засіб концептуалізації реальності, забезпечує індивіда засобами для сприйняття і пізнання навколишньої дійсності: людина опе-

рує тими даними, які закладені в мовній картині світу» [15, с. 36]. У зв'язку з тим, що сучасна лінгвістика оперує різними підходами до інтерпретації цього поняття, досі немає його всеохопного визначення, отже, пояснювальний характер пропонованої розвідки робить її актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні немає однозначного тлумачення поняття *дискурс, художній дискурс*. Питання художнього дискурсу досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні мовознавці, з-поміж яких: І. Бехта, В. Карасик, М. Кожина, Н. Кондратюк, В. Мальцева, І. Огієнко, Ю. Прохоров, О. Селіванова, О. Семенюк, І. Фролова, Р. Барт, У. Еко, Ю. Лотман, П. Серіо, Дж. Серль та ін. У сучасній лінгвістиці виокремлюють чотири підходи до вивчення поняття дискурсу. Так, на думку прибічників першого підходу, представниками якого були В. Звєгінцев, Т. ван Дейк, Ю. Караулов та ін. дискурс є мовою,

що вища за рівень словосполучення та речення. Другий підхід яскраво представлений у працях Н. Арутюнової. Представники цього підходу розглядають дискурс як когнітивний процес, до якого входить акт мовлення, його оцінка самими учасниками мовлення та наслідки мовлення. Третій підхід витлумачує дискурс як результат сприйняття тексту у свідомості читача. Прибічники четвертого підходу пропонують розглядати дискурс як послідовну мовленнєву діяльність у конкретній сфері. Проте ці студії не вичерпують можливостей дослідження особливостей дискурсу загалом та художнього зокрема.

Постановка завдання. Метою наукової праці є аналіз та інтерпретація основних ознак художнього дискурсу.

Поставлена мета передбачає розв'язання таких завдань:

- 1) визначити засади розмежування понять «текст» та «дискурс»;
- 2) проаналізувати та окреслити лінгвістичний статус поняття «художній дискурс».

Виклад основного матеріалу. Спочатку поняття *текст* і *дискурс* використовували як синоніми. Потреба визначення поняття *дискурс* виникла тільки згодом. П. Серіо виокремив кілька значень цього терміна. Так, на думку дослідника, дискурс – поняття, яке збігається з терміном *мовлення* Ф. де Соссюра; дискурс як поняття, що репрезентує послідовність окремих висловлювань та є одиницею, більшою за фразу; дискурс як одиниця мовлення, що належить мовцю, вплив певного висловлення на адресата, а також як діалог, полілог; дискурс як площина для функціонування різних мовних одиниць, система обмежень з огляду на соціальну чи ідеологічну позиції та як умова створення, реалізації та функціонування висловлення [22, с. 549–550]. О. Селіванова скоротила класифікацію значення дискурсу, запропоновану П. Серіо, до чотирьох типів: дискурс = текст; дискурс = текст + ситуація; дискурс = (усне) мовлення; дискурс = тип дискурсивної практики [20, с. 36].

М. Фуко наголошує на різнорівневості поняття дискурсу. Так, підкреслює дослідник, перший рівень репрезентують ті реалізації дискурсу, що зникають по мірі того, як зникає сама комунікативна ситуація, у процесі якої вони виникли. Другий рівень дискурсу – це дискурсивні висловлювання того чи того комунікативного акту [25, с. 60]. Однак В. Мальцева зазначає, що такі дискурсивні висловлювання можуть бути віддзеркалені в тексті [15, с. 36].

Н. Кондратенко зауважує, що всі спроби з'ясувати, що саме становить дискурс, у другій половині минулого століття фактично мали наслідком почергове акцентування одного із зазначених вище значень. Дослідниця підкреслює: «Розмежовуючи текст / дискурс, увагу зосереджують здебільшого на таких опозиціях: дискурс – усна форма тексту, а текст – писемна, тобто графічна фіксація мовлення; дискурс – монологічне мовлення, а текст – діалогічне (полілогічне) мовлення. Наразі текстолінгвістика виробила майже однотайну думку стосовно цього розмежування, і тому текст тлумачать як або один зі складників дискурсу, або як його одиницю» [12, с. 39]. Так, попри різні визначення терміна *дискурс*, найбільш поширеним є тлумачення, запропоноване Н. Арутюною, на думку якої дискурс є мовленням, що занурене в життя [1, с. 137]. Н. Кондратенко зазначає: «Дискурс – це мовленнєва репрезентація комунікативного акту, що є відбиттям певної ситуації об'єктивної дійсності й містить вербальний компонент, яким є текст, та невербальні компоненти, які впливають на створення та розуміння тексту» [12, с. 39].

Детальну класифікацію дискурсу пропонує О. Русакова. Дослідниця виокремлює такі його типи: 1) дискурси, що обслуговують сферу повсякденного спілкування; 2) інституційні дискурси; 3) публічний дискурс; 4) політичний дискурс; 5) медіа-дискурси; 6) арт-дискурси; 7) дискурс ділового спілкування; 8) маркетинговий дискурс; 9) академічний дискурс [19, с. 73–74]. Проте В. Мальцева вказує на те, що деякі пункти цієї класифікації повторюють один одного. Дослідниця зауважує: «Так, інституційний дискурс має багато спільного з дискурсом ділового спілкування і політичним дискурсом, медіа-дискурс передбачає наявність рекламного та піар-дискурсу, дипломатичний дискурс було б логічно віднести або до політичного, або до інституційного дискурсів, або до дискурсу ділового спілкування» [15, с. 40].

У сучасних мовознавчих студіях художній дискурс не має однозначного, усеохопного визначення, адже, як наголошує лінгвіст Т. ван Дейк, художній твір не можна розглядати лише як сукупність певних дискурсів з їхніми лінгвістичними ознаками [5, с. 15].

Сучасна лінгвістика пропонує низку визначень художнього дискурсу. Так, Х. Гуо підкреслює, що художній дискурс, утілений у художньому тексті, створює світ, що містить у собі певний зміст, почуття, експресію. Дослідник наголошує

на тому, що дискурс художнього твору постає як стиль мислення та мовлення автора, які він вкладає у персонажів твору [4, с. 483].

На думку Н. Олизька, художній дискурс є сукупністю художніх творів, створених як результат взаємодії цілей та намірів автора, різноманітних можливих реакцій читача, а також тексту, який виводить текст художнього твору в простір семіосфери – сукупність використаних людиною знакових систем: тексту, мови та культури загалом [17, с. 165].

Т. ван Дейк розглядає художній дискурс як комунікативний акт, основною характеристикою якого є намагання автора за допомогою свого твору вплинути на внутрішній духовний простір читача, на систему його цінностей, вірувань, переконань і прагнень задля того, щоб змінити їх [5, с. 151]. На думку О. Семенюк, художній дискурс – це сукупність мовленнєво-мисленнєвих дій комунікантів, пов'язаних із пізнанням, осмисленням, презентацією світу адресантом і осмислення його мовної картини світу реципієнтом [21, с. 8]. Метою художнього дискурсу, на думку мовознавиці, є «вплив письменника на систему цінностей, знань та переконань читача за допомогою свого твору. Отже, функціонування художнього дискурсу неможливе поза діалектичних відносин *письменник – художній твір – читач*» [21, с. 8]. Н. Кондратенко підкреслює, що художній текст, функціонуючи в комунікативному просторі, відображає комунікативну діяльність людини, отже, текст стає носієм сутнісних характеристик існування людини в культурному середовищі [12, с. 39].

Дж. Серль зауважує, що будь-який художній твір містить певне «повідомлення», яке передається за допомогою тексту, але яке безпосередньо не наявне в цьому тексті» [28, с. 10].

Однією з найхарактерніших особливостей художнього дискурсу є те, що в ньому відтворюється якась конкретна культура на певному етапі свого розвитку. Це яскраво відображається в мові художнього дискурсу, що містить соціально-мовні оцінки, шаблони й емоційно забарвлену лексику різних соціальних груп та епох, до яких належать персонажі. Це пов'язано з функцією створення чуттєвого сприйняття дійсності. Авторів вдається заволодіти увагою читача завдяки використанню соціально-експресивних маркерів мовлення, властивих зображуваному ним середовищу [21, с. 8]. В. Карасик підкреслює, що у виборі теми, проблеми, сюжету, образів простежується особистість автора, який вербалізує

власний світогляд у художньому творі. Ось чому саме автор є формально-змістовим центром твору [7, с. 250]. В. Мальцева наголошує: «Дискурс має власну картину світу, концепти, що репрезентують ментальність, яку переймає суб'єкт, коли входить до кола дискурсивних смислів. Будь-яка людина має доступ до різних мовних спільнот, кожна з яких формує різні моделі реальності відповідно до власних соціокультурних орієнтирів» [15, с. 38]. Дослідниця переконана, що дискурс репрезентує маніфестацію колективної пам'яті, що не лише віддзеркалює соціальну реальність, а й формує її [15, с. 20].

Т. Бехта зазначає, що творення художнього тексту є двостороннім інтерактивним процесом, оскільки автор прогнозує, як читач сприйме ідеї книги, форму їхнього подання, створює в нього бажане ставлення до того, що відбувається в художньому тексті [3, с. 52]. Текст передбачає наявність інформації в адресанта та адресата, що є вихідною ситуацією для комунікації [6, с. 111]. Складність взаємовідносин об'єкта та суб'єкта розуміння визначається двосторонністю художнього тексту. Так, М. Бахтін підкреслює, що за кожним текстом стоїть система мови, але кожен текст одночасно є чимось індивідуальним, єдиним і неповторним, і в цьому вся його суть. Цей полюс нерозривно пов'язаний з моментом його авторства [2, с. 157]. Успіх декодування тексту буде залежати від рівня компетенції читача, його особистісних та духовних ресурсів [10, с. 40].

Ю. Лотман виокремлює 5 рівнів комунікації в художньому дискурсі:

1. Комунікація між автором та читачем, у якій текст виконує функцію повідомлення.
2. Комунікація між аудиторією та культурною спадщиною, у якій текст виконує функцію носія культурної пам'яті.
3. Комунікація читача із самим собою. За допомогою тексту читач відкриває нові сторони своєї особистості та визначає власний погляд на навколишній світ.
4. Комунікація читача з текстом. Текст стає самостійною одиницею, що має власну позицію в діалозі.
5. Комунікація між текстом та культурним контекстом. Як багаторівнева одиниця культурний контекст дає змогу тексту вступати у взаємодію з його різними рівнями [21].

Дослідження художнього дискурсу тісно пов'язане з вивченням особистості автора, його індивідуального стилю та мови [21, с. 8]. Поняття *мовної особистості* до широкого наукового вико-

ристання було введене Ю. Карауловим. Дослідник наголошував на тому, що мовна особистість – це людина, яка здатна створювати і сприймати тексти, що відрізняються ступенем структурно-мовної складності, глибиною та точністю відображення дійсності, яка визначається цільовою спрямованістю [8, с. 230].

О. Семенюк зауважує, що досить часто в лінгвістичних студіях поняття мовної особистості досліджують у співвідношенні з поняттям «ідіостилію», який відображено у виборі автором мовленнєвого матеріалу, стилістичних прийомів та засобів виразності як невід’ємних складників художнього світу автора. Мовна особистість автора є важливим складником у розумінні його творчості, його художнього дискурсу. Ідіостиль автора проявляється в тексті як результат мисленнєво-мовленнєвої діяльності, яка відображає його світосприйняття, його авторську картину світу [21, с. 9–10]. Специфікою художнього дискурсу є мовленнєва діяльність мовця, який «удає», що здійснює певний комунікативний намір. Зважаючи на це, прагматична настанова автора є основним параметром для визначення статусу знакового утворення як художнього твору, тобто йдеться про дискурсивну діяльність мовця, що виходить за межі власне тексту й уможливорює тлумачення художнього твору як особливого типу дискурсу [12, с. 43].

Сучасні художні твори навіть містять своєрідні дискурсивні маркери, апелюючи до читача, що здійснює акт читання. Не випадково стає актуальним термін «дискурс читача», що вказує на кому-

никативну діяльність реципієнта, тобто розуміння, інтерпретацію, «добудовування» художнього тексту [12, с. 43].

Використання термінологічного поняття «художній дискурс» на позначення комунікативного утворення, що становить художній текст у процесі його створення і сприйняття, є цілком виправданим з огляду на прагматичний підхід до розуміння дискурсу. З одного боку, дискурсивна діяльність автора художнього тексту передбачає актуалізацію мовленнєвих актів, що тимчасово порушують конвенції співвідношення тексту й реальності, а з іншого – дискурсивна діяльність читача актуалізує та розвиває авторські наміри, часом додаючи власні, вибудовуючи майже новий, інший художній текст. Художній текст перебуває в центрі дискурсивного утворення як повідомлення, що занурюється в комунікативну ситуацію [12, с. 44–45].

Висновки і пропозиції. Отже, розмежовуючи поняття *текст* та *дискурс*, сучасна текстолінгвістика розглядає текст як один зі складників дискурсу або як його одиницю загалом. Художній дискурс є не лише процесом мовленнєвої діяльності, але і її результатом та має складну багаторівневу структуру. Складність організації художнього дискурсу пов’язана також із тим, що він поєднує категорію реального та уявного, творчого світу, що зумовлене актуалізацією суб’єктивних психоемоційних процесів і відкриває перспективи розгортання дослідження на матеріалі різножанрових художніх текстів.

Список літератури:

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс. Лингвистический энциклопедический словарь. Москва : Сов. энциклопедия, 1990. С. 136–137.
2. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. Москва : Искусство, 1979. 423 с.
3. Бехта Т. О. Текст і дискурс як категорії літературно-художньої комунікації. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна*. 2013. Вип. 37. С. 51–53.
4. Гуо Х. Особенности дискурса художественного произведения. *Молодой ученый*. 2017. № 20 (154). С. 483–486.
5. Дейк Т. ван. Контекст и познание. Фреймы знаний и понимание речевых актов. Язык. Познание. Коммуникация. Москва : Наука, 1989. С. 12–40.
6. Жинкин Н. И. Речь как проводник информации. Москва : Наука, 1982. 154 с.
7. Карасик В. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Москва : Гнозис, 2004. 390 с.
8. Караулов Ю. Русский язык и языковая личность. Москва : Наука, 1987. 264 с.
9. Кожина М. А. Языковые маркеры полидискурсивности в художественном тексте (на материале Романа Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание») : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Томск, 2012. 23 с.
10. Колегаева И. М. Текст как единица научной и художественной коммуникации. Одесса : Одесск. гос. ун-т им. И. И. Мечникова, 1991. 121 с.
11. Кондратенко Н. В. Визначальні принципи текстотворення в дискурсі неklasичної парадигми. *Слов’янський збірник*. 2013. Вип. 17. С. 112–118.
12. Кондратенко Н. В. Синтаксис українського модерністського і постмодерністського художнього дискурсу : монографія. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. 320 с.

13. Кондратенко Н. Художній текст як ігрова діяльність. *Проблеми літературознавства*. 2014. Вип. 18. С. 38–47.
14. Лотман Ю. Семиотика культуры и понятие текста. Таллин : Прогресс, 1992. 470 с.
15. Мальцева В. В. Полідискурсивність як феномен конститування художнього тексту (на матеріалі сучасної російської прози) : дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.02. Харків, 2020. 226 с.
16. Огієнко І. С. Дискурс та підходи до його аналізу: погляди на проблему сучасних англомовних дослідників. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Філологія*. 2012. Вип. 23. С. 98–102.
17. Олизько Н. С. Художественный дискурс как полилог автора, читателя и текста. *Вестник Челябинского государственного университета*. 2011. № 33 (248). С. 164–166.
18. Прохоров Ю. Е. Действительность. Текст. Дискурс : учеб. пособ. Москва : Флинта : Наука, 2016. 224 с.
19. Русакова О. Ф. Современные теории дискурса: опыт классификации. *Современные теории дискурса: мультидисциплинарный анализ. Дискурсология*. Екатеринбург : Дискурс-Пи, 2006. С. 71–77.
20. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации : монограф. учебн. пособие. Киев : ЦУЛ ; Фитосоциоцентр, 2002. 336 с.
21. Семенюк О. А. Художній дискурс як відображення авторської картини світу (лінгвокультурологічний підхід). *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*. 2019. № 1. Том. 30 (69). С. 7–10.
22. Серио П. Анализ дискурса во Французской школе (дискурс и интердискурс). Семиотика : Антология / сост. и ред. Ю. С. Степанов. 2-е изд. Москва : Академический Проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2001. С. 549–562.
23. Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1999. 432 с.
24. Фролова І. С. Специфіка художнього дискурсу та його аспектів. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія*. 2018. Вип. 87. С. 52–61.
25. Фуко М. Археологія знання. Київ : Ника-Центр, 1996. 416 с. С. 196.
26. Фуко М. Порядок дискурсу. Воля к истине : по ту сторону власти, знания и сексуальности. Работы разных лет. Москва : Касталь, 1996. С. 47–97.
27. Dijk T. A. van. Cognitive Processing in Literature Discourse. *Poetics Today*. 1979. Vol. 1. № 1–2. P. 143–159.
28. Searle J. Conversation. Amsterdam, Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 1989. P. 7–29.

Prybluda L. M. ARTISTIC DISCOURSE: THE PROBLEM OF INTERPRETATION

The article characterizes the terms «text» and «discourse», their functioning in linguistic research. It was found that despite the different characteristics of the distinction between the concept of text and discourse, the text was interpreted as one of its components, or as its unit. In modern linguistic studies, discourse is defined as a representation of a certain communicative act. The text is a verbal component that underlies the reflected objective reality, the understanding of which is influenced by non-verbal components.

The main characteristics of artistic discourse, its nature are characterized, the role of the author in the process of creating artistic discourse is outlined. It is established that it still does not have an accurate, unambiguous definition. The main features of artistic discourse are outlined, according to which it appears as a style of thinking and speech of the author; which he invests in the language of the characters of the work; as a special result of the interaction of the author's intentions and various possible reactions of the reader; as a communicative act, the main characteristic of which is the author's attempt to use his work to influence the inner spiritual space of the reader in order to change them. It has been established that artistic discourse is closely connected with the author's personality and his idiosyncrasy. The discourse of a certain work of art appears to the reader as a special art world, style of thinking, speech of the author, which he invests in the heroes of the work and which causes appropriate communicative activity or even «completion» of the text.

It is noted that in the artistic discourse reproduces a particular culture at a certain stage of its development, because a particular artistic text, functioning in the communicative space, becomes a carrier of the essential characteristics of human existence in the cultural environment.

It is noted that the study of artistic discourse is closely related to the study of the author's personality, individual style and language, also describes the concept of language personality, idiosyncrasy of the author – creator of artistic discourse, characterized the concept of «reader discourse», the relationship.

Key words: text, discourse, artistic discourse, artistic text, author, reader, idiostyle, linguistic personality.

УДК 811.161.2'367

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.1-1/15>**Юлдашева Л. П.**

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

Кобиліна Ю. М.

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

Коломинська Т. Б.Відокремлений структурний підрозділ «Тальнівський будівельно-економічний коледж»
Уманського національного університету садівництва

ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАГОЛОВКІВ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ

У статті проаналізовано прагматичні особливості заголовків українських творів кінця XX – початку XXI ст., з'ясовано прагматичний потенціал заголовка у структурі художнього твору, досліджено основні прагматичні чинники утворення заголовків. Визначено, що утворення заголовків зумовлене низкою лінгвальних та позалінгвальних тенденцій, як-от: економія мовних засобів, оскільки заголовок є компресивною формою тексту, експресії, інтимізації та діалогізації спілкування, креативності. Лексична наповнюваність та вибір синтаксичної моделі заголовка не довільні, інформаційно й прагматично детерміновані. Заголовок водночас зорієнтований на автора, читача й на текст. Прагматичний підхід до аналізу назв сучасних художніх творів дає змогу об'єктивно відобразити сутнісні риси мовної картини світу, характерної для носіїв мови на рубежі XX–XXI ст. Заголовок налаштовує реципієнта на асоціативне мислення, пов'язане зі пізнанням світу на основі когнітивного уявлення. Він бере участь у смисловій і структурній організації тексту. Прагматичний потенціал заголовка тексту залежить від його змісту та способу мовного вираження. Вибір конкретного типу заголовка мотивовано проспективністю, автоцентричністю та антропоцентричністю.

Проспективність заголовка полягає у створенні ефекту очікування, що може бути підтверджений чи спростований після прочитання твору. Проспективність заголовка закладена в його природі, адже заголовок – це скомпресований нерозкритий зміст тексту. Автоцентричний чинник представлено в напрямі «автор–заголовок»: реалізації авторської інтенції та аксіологічне маркування подій і героїв, винесених в заголовок, відповідно до авторського сприйняття. Антропоцентризм заголовків виявляється у спробі діалогізації, інтимізації, посиленню експресивності заголовків за допомогою використання найрізноманітніших фонетичних, морфологічних, лексичних, фразеологічних, синтаксичних засобів.

Логічним продовженням цієї студії може стати дослідження структурно-семантичних особливостей заголовків сучасної української літератури. Це може бути перспективою подальших досліджень.

Ключові слова: заголовок, прагматика, текст, автоцентричність, антропоцентричність, діалогічність.

Постановка проблеми. В умовах зміни наукових парадигм людська особистість постає основою пізнання й ціннісних орієнтацій. Переадресації наукових векторів на антропоцентричну домінанту досліджень зокрема сприяє формування прагматичного (від гр. *πράγμα* діло) підходу до опису мовних явищ. У науковий обіг термін *прагматика* уведено одним із засновників семіотики Ч. Морісом [27]. Науковець вважав прагматику – учення про відношення знаків до тих, хто їх використовує – одним із вимірів семіотики,

до складу якої також входять *семантика* (розділ науки про відношення знаків до об'єктів дійсності) та *синтаксис* (розділ науки про відношення між знаками). Саме прагматика є тією ланкою, яка забезпечує зв'язок власне лінгвальних аспектів комунікації – семантики й синтаксису – із нелінгвальними принципами реалізації дискурсу й контексту як референтної ситуації.

Традиційно прагматику трактують як міжнаукову галузь знань (семіотики, мовознавства), що вивчає соціокультурні, психологічні, когні-

тивні й мовні чинники комунікативної взаємодії суб'єктів [29, с. 484], тобто функціонування мовних знаків у мовленні. Прагматичний аналіз спрямований не тільки на з'ясування зв'язків між мовними знаками та суб'єктами комунікації, а й на забезпечення вдалої комунікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Посутнім вкладом у становлення лінгвальної прагматики стали наукові розвідки Н. Д. Арутюнкової [1], В. Г. Гака [9], О. О. Селіванової [25], Ю. С. Степанова [26], Н. Ю. Шведової [28], Л. П. Юлдашевої [31–33] та ін., у яких зокрема з'ясовано проблему співвіднесення тексту, породженого в межах певного комунікативного акту, із відповідною денотативною ситуацією, описаною в цьому тексті, та її учасниками.

Текст як комунікативна одиниця завжди прагматично мотивований. У будь-якому разі інформація тільки тоді набуває сенсу, якщо реципієнт здатний її вичленити й зрозуміти. Відношення, які виникають під час сприйняття інформації, називаються прагматичними, а відповідно «здатність тексту досягати комунікативного ефекту, викликати в реципієнта прагматичні ставлення до повідомлення, іншими словами, виконувати прагматичний вплив на одержувача інформації, називається прагматичним аспектом, або прагматичним потенціалом (прагматикою) тексту» [26, с. 245].

Прагматичний потенціал тексту зумовлений його змістом та способом мовного вираження. Для забезпечення потрібного комунікативного впливу на реципієнта зважають не тільки на предметно-логічне, а й на конотативне значення мовних одиниць.

Текст як продукт комунікативно-прагматичної природи є вербалізацією комунікативних інтенцій учасників спілкування. Будь-який текст передбачає діалогічність, зокрема й умовну опосередковану, яка впливає на реакцію реципієнта на інформацію. Підтвердження цього знаходимо й у дослідженнях Ю. М. Лотмана. Вивчаючи соціально-комунікативні функції тексту, учений виокремив спілкування між адресантом й адресатом (текст як певне повідомлення адресата аудиторії); спілкування між аудиторією та культурною традицією (текст як культурна колективна пам'ять), спілкування читача із собою (текст як чинник впливу, медіатор), спілкування з текстом (текст як активне самостійне інтелектуальне утворення); спілкування з текстом і культурним контекстом (текст як джерело чи отримувач інформації) [20, с. 04–205].

Прагматику тексту визначає не лише його прагматичний потенціал, а й особистісні характеристики реципієнта, зокрема життєвий і соціальний досвід, рівень інтелектуального і емоційного розвитку, характер фонових знань, психічний стан тощо. Повноцінний «діалог» між автором і читачем можливий тільки за умови достатньої підготовки читача, інакше він позбавлений будь-якого сенсу.

Важливим показником прагматичної природи тексту є його заголовок. На думку відомого психолога Л. С. Виготського, «... назва дається оповіді, звичайно, не випадково, вона несе у собі розкриття найважливішої теми, вона окреслює (визначає) ту доміную, яка визначає всю побудову оповіді». [8, с. 200].

Тривалий час заголовок як концептуальне осердя тексту перебуває в центрі уваги науковців (Л. Ф. Грицюк [11], В. В. Корольова [17] та ін.). Актуальність дослідження цього феномену зумовлена загальною спрямованістю сучасних лінгвальних студій на з'ясування ознак тексту як комунікативної системи, тенденцією до поглибленого вивчення різних структурних елементів тексту (зокрема й заголовка) та їхніх функційних особливостей.

Метою дослідження став аналіз прагматичних особливостей заголовків українських творів кінця ХХ – початку ХХІ ст. Запропонованій меті підпорядковані такі завдання: з'ясувати прагматичний потенціал заголовка у структурі художнього твору; дослідити основні прагматичні чинники утворення заголовків.

Виклад основного матеріалу. За своєю природою заголовок дифункційний. Він є знаком узагальнювального, знаком тексту, з іншого боку, він – значущий складник тексту, тому його доцільно розглядати як самостійний текст, повідомлення, тобто автосемантично, так і синсемантично, як частину тексту. Як самостійний текст заголовок може функціонувати на парадигматичному та синтагматичному рівнях. На парадигматичному рівні він здатний утворювати різні форми того самого категорійного ряду, зазвичай формуючи усічену парадигму: (N_1 – «Гонихмарник», N_2 – Гонихмарника», N_3 – «Гонихмарнику» N_4 – «Гонихмарника», N_5 – «Гонихмарником», N_6 – на «Гонихмарнику» / на «Гонихмарникові», N_7 – «Гонихмарнику»). На синтагматичному рівні заголовки здатні безпосередньо поєднуватися з різними мовними елементами у потоці мовлення або тексті (У «Гонихмарникові» Дара Корній зображає...).

З огляду на синсемантичні ознаки, заголовок є виявом комунікативної (текстової) компрес-

сії), яка, на відміну від семантичної (формування мовних стереотипів, лексичної та синтаксичної), забезпечує згортання інформації та використання вторинної номінації.

Дослідники стверджують, що іноді заголовок може функціювати автосинсемантично, тобто поєднувати ознаки автосемантичності і синсемантичності [12]. Така амбівалентність заголовка зумовлена його прагматичним ефектом.

Основними прагматичними чинниками, на думку В. В. Корольової [17], які детермінують вибір назви, є антропоцентричні, автоцентричні та прогностичні. Антропоцентричні чинники представлено в напрямку «заголовок – читач» (тобто реалізація запитів і потреб читача), автоцентричні – «заголовок – автор» (реалізація авторських інтенцій) і прогностичні – «заголовок – текст» (проспективний характер заголовка). Під час продукування заголовка автор повинен зважати, з одного боку, на таку сутнісну характеристику, як сугестивний потенціал заголовка як мінітексту, який залежить від актуальної проблеми, необхідної тональності, експресивних мовних засобів тощо, а з іншого боку, урахувати перцептивні здібності передбачуваного реципієнта, його здатність до оцінки й інтерпретації. Автор не тільки інформує, він прагне сформувати у читача ставлення до інформації, наблизити сприйняття реципієнта до свого. Обмежений обсяг тексту заголовка спонукає автора ретельно відбирати мовні засоби, здатні вплинути на читача.

Заголовок – це своєрідний парафраз тексту. Посідаючи проміжне місце між текстом і розташованою поза ним дійсністю, заголовок слугує сполучною ланкою між ними. Як дійовий засіб прагматичного впливу на адресата заголовок виступає показником прагматичної природи тексту та впливає на його інтерпретацію.

Досліджуючи прагматику тексту, Н. Д. Марова трактує його прагматичний ефект як багаторівневу структуру: I рівень – прагматика висловів, чи екфрастична прагматика; II рівень – прагматика призначень, проноетична прагматика, що ґрунтується на передбаченні результату; III рівень – прагматика забезпечення успішності комунікативного акту, чи епітіхична прагматика [22, с. 160–161].

На думку вчених, процес перцепції заголовка відбувається у два (проспективно і ретроспективно [3; 16]) чи три (передцикл, основний цикл і постцикл [14], чи відповідно безпосереднє сприйняття, динамічне сприйняття і остаточне сприйняття [5]) етапи. На першому етапі заголовок виступає «у функції знака, індексу, марку-

ючи текст, виділяючи його з парадигми інших» [14, с. 5]. Проспективність заголовка закладена в його природі, адже він – це скомпресований нерозкритий зміст тексту. У такому разі заголовок представляє значеннєву домінанту твору. А. О. Євграфова вважає, що «для виконання прогностичної ролі заголовка потрібні зв'язки практично з усіма галузями читачького тезауруса» [13]. У «передтекстовий період» заголовок формує ефект читачького очікування, який може бути виправданим чи ні після прочитання твору. На цьому етапі «заголовок як мовна одиниця може вступати у виразні зв'язки з текстом, унаслідок чого виникають стилістичні ефекти обманутого очікування й посиленого очікування» [19, с. 46]. Зокрема, заголовок інколи породжує оманливу уяву про текст, а подальший виклад спростовує цю думку, це зумовлює ефект обманутого очікування. Якщо семантика заголовка дотична до різноманітних сфер мікросвіту реципієнта, виникає ефект посиленого очікування.

Стійка перспекція на розгортання сюжету твору можлива за умови використання в заголовку якомога більше інформації, тоді зазвичай сфера очікування збігається зі сферою художньої реальності, а отже, це характерніше для заголовків, які формально відповідають реченню, і меншою мірою – для заголовків-словосполучень чи заголовків-слів. Проте, у будь-якому разі, за визначенням В. А. Кухаренко, «це лише перший етап контекстуальної конкретизації значення» [18, с. 94].

Процес породження прагматичного ефекту в заголовку вможливлений насамперед тим, що в мові є засоби, наділені прагматичними властивостями та учасники комунікативного акту, які ними володіють. Заголовок містить ключові елементи, які акцентують найрелевантнішу інформацію тексту та є проєкцією його основного змісту, проте форма їхнього представлення передбачає натяк на існування інших дуже важливих деталей, які стануть відомими тільки під час читання («*Ненавиджу!!!*» О. Деркачової, «*Те, що на споді*» Ю. Покальчука). Проте ми також натрапляємо на заголовки на кшталт «*Ги-ги-и*» Ю. Винничука, «*Doc 1*» А. Чеха, які не орієнтують читача щодо змісту твору. Отже, кореляція заголовка з текстом неоднорідна. Як слушно зауважив І. Р. Гальперін, в одних творах заголовок лише окреслює проблему, розв'язання якої подано в тексті, в інших – заголовок – теза самого корпусу тексту, а в деяких творах він так глибоко закодований, що декодування його можливе тільки після про-

читання усього тексту [10, с. 33]. Із цим пов'язане виокремлення різних видів інформації, представленою у заголовках: а) змістовно-фактуальної; б) змістовно-концептуальної; в) змістовно-підтекстової [10, с. 27]. До першого виду інформації повідомлення про події і факти в реальному та художньому світі. Для змістовно-концептуальної інформації характерні акценти на індивідуально-авторському розумінні зв'язку між різними фактами. Ця інформація виникає після прочитання всього тексту, формується на підставі знань розуміння замислу автора і змістових інтерпретацій. Глибинний зміст твору є основою змістовно-підтекстової інформації, яка формується під впливом конотативного значення та читацького асоціативного сприйняття. Заголовок генерує всі типи текстової інформації.

Лише повністю семантизований заголовок, на думку З. Я. Тураєвої, уможливує успішне сприйняття твору [27, с. 56]. Заголовок може спровокувати хибну пресупозицію, а за відсутності фонових знань реципієнта неможливим стає прогнозування подальшого тексту взагалі. Таким, наприклад, є заголовок роману *«Шизгара»* С. Батурина, похідний від назви культової пісні 70-х рр., але забутої нині. Амбівалентне прагматичне значення мають незвичні заголовки, здатні заінтригувати потенційного реципієнта, наприклад, заголовок роману *«Помирана»* Т. Антиповича. Автор погоджується, що лексема-оказіоналізм, винесена в заголовок, зорієнтована на дієслово *«помирати»*. Т. Антипович стверджує: *«Помирана» – це країна смертельних чудес* [7]. Існування закритої спільноти критян (від назви полігону Корито) приречене. Їхній шлях досягнення мети – видобуток «чорнухи», яка здатна приносити людям щастя, – позначений випробуваннями і високою смертністю. Тож заголовок є тезою текстового корпусу.

Проте подекуди автори навмисне не акцентують зв'язок заголовка й твору. Особливий підхід до вибору назви демонструють деякі сучасні українські письменники, зокрема С. Жадан, який дає назву твору *«Ворошиловград»* за старою звичкою, від стороннього мотиву, що не має стосунку до основної сюжетної лінії роману. Ворошиловград – це не радянський Луганськ, а дитячий спогад головного героя, місто з вітальної листівки, у якому він навіть жодного разу не був.

Інший письменник-постмодерніст Ю. Іздрік, коментуючи вибір заголовків, зазначає: «...ідея назви здебільшого з'являється несподівано, і тому часом мені доладно тлумачити її, а тим більше

пояснювати, який сенс я в неї намагався вкласти». Письменник не може визначити однозначно мотивації назви *«АМ^{ТМ}»*: «Літери А і М я ще можу розшифрувати як *«Анатомія Марлен»*. Так називається одна з новіших книг. А від ТМ – це швидше відгомін якоїсь іншої книги, якої я просто ще не написав» [21].

Т. В. Желтоногова та О. О. Брудний виокремлюють проміжний етап сприйняття заголовка – під час читання, коли читач поступово співвідносить заголовок з текстовим простором. Лише на ретроспективному етапі можна визначити справжню ілюкцію заголовка, адже після прочитання тексту уточнюється значення заголовка. Майже у всіх випадках для заголовка характерна «передтекстова амбівалентність» [18]. Задані в заголовку слова завжди є реалізацією вторинної номінації, крім того, вони зазвичай вживаються не в своєму лексикографічному денотативному значенні, а в асоціативному. Заголовок «ніби переростає свої початкові семантичні рамки, набуває додаткових «співзначень», стає надзвичайно виразним і містким» [29, с. 30]. Заголовкове словосполучення *«Камінь серед саду»* проймає весь текст роману В. Лиса, формуючи категорію зв'язності. *«Камінь серед саду»* втілює смислове ядро роману. Словосполучення зазнає семантичних змін після прочитання тексту, під час якого контекст уточнює і збагачує зміст. Кам'яна брила серед туману набуває переносного індивідуально-художнього значення – те, що не можна підняти. А отже, семантична парадигма слова «камінь» актуалізує непряме фігуральне вираження проблеми: чи потрібно зважитися підняти брилу, змінити життя, подолати принизливу слабкість, із котрою вже неможливо жити. Номінування *«Камінь серед саду»* характеризує сценарій існування людини, проєктований із концептосфери уявлень про функціонування каменя [29]. Отже, заголовок дає змогу з'ясувати змістово-підтекстову інформацію.

На думку О. О. Калякіної, «такі спіралеподібні відношення між заголовком, текстом і його складниками дають читачеві можливість через співтворчість під час читання зрозуміти настанови автора, зв'язати твір у монолітну, але рухливу й живу смислову цілісність» [15]. Сприйняття, розуміння та інтерпретація заголовка визначають ступінь і характер його прагматичного ефекту.

Зазвичай, в аспекти актуального членування заголовок є темою того, що розгортається в основному тексті, який стосовно назви являє собою ремний блок [15]. Заголовок, що містить ідею тексту, інтерпретує його, варто зарахувати до

рематичних. Крім того, рематичними вважаємо так звані нульові заголовки, які є «певним стилістичним прийомом – розкрити те, що саме по собі очевидне, прийом певного відчуження» [6, с. 188]. Такий заголовок нічого не повідомляє про зміст твору, проте він інтригує і викликає бажання в читача ознайомитися з твором, сприяє утворенню контакту між учасниками комунікативного акту.

Заголовок – це своєрідна рамка твору, із нього починається й ним завершується ознайомлення з твором. Отже, верифікація змісту заголовка можлива лише після ознайомлення з текстом заголовком. Проте варто зазначити й певну умовність цього твердження, атже сприйняття – це завжди суб'єктивний чинник, абсолютної реконструкції авторського бачення реципієнт досягнути не зможе, крім того, він обов'язково доповнить значення заголовка своїм власним змістом [37].

Підбираючи заголовок до твору, автор зазвичай акцентує увагу на основних героях і подіях, на головному чи дуже суттєвому предметові твору, локальних і темпоральних елементах тощо. На цій підставі виокремлюють заголовок-резюме, заголовок-індикатор, заголовок-локалізатор і заголовок-темпоралізатор та інші різновиди відповідно до заголовкових детермінантів. У заголовкові-резюме представлена максимальна кількість опорних елементів тексту, що дає змогу передбачити його зміст. Такий різновид не поширений в сучасній художній літературі, натомість досить часто на нього натрапляємо в минулому. Для утворення таких заголовків характерні ускладнені та складні, зокрема й парцельовані, речення. Подекуди такий різновид заголовків трапляється в сучасній дитячій літературі («Як Колобок визволяв принцесу з лап дракона Ковтай-Не-Жувавши» В. Мартінова). За своїми функційними характеристиками такий заголовок дотичний до анотації. Значно поширенішими є заголовки-індикатори («Гудзик» Ірен Роздобудько, «Самогубство самоти» Неди Неждани), які акцентують увагу лише на предметові оповіді чи події, та заголовки-локалізатори («Там, де південь» О. Ульяненко, «Небо над Віднем» Б. Коломійчука) і заголовки-темпоралізатори («Рання осінь» К. Москальця, «Учора і завжди» Н. Очкур), які задають лише просторові й часові координати твору.

Заголовок завжди є втіленням домінантної авторської стратегії твору. Структурна організація заголовків детермінує виокремлення їхніх прагматичних різновидів, які передають комунікативну настанову. За основу візьмемо класифі-

кації Г. Г. Почепцова [24] та Д. Вундерліха [34], які збігаються у кваліфікації багатьох різновидів, та доповнюють одна одну:

1) заголовок-констатив (за класифікацією Д. Вундерліха – заголовок-репрезентатив), що акцентує ствердження, констатацію факту («Гра триває» К. Москальця, «Я знаю п'ять імен хлопчиків» О. Погребінської, «І мама ховала це у волоссі» С. Жадана, «Микола купує дім» О. Мацюпи);

2) заголовок-перформатив, який на відміну від константиву, не описує події, а власне і є подіями («Обіцяю перемогти» Я. Коваленко);

3) заголовок-директив – комунікативний тип заголовка, змістом якого є спонукання до дії:

а) заголовок-ін'юнктив, що передає значення наказу («Купіть місячну доріжку!» В. Тарасенко, «Любіть!..» О. Ірванця, «Бийся головою до стіни» С. Процюка);

б) заголовок-реквестив – комунікативно-інтенційним змістом якого є прохання («Пробач, Марцело» В. Андрусіва, «Пробач, чи що» Я. Мельника);

4) заголовок-квеситив (за класифікацією Д. Вундерліха – заголовок-еротетив), що акцентує запитання («Хто такий Ігор?» Г. Вдовиченко, «Хто дзвонить у двері?» Б. Мельничук, «Хто повірив Елеонорі Чайці?» Ю. Смаль, «Чому я не втомлююся жити?» Я. Мельника);

5) заголовок-вокатив, що вербалізує звертання, заклики («Сестро, сестро» О. Забужко, «Агов, Джульєтто!» М. Біленького, «Брате мій!» Я. Верещак);

б) заголовок-менасив, комунікативно-інтенційним значенням якого є погроза («І все-таки я тебе зраджу» Неди Нежданої

б) заголовок-промісив – розповідне речення за формою, що виражає обіцяння («Ще зустрінемося» Я. Веселовського)

Заголовок завжди є автоцентричним. Автор реалізує своє внутрішнє «я», вкладаючи в заголовок ілюктивну мету з огляду на узагальненого адресата, намагається створити умови успішної мовленнєвої дії. Крім тих небагатьох випадків, коли видавець чи читацька аудиторія впливають на зміну назви, а також для уникнення омонімії назв, автор у заголовкові реалізує свою інтенцію. Автор не тільки інформує, він прагне сформулювати у читача ставлення до інформації, наблизити сприйняття реципієнта до свого. Створюючи текст, автор усвідомлює, що він пише, що має намір акцентувати. Тож вибір конкретного заголовка залежить від внутрішнього «я» автора, від його інтелектуальної, психологічної й соціальної

характеристик. Заголовок репрезентує авторське сприйняття відтворюваних ситуацій, реалізує цілісний авторський задум.

Автоцентричність заголовка може бути експліцитною й імпліцитною. На нашу думку, експліцитна автоцентричність виявляється у використанні експресивних мовних засобів, за допомогою яких акцентовано авторське сприйняття ситуації. Імпліцитна автоцентричність заголовка стає зрозумілою тільки після прочитання твору, коли стає зрозумілим, що слова в заголовку мають фігуральне значення, є символом чи метафорою змісту твору.

Антропоцентричність заголовка полягає в спробі встановити контакт із читачем із метою впливу на цього. Апелятивно заголовок набуває рекламного змісту. Французький структураліст Р. Барт на початку 70-х років XX ст. потребу вивчення заголовків мотивував суспільними чинниками: «Функція заголовків вивчена до цього часу недостатньо... Усе ж відразу можна сказати, що, оскільки суспільство повинне через комерційні причини прирівнювати текст до товарного вибору, для будь-якого тексту виникає потреба в маркуванні. Заголовок повинен маркувати початок тексту, чим і подавати текст у вигляді товару» [2, с. 133]. Із цією метою заголовок має сформувати у реципієнта потрібний образ твору, формує умови подолання межі незнання і початкового рівня усвідомлення змісту твору. Як засіб реклами заголовок виконує інформативну (формує знання про твір, первинні якісні і кількісні характеристики твору), психологічну (активізує й впливає на розвиток потреби ознайомлення з твором діючи на почуття, погляди читача), селективну (допомагає вибрати твір, що відповідає смакам, звичаям реципієнта); стимулювальна – спонукає до прочитання.

Суцільний діалог автор – текст – читач (*діалогічність*) притаманний усім видам дискурсів, проте найхарактернішим є саме для сучасної літератури. Діалогічність виразно простежено в заголовках, що являють собою питальні й спонукальні речення, конструкції зі звертаннями, напр.: «*Тримай мене, ковзанко*» М. Ткачівської, «*Чи чуєш, Марго?*» М. Гримич, «*Вийди і візьми*» Т. Гавриліва, «*Що Вам до вподоби?*» К. Солов'єнко, «*Підійдімо, вклонімося...*» Ю. Мушкетика та ін. До діалогу з читачем також спонукає використання апасіопези: «*Все, що я хотіла сьогодні...*» Ірен Роздобутько, «*Двері в...*» Ю. Покальчука, «*Світ тримається на...*» Міли Іванцової тощо. Зафіксована незакінчена, обірвана думка спонукає читача

спробувати самому її розгорнути, відшукати логічне продовження. Такі речення є своєрідним натяком на те, що заголовок має бути доповнений міркуваннями читача, і реалізацією мети автора – зацікавити у прочитанні твору.

Фрагментація тексту заголовка виявляється в дискретності, тобто виокремленні окремих фрагментів для адекватного розуміння змісту загалом, та має подвійну природу: вона актуалізує певні одиниці й демонструє сприйняття фрази автором. Яскравим прикладом фрагментації є парцеляція, зокрема парцеляція підрядної частини складнопідрядного речення разом зі сполучником, який дає змогу домислити головну частину й установити зміст підрядної («*Коли генії плачуть*» Б. Жолдака, «*Коли прокинешся*» О. Деркачової, «*Коли спаде спека*» С. Жадана тощо).

Формуванню діалогічного начала твору сприяє не лише вибір конкретних синтаксичних конструкцій, а і їхня лексична наповнюваність. Зокрема стилістично маркована лексика в заголовкові, окрім інформаційної, виконує функцію впливу на читача й здатна зорієнтувати реципієнта на соціально-культурний простір твору. Неформальність, надмірна експресивність, винесена в заголовок – також один із чинників початку діалогу із читачем: «*Суки отримують все*» Ірени Карпи, «*Крейзі*» С. Новицької, «*Спокуха!*» Т. Литвиненка, «*Курва*» Х. Лукашук, «*Кодло*» М. Соколян, «*Селюки*» В. Мельника, ін..

Питальні та окличні речення, звертання, апасіопезні та парцельовані конструкції, стилістично маркована лексика є вербальними формами вираження тенденції до інтимізації спілкування.

Крім того, для зацікавлення читача використовують оригінальні лінгвальні форми. Балансування на межі мовної норми, порушення правил, утворення нових значень, поєднання несполучуваного – невід'ємна риса сучасного твору. В українських сучасних творах такий принцип реалізовано в карнавалі. Карнавальність є однією з основних рис сучасного дискурсу, вона ґрунтується на ігровому аспекті мови. Б. Борботько вказує: «Ігрова лінгвістична активність деформує відображення реальності й правила мови, усуваючи сталі стереотипи сприйняття та поведінки» [4, с. 79]. Зазвичай у тексті превалюють такі форми мовної гри, за допомогою яких створюють не лише естетичний ефект через свідоме порушення не тільки мовних норм, а й змістових елементів.

Найтактовніші, щодо читача, заголовки – ті, які зведені до імені героя-епоніма [30], – вважав Умберто Еко. Наприклад, «*Ельза*» Л. Волошина,

«Маруся» В. Шкляра, «Оксана» О. Денисенко. Дотичними до них є заголовки – соціальні характеристики героїв: «Канатоходці» С. Прощюка, «Емісар» О. Волкова, «Аптекарь» Ю. Винничука. Алюзивні заголовки-антропологетони, на які натрапляємо у творах сучасної літератури, виводять текст на рівень мегаконтексту, збагачуючи літературні твори асоціаціями і впливаючи на створення художніх образів: «Крихітка Цахес» Я. Стельмаха, «Ромео і Жасмин» О. Гавроша.

Отже, лексична наповнюваність та вибір синтаксичної моделі заголовка не довільні, вони є інформаційно й прагматично детермінованими.

Висновки. Лінгвальна прагматика спрямована на з'ясування особливостей використання учасниками комунікативного акту знакової системи для реалізації своєї мети і завдань. На підставі цього відбувається інтерпретація продукту функціонування знакової системи – тексту.

Важливим засобом авторської сугестії є заголовок. Прагматичний підхід до аналізу заголовків сучасних художніх творів уможливорює об'єктивне представлення істотних рис мовної картини світу, характерної для носіїв мови на зламі XX–XXI ст., і мовної картини світу окремого письменника.

Заголовок налаштовує реципієнта на асоціативне мислення, пов'язане зі знанням про світ на підставі когнітивного уявлення. Він бере участь у семантичній і структурній організації тексту. Прагматичний потенціал заголовка тексту залежить від його змісту та способу мовного вираження. Прагматичний вплив заголовка скоординований основними принципами підбору заголовка (антропоцентричність, автоцентричність і проспективність), які програмують інтерпретацію тексту.

Логічним продовженням цієї студії може стати вивчення структурних та семантичних особливостей заголовків сучасної української літератури. Саме в цій площині ми вбачаємо перспективу подальших досліджень.

Список літератури:

1. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. Москва : Язык русской культуры, 1999. 895 с.
2. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. Москва : Прогресс, 1989. 616 с.
3. Белинская О. Е. Текстоброуающая роль заголовка в формировании коммуникативной перспективі художественного текста. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. М. Коцюбинського*. Серія: Філологія. 1999. № 1. С. 135–138.
4. Борботько В. Г. Принципы формирования дискурса: От психолингвистики к лингвосинергетике. Москва : КомКнига, 2007. 288 с.
5. Брудный А. А. О сознании текста. Мысль и текст : сб. науч. тр. Фрунзе, 1988. С. 3–9.
6. Будагов Р. А. Поэтика заголовков в «Дон-Кихоте» Сервантеса. Москва : Изд-во МГУ, 1984. 280 с.
7. Ваварство й руйнування міфів: Тарас Антипович презентує роман «Помирає». URL: <https://hromadskeradio.org/hromadska-hvylya/varvarstvo> (дата звернення: 21.12. 2021).
8. Выготский Л. С. Мышление и речь. Москва : Лабиринт, 1999. 350 с.
9. Гак В. Г. Прагматика, узус и грамматика речи. *Иностранные языки в школе*. 1982. № 5. С. 48–64.
10. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. Москва : Наука, 1981. 138 с.
11. Грицюк Л. Ф. До питання про лінгвістичний статус заголовка. *Мовознавство*. 1989. № 5. С. 55–58.
12. Долгирева А. Э. Газетный заголовок в прагматическом аспекте : дисс. канд. филолог. наук: 10.02.01. русский язык. Таганрог, 1991. 298 с.
13. Євграфова А. О. Заголовок як актуалізатор текстової інформації. URL: <http://www.journlib.univ.ua?index.php?act=article&article=1080> (дата звернення: 21.12.2021).
14. Желтогенова Т. В. Заголовок як компонент українського поетичного тексту : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. – українська мова. Кіровоград, 2000. 20 с.
15. Калякіна О. О. Функції й особливості сприйняття заголовка публіцистичного матеріалу (теоретичний аспект). URL: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/dlgum/2007 (дата звернення: 21.12. 2021).
16. Коваленко А. М. Заголовок англійомовного мікротексту повідомлення: структура, семантика, прагматика (на матеріалі тижневика Newsweek) : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 – германські мови. Київ, 2002. 28 с.
17. Корольова В. В. Прагматика заголовка сучасної української драми. *Вісник Житомирського державного університету: Філологічні науки*. Житомир, 2015. Випуск 3 (81). С. 24–28.
18. Кухаренко В. А. Интерпретация текста. Москва : Просвещение, 1988. 192 с.
19. Лазарева Э. А. Заголовок в газете. Екатеринбург : Изд. Урал. ун-та, 2004. 86 с.
20. Лотман Ю. М. Семиотика культуры и понятие текста. *Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология*. Москва : Academia, 1997. 479 с.

21. Людина четверга: Інтерв'ю. *Студентська газета філологічного факультету «Ярослав»*. URL: http://www.students.lnu.edu.ua/periodicals/jaroslav/arhive/no_8/intervyu (дата звернення: 21.12.2021).
22. Марова Н. Д. Прагматика и перспектива текста. *Прагматика и стилистика текста*. Алма-Ата : КазГу, 1988. С. 160–169.
23. Моррис Ч. У. Основания теории знаков. *Семиотика. Сборник переводов*. Москва : Радуга, 1983. 635 с.
24. Почепцов Г. Г. О месте прагматического элемента в лингвистическом описании. *Прагматические и семантические аспекты синтаксиса*. Калинин : Изд-во Калинин. ун-та, 1985. 348 с.
25. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
26. Степанов Ю. С. В поисках прагматики (проблема субъекта). *Известия АН СССР. Серия литературы и языка*. 1981. Т. 40. Вып. 4. С. 48–54.
27. Тураева З. Я. Лингвистика текста (Текст: Структура и семантика) Москва : Просвещение, 1986. 127 с.
28. Шведова Н. Ю. Активные процессы в современном русском синтаксисе. Москва : Просвещение, 1986. 156 с.
29. Шевченко Л. Л. Що за однослівним заголовком. *Культура слова*. 1989. № 36. С. 29–32.
30. Эко Умберто. Заметки на полях «Имени розы». URL: <http://me.geneva.livejournal.com/265400> (дата звернення: 21.12.2021).
31. Юлдашева Л. П. Заголовки сучасних художніх творів: структура, семантика, прагматика. Київ : Видавництво Київського міжнародного університету, 2019. 225 с.
32. Юлдашева Л. П. Заголовки творів сучасної української літератури: мотиваційний аспект. *Філологічні науки*. 2016. Випуск 22. С. 115–121.
33. Юлдашева Л. П. Мотиваційні типи номінування сучасних українських творів // *Лінгвістичні студії / Linguistic Studies*: 36. наук. праць ДонДУ. Вінниця. 2016. № 32. С. 82–87.
34. Wunderlich D. Studien zur Sprechakttheorie. Frankfurt am Main : Suhrkamp, 1976. 416 s.

Yuldasheva L. P., Kobylina Yu. M., Kolomynska T. B. PRAGMATIC FEATURES OF THE TITLES OF MODERN UKRAINIAN LITERATURE

Linguistic pragmatics is aimed at elucidating the peculiarities of the use of participants in the communicative act of a sign system for the realization of their goals and objectives. On the basis of this there is an interpretation of the product of the operation of the sign system – the text. An important means of copyright suggestion is the title. A pragmatic approach to the analysis of the titles of contemporary works of art makes it possible to objectively represent the essential features of the linguistic picture of the world, characteristic of native speakers at the turn of the twentieth-twentieth century, and the linguistic picture of the world of a separate writer. The title adjusts the recipient to the associative thinking associated with knowledge of the world based on the cognitive representation. It participates in the semantic and structural organization of the text. The pragmatic potential of the title of a text depends on its content and the way language expression. The pragmatic influence of the title is coordinated with the main principles of selecting the title (anthropocentricity, autocentricity and prospect), which program the interpretation of the text. The headline's prospect is to create an expectation effect that can be confirmed or disproved after reading a work. The prospect of the title is laid in its nature, since the title is a squeezed undiscovered content of the text. Autocentric factor is presented in the direction of “author-headline”: the implementation of the author's intention and the axiological labeling of events and heroes in the title, in accordance with the author's perception. Anthropocentrism of the titles is manifested in the attempt of dialogue, intimization, strengthening the expressiveness of the titles by using a variety of phonetic, morphological, lexical, phraseological, syntactic means. Logical continuation of this studio can be the study of structural and semantic features of the headlines of modern Ukrainian literature. It may be the prospect of further research.

Key words: headline, pragmatics, text, autocentricity, anthropocentricity, dialogicity.

ГЕРМАНСЬКІ МОВИ

UDC 81

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.1-1/16>**Asgarova B. A.**

Azerbaijan University

THE ROLE OF DISCOURSE MARKERS IN INFORMATION STRUCTURE

This paper investigates the relationship between discourse coherence marking and information structure by examining two developing discourse connectives: it suggests that the grammaticalization of a lexeme in its construction into a discourse marker may involve acquiring discourse – level information structuring functions – indicating relative informational salience – and that grammaticalization of markers may be at least partly directed by information structure. The relation between discourse markers and information structure is mutual and complements each other. These linguistic devices perform not only temporal and spatial functions but also play major role in the construction of thematic continuity in discourse. In particular, attention has focused on the extent to which differing positions of markers correlate with different functions. But there has been emphasis on the discourse information-structuring functions of markers. Discourse markers are considered an effective instrument in distributing information in text and discourse. Discourse markers signal the information structure of discourse by emphasizing directions and relations within discourse. The present study, therefore focuses on the use of discourse markers in information structure of the text. The most important characters of discourse markers is that, they are an effective instrument to distribute information in text and discourse. Discourse Markers have been the main topic of research for 30 years under many different names. This paper presents an account of one view of discourse markers with the aim of providing researchers in the field with a coherent definition of discourse markers and a presentation of the syntactic and semantic properties of this functional category that will enable them to compare their work on discourse markers with other researchers. It is necessary to stress that some grammatical elements are used for different functions which cannot easily be separated. Therefore we have to mention that some confusion can be made during the analysis of these textual functions of those grammatical elements. For example, sometimes the indefinite article is used not for the purpose of signaling new information, but for the classifying the object, thing or notion it refers. The distribution of information is signalled by discourse markers. The cohesion pattern of the texts is based on the specific to general reference. This kind of uses of grammatical devices rely on the social and communicative situations.

Key words: discourse, theme, rheme, pragmatic markers, particle, coherence.

Formulation of the problem. This paper deals with discourse, its relation with discourse markers and information structure. The first chapter investigates discourse and its various definitions given by linguistics and the characteristics of discourse markers as linguistic devices. The usages of discourse markers are also investigated. There is an argument on whether they are a syntactic or a pragmatic category. Some linguistics believe that discourse markers are one type of commentary pragmatic marker. The others accept this linguistic devices as syntactic markers. Second chapter covers the major components of information structure based on theme and rheme and the importance of discourse markers in informa-

tion structure of the text. The roles of Verb-particle constructions are also highlighted in the paper.

Serving as the signals for the receiver these linguistic devices have different communicative weights. Given human ability to keep certain amount of information in memory discourse markers eventually perform strong cognitive functions in order to ensure global connexity in discourse.

The main purpose of this article is to determine the roles and the positions of discourse markers within the information structure of the text.

Presentation of the main material. In particular, attention has focused on the extent to which differing positions of markers correlate with different

functions. But there has been emphasis on the discourse information-structuring functions of markers and how these evolve. The focus of this research is two-pronged. The first part is to analyze the terms discourse, discourse markers and differentiate the properties of discourse markers. The second part is to identify relationships between discourse markers and theme-rheme and analyze these linguistic devices in thematic structure.

Discourse and properties of discourse markers

Discourse has been the main phenomenon of many linguistics.

The definition of discourse given by Chafe is more relevant [3, p. 39]:

I distinguish between discourse and text: discourse implies patterns and commonalities of knowledge and structures, where as a text is a specific and unique realization of a discourse. A Kibrik writes [13, p. 30].

Discourse is the notion larger than text. Discourse is both the process of language activity and its result, but the result is also a text.

W. Chafe [3, p. 126] considers the discourse structure as the intonation unit that is as the mode of discourse relevant to a focus in consciousness. Each intonation unit usually has one element of new information and opposition of new and old information is interlinked with prosodic (stress and unstressed) and lexical actualization of certain references.

The way information is structured during the process of communication is very important. When we deliver message to a receiver, whether orally or in writing, we impose a structure in our speech and try to organize what we send in a way that will make it easier for a receiver to understand. Givon focuses attention on the fact that a sender uses different devices from grammar to ground information in discourse. He believes that new information appears to background (old or given) and their correlation defines the dynamics of text structure [6, p. 24]. Discourse markers are core elements in discourse and play an important role in information structure of the text. Firstly, we pay attention to the origin and theory of discourse marker.

We are dealing with a context of language learning that has been the focus information structure. Theoretically, discourse markers are a functional class of verbal and non-verbal devices which provide contextual coordination for ongoing talk [16, p. 124]. The term discourse marker is used in a wide range of senses and a large number of different phenomena, extending from monosyllabic interjection-like particles to clausal expressions: the status of discourse markers remains uncertain.

According to the classic definition by Schiffrin [16, p. 31], discourse markers are “sequentially dependent elements which bracket units of talk,” and for Lewis” [14, p. 420], “discourse marker” is a label for an expression that combines the semantics of discourse-relational predications with syntactic dependency on a clausal host and low informational salience.

There is an argument on whether they are a syntactic or a pragmatic category, on which types of expressions the category includes, on the relationship of discourse markers to other posited categories such as connectives, interjections, modal particles, speaker-oriented sentence adverbials, and on the term “discourse marker” as opposed to alternatives such as “discourse connective” or “pragmatic marker” or “pragmatic particle” [14, p. 419–420]. Discourse markers are also called discourse particles, pragmatic markers, discourse connectives, adverbials, connecting adverbials, conjunctions [5, p. 216].

Fraser [3, p. 56] believes that discourse markers are one type of commentary pragmatic marker. Fraser divides discourse markers into discourse topic markers, discourse activity markers, and message relationship markers. Discourse markers are “metalingual comments” in which the speaker specifically comments on how what he is saying is to be taken. Fraser found that the presence or absence of lower level discourse markers, “words that speakers use to mark relationships between chunks of discourse such as so, well, OK, and now” aids comprehension. It is obvious that the thematized metalingual comments are not integrated with the representation of content which the recipients are constructing.

One of the main properties of defining Discourse Markers (DM) are that, they are syntactically independent from their environment. They are typically set off prosodically from the rest of the utterance. The other major property is Their meaning’s being non-restrictive. Their meaning is procedural rather than conceptual-propositional. They are non-compositional and as a rule short. The main function of discourse markers is to relate an utterance to the situation of discourse, more specifically to speaker-hearer interaction, speaker attitudes, and/or the organization of texts Schiffrin [16, p. 64] puts it with reference to pragmatic markers, they “situate their host unit with respect to the surrounding discourse and with respect to the speaker-hearer relationship” DMs are multifunctional [16, p. 123]. While they tend to exhibit in fact a larger range of discourse functions, multifunctionality is also a feature to be observed in a number of other kinds of both lexical and grammatical

expressions and, to our knowledge, there do not exist any quantitative data to establish that DMs are really special in this respect. DMs signal a sequential relationship between the current utterance and the prior discourse, or a relationship across rather than within an utterance [3, p. 383].

Information structure and discourse markers in information structure. It should also be taken into consideration that M.A.K. Halliday identifies the textual component of the grammar of English as consisting of the features associated with two groups of resources: the structural and the cohesive. The first one is subdivided into the two areas – information structure and theme-rheme structure. The second is subdivided into four areas – reference, ellipsis and substitution, conjunction and lexical cohesion [8, p. 123].

The main components of information structure are theme and rheme. Theme and Rheme are two terms which represent the way in which information is distributed in a sentence. The definition of Theme given by Halliday [7, p. 38] is that Theme is given information serving as “the point of departure” of a message. The given information is the information which has already been mentioned somewhere in the text, or it is shared or mutual knowledge from the immediate context. Theme typically contains familiar, old or given information. Theme provides the settings for the remainder of the sentence – Rheme. Rheme is the remainder of the message in a clause in which Theme is developed, it means that Rheme typically contains unfamiliar or new information. New information is knowledge that a writer assumes the reader does not know, but needs to have in order to follow the progression of the argument. The boundary between Theme and Rheme is simple: Theme is the first element occurring in a clause; the remainder clause is Rheme.

Theme may be realized by a nominal group, verbal group, adverbial group, prepositional phrase or a dependent clause. The rheme is defined as the part of a sentence which adds most to the advancing process of communication and it has the highest degree of communicative dynamism. It expresses the largest amount of extra meaning. But the theme carries the lowest degree of communicative dynamism. The thematic elements are communicatively less dynamic and they carry a smaller amount of communicative dynamism than the rhematic elements. The rheme in English is often signaled by the indefinite article, particles, time adverbs, determiners, the words like *one* or *some*. The theme is signaled by the definite article, personal and demonstrative pronouns a determiner. The main signal of rheme in English is word

order. As word order is relatively fixed, in English, it can stylistically distinguish rheme imposing pragmatic communicative dynamism. In fact, every language has various grammatical devices for certain communicative strategies. The theme and the rheme can be marked in a sentence by particles, definite and indefinite articles, personal and demonstrative pronouns, time adverbs and word order. Some linguists believe that the time adverbs like *now* also deliver new information in sentence [15, p. 119]. The particles, the articles, the adverbs and other grammatical elements may be considered as deviation, but also fulfill the task of the text connectivity markers. Theme-rheme or subject-verb-complement structure is only basis for possible communicative changes. It is also case for the English sentence, where the last word of the sentence is the rheme's natural position and therefore the communicative dynamism lies on the last word. W. Chafe wrote: emphasizing the communicative role of the predicate in sentences like: *Box is empty*. *Box* is regarded as the theme and *is empty* is rheme here [3, p. 275].

Th. Bloor and M. Bloor mention that there are in fact two structures and they should be clearly [1, p. 65]: *In Systemic Functional Linguistics (SFG) we recognize two parallel and interrelated systems of analysis that concern the structure of the clause with regard to organizing the message. The first of these is called information structure and involves constituents that are labeled Given and New. The second is called thematic structure and involves constituents that are labeled Theme and Rheme.*

Th. Bloor and M. Bloor also put difference between spoken and written language [1, p. 79–80].

In spoken English, we can use special emphasis and intonation to indicate that we are presenting New information in Theme position instead of the more normal Rheme position. We can make a contrast, for example, between The kettle's boiling, which has New at the end, and The kettle's boiling (not the milk) which has New in initial position.

In written English prose, however, it is more difficult to vary the relationship of Theme and Rheme to Given and New respectively.

The vast majority of uses of the unit I mean in Present-day English concern that of a thetical, also described as a “filler”, a “hesitation marker”, a “fumble”, a discourse marker, a lexicalized clause [16, p. 319], or as a comment clause (Brinton 2008: 111). Edmondson (1981: 154–155) says that I mean belongs to “the let-me-explain” type fumbles: “In contrast to you know, I mean denotes less expected or predictable repairs” [2, p. 113].

There is also another effective instrument to distribute information in text and discourse called word order. Theme-rheme or old-new information structure based on the subject-verb-object order is considered as normal for the English sentence. Although theme-rheme structure is relevant for the sentence, it is not the case for text. As one of the most important properties of text is the intention, the sender makes utmost efforts to reflect it in the information structure. For this purpose the easiest way is to change normal word order in sentence. Such word order change called inversion has a strong pragmatic effect and helps the receiver to identify focus in the whole text.

As a discourse marker particles are essential elements of information structure. Length and complexity are formal or syntactic features, but not of particles placement is also affected by semantic considerations. Several studies showed that particles that express the direction or purpose of an action are more important than the completion of an activity or that they are subject to indirect completeness rather than particles that have an abstract meaning [4, p. 89].

The student ate up his lunch.

He turned off the radio.

In addition to syntactic and semantic factors, pragmatic factors affect the placement of particles in the information structure of the text. A number of studies have shown that the position of a particle changes with the information status of indirect completeness. If completeness represents information that can be given or identified, the particle tends to follow it.

What did she do with the ball? She picked the ball up.

Some researchers believe that the placement of particles in the information structure of the text is determined primarily by syntactic features [9, p. 76], others emphasize the importance of semantic features [4, p. 45] while others explain the placement of particles primarily in terms of pragmatic features.

Most studies consider the complexity of indirect completeness to be a syntactic factor [9, p. 71], but the syntactic complexity of a noun is closely related to its meaning. For example, a sentence consisting of a noun and a relative sentence is both syntactically and semantically complex: it is due to the fact that it contains syntactic complexity, and the semantic complexity is due to the fact that the included sentence contains a separate sentence [12, p. 78]. Thus, the complexity of indirect completeness refers to both syntactic and semantic features. In the same way, Jackendoff [12, p. 68] "recognizes a large number of constructions with different argu-

ment structures and semantic structures, all of which share the syntax of the verb + particle. Some combinations of verbs + particles are productive, some are semiproductive, some are purely meaningless; "Verb-particle combinations have special semantic and syntactic properties. For example, he observes that a number of particles express the aspectic features of an event, verb-particle.

The adoption of markers in speech communication can ease the hearer's search for optimal relevance of utterances and add discourse coherence. From the viewpoint of the speaker, they could be used to help the speaker to find out information, prompt communicative situation. Analyzed from the hearer, the textual function of DMs in speech is to constrain the hearer's interpretation of utterances in order to cost the least processing effort for the hearer to achieve optimal relevance, which entitles the hearer to go ahead and recover the proposition which yields adequate contextual effects in the most accessible context. Discourse markers also help the hearer investigate for optimal relevance and make the discourse a coherent whole.

Conclusions. It is argued that the rise of discourse markers involves an operation whereby information units such as clauses, phrases, or words are transferred from the domain of sentence grammar to that of discourse organization. There is a close and mutual relationship between discourse markers and information structures and they complete each other. Discourse markers are considered to be the principal components in theme and rheme dichotomy. Discourse markers may also carry larger patterns. These patterns give the text cohesion and coherence, but may also put the audience in the role of the reader of narrative, rather than the reader of news. Discourse analysis can not be carried out ignoring the mental patterns because they are real basics for choosing core communicative information for such strategic purposes as the formation of common and particular semantic structures.

Discourse-level information structuring involves not only thematic progression (old/new) but also relative informational salience: how information is marked as foregrounded or backgrounded with respect to some other information. Initial position, including the left periphery, has been shown in the past to be associated with particular roles in discourse information structure: it is used for markers of new discourse frames, including topic change, and can also have an attention-seeking and presentational function, serving to place what follows in end-focus position, thereby foregrounding it.

References:

1. Bloor Thomas and Bloor Meriel: Studies in text and n discourse, London, 2004.
2. Brinton Laurel J. The Comment Clause in English. Syntactic Origins and Pragmatic Developments. Cambridge, 2008.
3. Chafe, W. L. Discourse, consciousness, and time: The flow and displacement of conscious experience in speaking and writing. University of Chicago, 1994.
4. Fraser Morris: An approach to discourse markers, Journal of pragmatics 14 (3), 383–398, Boston university, Boston, 1990.
5. Gillian Brown, Yule, George: Discourse Analysis, Cambridge, Textbooks in Linguistics, Cambridge, 1989.
6. Givon T. Syntax: a functional-typological introduction, volume II. Amsterdam, 2004.
7. Halliday M. K. Introduction to functional grammar, London, 1985.
8. Halliday M. A. K and Hasan R. Cohesion in English, Longman, Paperback on Amazon. 1976.
9. Hawkins John A. A performance theory of order and constituency. Cambridge, Cambridge University Press, 1994.
10. Hyland K. Academic attribution Citation and the construction of disciplinary knowledge. Applied Linguistics, Oxford University Press, 1999.
11. Hopper Paul J. Closs Elizabeth Traugott: Grammaticalization ,Front Cover. Cambridge University Press, Jul 31, 2003.
12. Jackendoff R. Foundations of Language: Brain, Meaning, Grammar, Evolution, Oxford : Oxford University, 2002.
13. Kibrik Andrej: Referential strategies as developed for Russian narrative discourse, Oxford : Oxford University, 1997.
14. Lewis Richard, Adverbials in use, from predicative to discourse functions, Barcelona, 2011.
15. Quirk Randolph: A Comprehensive Grammar of the English Language, New York : Longman, 1985.
16. Schiffrin Deborah: Discourse Markers. Front Cover. Cambridge University Press, 1987.

Асгарова Б. А. РОЛЬ ДИСКУРСИВНИХ МАРКЕРІВ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ СТРУКТУРІ

У цій статті досліджується взаємозв'язок між маркуванням когерентності дискурсу та інформаційною структурою шляхом вивчення двох дискурсивних зв'язок: передбачається, що грамати́калізація лексеми при її побудові в маркер дискурсу може включати набуття функцій структурування інформації на рівні дискурсу – вказівка на відносну інформаційну значимість – і що грамати́калізація маркерів може бути, принаймні, частково спрямована інформаційною структурою. Зв'язок між дискурсивними маркерами та інформаційною структурою є взаємною і доповнює один одного. Ці лінгвістичні засоби виконують не тільки тимчасові і просторові функції, але також відіграють важливу роль у побудові тематичної наступності в дискурсі. Зокрема, увага була зосереджена на тому, якою мірою різні положення маркерів корелюють з різними функціями. Але особливу увагу було приділено функціям маркерів, що структурують дискурсивну інформацію. Дискурсивні маркери вважаються ефективним інструментом поширення інформації в тексті і дискурсі. Маркери дискурсу сигналізують про інформаційну структуру дискурсу, підкреслюючи напрямки і відносини всередині дискурсу. Тому в цьому дослідженні основна увага приділяється використанню дискурсивних маркерів в інформаційній структурі тексту. Найбільш важливими характеристиками дискурсивних маркерів є те, що вони є ефективним інструментом поширення інформації в тексті і дискурсі. Дискурсивні маркери були основною темою досліджень протягом 30 років під різними назвами. У цій статті подано звіт про один погляд на маркери дискурсу з метою надання дослідникам у цій галузі послідовного визначення маркерів дискурсу і представлення синтаксичних і семантичних властивостей цієї функціональної категорії, які дозволять їм порівняти свою роботу над дискурсивними маркерами з іншими дослідниками. Необхідно підкреслити, що деякі граматичні елементи використовуються для різних функцій, які нелегко розділити. Тому ми повинні зазначити, що при аналізі цих текстових функцій цих граматичних елементів може виникнути деяка плутанина. Наприклад, іноді невизначений артикль використовується не для передачі нової інформації, а для класифікації об'єкта, речі або поняття, до яких він відноситься. Про поширення інформації сигналізують дискурсивні маркери. Схема зв'язності текстів заснована на конкретних і загальних посиланнях. Такого роду використання граматичних прийомів залежить від соціальних і комунікативних ситуацій.

Ключові слова: дискурс, тема, рема, прагматичні маркери, частка, когерентність.

Беззубова О. О.

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ФУНКЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ НІМЕЦЬКОЇ ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЇ MDR У FACEBOOK

Діяльність засобів масової інформації спрямована на задоволення інформаційних потреб – забезпечення доступу до інформації, поінформовання та врегулювання інформаційного обміну в суспільстві. Здійснення інформаційної діяльності ЗМІ в електронному просторі дозволяє охоплювати широку цільову аудиторію. Німецька телерадіокомпанія MDR, що транслює новини для земель Центральної Німеччини, виділяє серед основних завдань своєї діяльності на сторінці у Facebook інформовання, консультування, просвітництво та розважальність. В новинних повідомленнях MDR інформує про події в країні та регіоні, політичні та громадські заходи. Під новинним повідомленням ми розуміємо інформаційну новину, текст якої складається з максимально чотирьох речень і характеризується інформаційною насиченістю. Короткий текст повідомлення у поєднанні з графіком, фото або відео утворює єдину смислову єдність, що виконує функцію швидкого інформовання, а також слугує зацікавленню і спонуканню підписників до переходу до повноформатної статті.

Функціями регіональних ЗМІ, до яких ми відносимо телерадіокомпанію MDR, у контексті їхньої взаємодії з зовнішнім середовищем є: створення локального інформаційного простору з одночасним включенням у нього місцевого населення, постачання контенту для загальнодержавних ЗМІ, формування іміджу та брендів регіонів, їхнього культурного та промислового позиціонування. Функції місцевих ЗМІ охоплюють також зберігання й архівування подій і згадок про важливі заходи, рішення, зміни у житті.

MDR висвітлює економічні, соціальні, культурні та духовні процеси в суспільстві та в країні в цілому. Причому в інформаційному просторі MDR питання та події минулого Німеччини резонують із сьогоденням країни. ЗМІ відіграють велику роль у процесах формування національної свідомості. Реалізуючи свої функції, ЗМІ виступають потужним засобом повернення суспільства до своїх базових цінностей, ідентичних й адекватних уявленням, звичаям, традиціям, менталітету, багатовіковому культурно-історичному досвіду народу. До того ж діяльність електронних ЗМІ активізується в аспекті розважальності. Розважальний контент, який формує важливий напрямок інформаційної діяльності MDR у Facebook, містить культурно-ціннісну складову і покликаний задовольняти потреби підписників у відпочинку та емоційній розрядці.

Ключові слова: масова комунікація, засоби масової інформації, функції інформаційної діяльності, соціальні мережі, новинне повідомлення, текст.

Постановка проблеми. Функціонування інформаційного суспільства ґрунтується на обміні інформацією. В системі інформаційного обміну діяльність засобів масової інформації спрямована на задоволення інформаційних потреб – забезпечення доступу до інформації та поінформовання. ЗМІ збирають, аналізують, обробляють, оформлюють інформацію та розповсюджують її широкій аудиторії. Інформація, яку транслюють ЗМІ, висвітлює актуальні події та здійснює вплив на суспільну свідомість та громадську думку. Саме засоби масової комунікації втілюють і репрезентують громадську думку [2, с. 44].

У сучасних умовах засоби масової інформації, зважаючи на суспільну важливість, масовість та доступність, мають величезний вплив на духовні процеси, що відбуваються в суспільстві. Залучаючи громадян до інформаційних відносин, ЗМІ формують певні цілісно-смислові моделі для засвоєння суспільством і таким чином змінюють аксіологічну картину соціуму. Здатність швидко охоплювати найбільш широкі аудиторії дає можливість сучасним мас-медіа трансформувати традиційну систему духовного виробництва в певному напрямі [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідженням масової комунікації, функціонування мови ЗМІ та висвітленням сутнісних характеристик соціальних медіа займаються вітчизняні та зарубіжні вчені Городенко Л. М., Горошко О. І., Желтухіна М. Р., Карпа І. Б. та інші. Соціальні мережі перетворилися на важливе джерело інформації. Реалізація інформаційної діяльності ЗМІ в електронному просторі представляє специфічний формат соціальної комунікації, що потребує лінгвістичного осмислення. Актуальність дослідження продиктована релевантністю інформаційної діяльності традиційних ЗМІ в просторі соціальних мереж.

Постановка завдання. Метою статті є виявити функції інформаційної діяльності німецької телерадіокомпанії MDR в соціальній мережі Facebook. Досягнення поставленої мети потребує вирішення таких завдань: визначити поняття «новинне повідомлення», висвітлити тематичні напрями інформаційної діяльності та змістовно-тематичне наповнення німецькомовних новинних повідомлень MDR у Facebook.

Виклад основного матеріалу. Соціальна мережа Facebook – сучасний інструмент масової комунікації та засіб масового інформування громадськості. Німецька телерадіокомпанія MDR, що транслює новини для земель Центральної Німеччини (Mitteldeutschland), на сторінці у Facebook в новинних повідомленнях інформує про події в країні та регіоні, політичні та громадські заходи. Під новинним повідомленням ми розуміємо інформаційну новину, текст якої складається з максимально чотирьох речень і характеризується інформаційною насиченістю. Короткий текст повідомлення у поєднанні з графіком, фото або відео утворює єдину смислову єдність, що виконує функцію швидкого інформування, а також слугує зацікавленню і спонуканню підписників до переходу до повноформатної статті.

В інформаційному полі MDR широке висвітлення отримують економічні, соціальні, культурні та духовні процеси в суспільстві та в країні. Наприклад, новинне повідомлення від 31 січня 2022 р., в якому піднімається економічна, соціальна та демографічна проблема багатьох сільських регіонів Німеччини – переїзд освіченої молоді до великих міст:



У тексті повідомлення та коментарі до тексту експлікуються причини переїзду молоді до міста – відсутність можливостей розвитку та бюрократія, котра перешкоджає заснуванню нових підприємств та створенню робочих місць. Причому важливо наголосити, що новинні повідомлення з питань життєдіяльності підлітків та молоді продукують великий тематичний блок.

Водночас у сучасній соціальній дійсності Німеччини тема добродійної допомоги поєднує аспекти соціально-економічного розвитку країни і стану духовності, що проявляються в готовності допомагати нужденним. Наприклад, історія допомоги панові Вольфу, який втратив роботу і квартиру та опинився на вулиці, а саме на дорозі туристичного маршруту Ренштейг в Тюрингському Лісі:

Nachdem Burkhard Wolf Arbeit und Wohnung verliert, schläft er anderthalb Jahre auf dem Rennsteig in Schutzhütten. Als es für ihn nicht mehr weitergeht, wird er von den Menschen in Brennersgrün im Thüringer Schiefergebirge angesprochen – und ihm wird geholfen. ➔ www.mdr.de/s/hilfsbereitesdorf



Ознакою сучасних періодичних і електронних видань стали матеріали з мінімальним обсягом тексту і виразним візуальним рядом [5, с. 8]. Текст повідомлення супроводжують фото із зображенням сплячої на вулиці людини та коментар із експліцитною соціальною мотивацією громади – жителів району Бреннерсгрюн міста Леестен в землі Тюрінгія „Nur zusammen konnten wir das schaffen. Einer allein hätte das nicht gekonnt.“

Функціями регіональних ЗМІ у контексті їхньої взаємодії з зовнішнім середовищем є: створення локального інформаційного простору з одночасним включенням у нього місцевого населення, постачання контенту для загальнодержавних ЗМІ, формування іміджу та брендів регіонів, їхнього культурного та промислового позиціонування [6, с. 7]. Наприклад, новинне повідомлення, в якому йдеться про план розвитку інфраструктури в землі Тюрінгія, зокрема про будівництво та ремонт сільських магазинів, тобто розв'язання нагальних проблем цієї землі:



В новинному повідомленні про безперервне зростання населення міста Лейпциг інформація орієнтована на закріплення іміджу Лейпцига як міста міжнародних ярмарок (Messestadt) та найбільшого міста в землі Саксонія:

Leipzig ist im Gegensatz zu Dresden und Chemnitz 2021 weiter gewachsen. Mehr als 30.000 Menschen zogen in die Messestadt. Seit 2001 wächst Leipzig stetig. Vor 20 Jahren hatte die Stadt lediglich 480.000 Einwohner.

➔ mdr.de/s/leipzigwaechstweiter

Функції місцевих ЗМІ охоплюють зберігання й архівування подій і згадок про важливі заходи, рішення, зміни у житті [6, с. 7]. Наприклад, повідомлення з екскурсом у діяльність Айзенахського автомобільного заводу, що був заснований

у 1896 році Генріхом Ерхардтом в землі Тюрінгія, є згадкою про довгий період виробництва автомобілів у Німеччині:



В інформаційному просторі MDR питання та події минулого резонують із сьогоденням Німеччини. У 1991 році Айзенахський автомобільний завод було закрито. Втім товариство з обмеженою відповідальністю Opel Eisenach GmbH продовжило традицію автомобілебудування у місті Айзенах. В новинному повідомленні від 7 січня 2022 р. дізнаємося гарну звістку: завод Opel, який на три місяці припинив виробництво через перебої у поставках мікрочіпів, на початку 2022 року відновив роботу:

1.300 Beschäftigte des Opel-Werks in Eisenach haben um ihren Arbeitsplatz gebangt. Vor drei Monaten musste die Produktion eingestellt werden. Die Branche war vom Chipmangel betroffen. Nun sollen bald wieder um die 25 Fahrzeuge pro Stunde über das Band rollen.
➔ mdr.de/s/eisenachopel

Огляду економічних питань та шляхам вирішення економічних проблем приділяється значна увага MDR. Наприклад, новинне повідомлення від 17 січня 2022 р. про підвищення цін на газ, яйця та поштовий збір, а також про податкове полегшення та підтримку від держави спонукає підписників до перегляду відеосюжету з більш детальною інформацією:

Die Preise für Gas, Eier oder Porto sind zum Jahresanfang gestiegen. Es gibt aber auch steuerliche Erleichterungen und mehr Geld vom Staat. Wer könnte am Ende mehr Geld im Portemonnaie haben? Wen treffen die Preissteigerungen besonders hart? Mehr dazu im Video der MDR Umschau.

Пандемія коронавірусної хвороби спричинила в Німеччині погіршення економічної ситуації через зниження міжнародної торгівлі та туризму й призвела до втрати населенням доходів або збережень, про що свідчать результати проведеного опитування, які ми дізнаємося в новинному повідомленні від 18 січня 2022 р.:

MDR – Mitteldeutscher Rundfunk

18. Januar um 12:39

Einer Umfrage zufolge haben 43 Prozent aller Haushalte während der Pandemie Einkommen oder Ersparnisse verloren. Der Sozialverband VdK drängt auf Unterstützung von Pflegebedürftigen und Menschen mit wenig Geld bei der Beschaffung von FFP2-Masken. Gesundheitsminister Lauterbach hat sich gegen ein Impfregister ausgesprochen. Aktuelle Entwicklungen zur Coronavirus-Pandemie hier im Ticker.

В повідомленні від 5 грудня 2021 р. заявлено про необхідність надання фінансової допомоги акторам і бізнесменам у зв'язку із закриттям різдвяних ринків у землі Тюрингія через високий рівень захворюваності – більше 2000 нових випадків коронавірусної хвороби:

Für Schauspieler und Marktleute, deren Geschäft durch die Schließung der Thüringer Weihnachtsmärkte weggebrochen ist, soll es zusätzliche Hilfe geben. In drei sächsischen Landkreisen liegt die Inzidenz über 2000. Alle aktuellen Entwicklungen im Corona-Ticker.

Один з найбільших тематичних блоків „Corona-Ticker“ утворюють повідомлення, присвячені пандемії, вакцинації та новим правилам карантинних обмежень, що впливають на суспільство і життя кожного, викликаючи високий резонанс у підписників. Наприклад, новинне повідомлення від 4 січня 2022 р. про демонстрації в землях Саксонія-Ангальт і Саксонія проти діючих заходів щодо запобігання поширенню вірусу COVID-19, які привели до порушення громадського порядку і травмування поліцейських:

Während die Fallzeiten der COVID 19-Infektionen landesweit ansteigen, haben erneut Tausende in Mitteldeutschland gegen die aktuellen Corona-Maßnahmen protestiert. In Sachsen-Anhalt und Sachsen kam es zu Ausschreitungen, bei denen auch Polizeibeamte verletzt wurden. Mehr erfahren Sie in unserem Corona-Ticker

Тема пандемії COVID-19 є однією з найбільш дискусійних в медійному просторі. Оцінка ситуації здійснюється підписниками через призму їхніх уявлень та переконань про доцільність обмежень. У цьому контексті редакція MDR наголошує на завданні своєї діяльності – незалежному, критич-

ному та об'єктивному інформуванні про розвиток пандемії. Ми б хотіли навести частину тексту коментаря редакції MDR до наведеного вище повідомлення:

Liebe Nutzerinnen und Nutzer,

der Programmauftrag des MDR umfasst Information, Beratung, Bildung und Unterhaltung. Der MDR setzt alles daran, Ihnen umfassende Informationen zu bieten und Sie unabhängig, kritisch und objektiv über alle Entwicklungen zur Corona-Pandemie zu informieren. Das tun wir zum Beispiel mit dem Corona-Ticker, über den wir auch in den sozialen Medien informieren.

Wir können nachvollziehen, dass es sich um ein Thema mit großem Diskussionsbedarf handelt. Grundsätzlich stehen wir in der Kommentarfunktion gern allen Nutzerinnen und Nutzern bei Fragen, bei der Einordnung oder beim Beseitigen von Unklarheiten zur Verfügung.

Оскільки людина постійно перебуває в оточенні текстів, ключовим має стати з'ясування суб'єктно-об'єктних стосунків людини і навколишньої інформації [4, с. 24]. Наведений текст викресталізовує завдання діяльності телерадіокомпанії на сторінці у Facebook – інформування, консультування, просвітництво та розважальність.

ЗМІ відіграють велику роль у процесах формування національної свідомості. Реалізуючи свої функції, вони виступають потужним засобом повернення суспільства до своїх базових цінностей, ідентичних й адекватних уявленням, звичаям, традиціям, менталітету, багатовіковому культурно-історичному досвіду народу [1, с. 6]. Наприклад, новинне повідомлення-анонс від 16 січня 2022 р. та епізод „Der Osten – Entdeckte wo du lebst“, що пропонують підписникам ознайомитися з епохою діяльності студії анімаційних фільмів DEFA у місті Дрезден, містять інформацію історичної цінності:

Fast 2.000 Filme entstehen zwischen 1955 bis 1992 im Trickfilmstudio der DEFA in Dresden. Verkauft werden sie in mehr als 100 Länder. Wie die Geschichten entstanden und wer hinter den Kulissen an den Kinderträumen arbeitet, erfahren Sie in der neuen Episode „Der Osten – Entdeckte wo du lebst“.

➡ mdr.de/s/defatricksfilme

В передріздвяний та різдвяний період було представлено добірку різдвяних фільмів та мультфільмів, які передають святкову атмосферу та гарний настрій. Наприклад, повідомлення від 22 грудня 2021 р. із анонсом фільмів-казок для всієї сім'ї:

Mit diesen drei wundervollen Märchen für die ganze Familie lohnt es sich auch Heiligabend auch mit Gebärdensprache, Untertiteln und Audiodeskription in der Mediathek. Lust auf noch mehr Märchen? Hier lang: ➔ mdr.de/s/maerchenindermediathek



Різдво Христове – свято, до якого німці ставляться дуже трепетно і консервативно, шануючи Різдвяні традиції та старі добрі фільми. Норвежська екранізація популярної зимової казки «Три горішки для Попелюшки» викликала обурення у багатьох підписників сторінки MDR (MDR-Facebookfans), про що ми дізнаємося в новинному повідомленні від 19 січня 2022 р.:

Die norwegische Neuverfilmung des beliebten Wintermärchens „Drei Haselnüsse für Aschenbrödel“ hat auch die Gemüter vieler MDR-Facebookfans erregt. Die teils heftigen Reaktionen gingen nicht an der Hauptdarstellerin und Popsängerin Astrid S. vorbei. ➔ mdr.de/s/astrids



Текст повідомлення включає в себе уривок коментаря виконавиці головної ролі Astrid S., в якому вона роз'яснює, що нова версія казки не замінює оригінал, а скоріше є способом її пошанувати – „Es ist eher eine Hommage.“

Діяльність електронних ЗМІ активізується в аспекті розважальності [4, с. 6]. Розважальний

контент, який формує важливий напрямок інформаційної діяльності у Facebook, містить культурно-ціннісну складову і покликаний розважати аудиторію. Святкування Різдва тільки-но закінчилося, а в тексті повідомлення від 25 січня 2022 р. дізнаємося інформацію про фірму Nestler, що знаходиться в регіоні Рудні гори (Erzgebirge) землі Саксонія, виробляє відомі пасхальні яйця з картону (Papp-Ostereier) та вже розпочала підготовку до свята Пасхи:

Kaum ist das Weihnachtsfest vorbei, da wird im Erzgebirge bereits für das Osterfest produziert. Die Firma Nestler stellt die Papp-Ostereier her, die viele von uns noch aus der Kindheit kennen.

В наступному повідомленні йдеться про успішний проект на YouTube – серіал „7 vs. Wild“:

Warum ist das Outdoor-YouTube-Format „7 vs. Wild“ so erfolgreich? Unsere Autorin meint: Weil es unvorhersehbar ist und sich viele Zuschauer fragen, ob Sie selbst auch jenseits der warmen Wohnung überleben könnten. Haben Sie das Format schon gesehen? Mehr dazu hier:

mdr.de/s/erfolgvon7vswild



Фото та коментар, які слідує після тексту новинного повідомлення, демонструють реальні умови проживання, а точніше виживання учасників проекту протягом 7 днів серед дикої природи Швеції, що визначило високу популярність серіалу.

Із так званими „Schnapszahl“-Daten – дзеркальними датами 2.2.22 та 22.2.22 пов'язані великі сподівання, надії на щасливе майбутнє та бажання багатьох пар укласти шлюб саме в ці дні, що зумовило ажіотаж в багатьох державних органах із реєстрації актів громадянського стану:

Hochzeitstermine an „Schnapszahl“-Daten sind beliebt. In vielen Standesämtern herrscht an diesen Tagen Hochbetrieb.

➔ mdr.de/s/heiratstermine

Новинні повідомлення, які транслюють розважальний контент, спрямовані на інформування та більшою мірою на задоволення потреб підписників у відпочинку та емоційній розрядці.

Висновки з дослідження. Основними завданнями діяльності німецької телерадіокомпанії MDR на сторінці у Facebook є інформування, консультування, просвітництво та розважальність. В новинних повідомленнях MDR інформує про події в країні та регіоні, політичні та громадські заходи. Новинне повідомлення в межах соціальної мережі Facebook ми розглядаємо як інформаційну новину, текст якої складається з максимально

чотирьох речень і характеризується інформаційною насиченістю.

Функціями регіональних ЗМІ, до яких ми відносимо телерадіокомпанію MDR, є: створення локального інформаційного простору, постачання контенту для загальнодержавних ЗМІ, формування іміджу та брендів регіонів, їхнього культурного та промислового позиціонування. Функції місцевих ЗМІ охоплюють також зберігання й архівування подій і згадок про важливі заходи, рішення, зміни у житті. В інформаційному просторі Facebook MDR висвітлює економічні, соціальні, культурні та духовні процеси в суспільстві та в країні.

Список літератури:

1. Ангелова Д. О. Засоби масової інформації як об'єкт культурної політики держави : автореф. дис. роботи на здобуття ступеня «магістр»: спец. 281 «Публічне управління та адміністрування». Миколаїв, 2019. 14 с.
2. Венгер І. Рационалізація інформаційної діяльності місцевих державних адміністрацій. *Інноваційні технології в менеджменті та публічному управлінні* : зб. тез доп. наук.-практ. конф. (м. Тернопіль, трав. 2017 р.). Тернопіль, 2017. С. 43–47.
3. Карлова В. В. Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07kvvunc.htm> (дата звернення: 25.12.2021).
4. Косяк О. М. Розважальна функція електронних засобів масової комунікації: світовий контекст та національні особливості : дис. ... канд. філол. наук: 10.01.08 / Львівський національний університет ім. Івана Франка. Львів, 2005. 214 с.
5. Максимович М. Новинарна фотографія у сучасній журналістиці: види та особливості. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Журналістика. Львів, 2021. № 1 (1). С. 7–14.
6. Русиняк А. І. Регіональні ЗМІ в політичній системі України: політологічний аналіз : автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00.02. Львів, 2021. 21 с.

Bezzubova O. O. FUNCTIONS OF INFORMATION ACTIVITY OF THE GERMAN TV AND RADIO COMPANY IN FACEBOOK

Mass media activity is oriented to satisfaction of information needs i.e., giving access to information, information sharing, and regulating data exchange in society. Mass media information activity in electronic communicative space allows to cover broad target audience. The research is aimed at defining the functions of information activity of TV and radio company MDR in Facebook social network. Relevance of research is specified by the urgent character of mass media information activity as well as realization of mass communication within social networking sites. The German TV and radio company MDR, which broadcasts news to the states of central Germany with the help of Facebook web-page news items, informs general public about the events in the country and region, social events, political and public activities. By news item we understand a piece of news that consists of a maximum four sentences and is characterized by information richness.

Functions of regional mass media, including the TV and radio company MDR, in the light of their interaction with external environment involve: creation of local information space with simultaneous engagement of local residents; supply of content to the national mass media; formation of image and brands of regions, their cultural and industrial positioning. Local mass media functions involve also archiving and storing of events as well as references to important activities, decisions, and life changes.

MDR gives publicity to economic, social, cultural, and spiritual processes in society and the country as a whole. Moreover, the issues and events of the past of Germany resonate with country's present within information space of MDR. Mass media play a great role in the process of national consciousness formation. Mass media, through the process of their functions' realization, act as a powerful means of turning society to its basic values that are similar and adequate to the concepts, customs, traditions, mentality, and centuries-long cultural and historic experience of the nation. The activity of electronic media becomes more intense in the aspect of entertainment. Entertainment content, which forms an important direction of MDR information activity in Facebook, contains a cultural and value-based component and is meant to entertain audience.

Key words: mass communication, mass media, functions of information activity, social networks, news item, text.

Бірюкова Д. В.

Університет митної справи та фінансів

Щербицька В. В.

Університет митної справи та фінансів

СПЕЦИФІКА ТЕМПОРАЛЬНОГО АРАНЖУВАННЯ АНГЛОМОВНИХ ПЕСТЛИВИХ ТЕКСТІВ ДЛЯ ДІТЕЙ

Стаття присвячена розгляду темпоральної специфіки оформлення англомовних пестливих текстів для дітей. У статті схарактеризовано особливості використання видо-часових форм дієслів, з'ясована значущість лексико-темпоральних засобів. Розвідка спрямована на характеристику своєрідності функціонування та частотності використання засобів вираження сприйняття темпоральності в англомовних пестливих текстах для дітей. Об'єктом дослідження послуговували англомовні пестливі тексти для дітей, а предметом – особливості темпоральної організації, що актуалізуються у цих текстах. Мета наукової роботи – характеристика аранжування внутрішніх та зовнішніх прийомів вербалізації темпоральної мережі англомовних пестливих текстів для дітей.

У літературі для дітей дитина виступає об'єктом, споживачем текстового продукту, створеного не нею самою, а кимось для неї. Виокремлюються ігрові та неігрові тексти, де перші вбирають у себе пестливі (колискові пісні, пестощі, докучні казки) та потішні (втішки, дражнилки, мирилки, небилиці, перевертні) тексти; а другі – розважальні (заклички, приказки, лічилки, ігрові пісні, скоромовки, приспівки, мовчанки, виверти, екшен-вірші, загадки). Пестливі тексти – це невід'ємний складник менталітету, історії та культури будь-якого народу чи нації. Саме такі тексти першими формують картину світу людини, мотивують її ставлення до навколишнього середовища, визначають поведінку на майбутнє.

У статті з'ясовано, що продуктивним засобом вираження часових відношень є граматичний час, який співвідносить дію з моментом мовлення. Темпоральна мережа англомовних пестливих текстів для дітей у актуалізується переважно видо-часовою формою Present Simple. Видо-часова форма Past Simple маніфестується значно рідше в англомовних пестливих текстах, зображуючи завершеність подій у минулому, темпоральну орієнтацію, що формує часові межі та хронологізує події. Видо-часова форма Future Simple у функції передбачення / прогнозування дій є найменш вживаною серед часів системи індефініт. Маловласливими англомовним пестливим текстам для дітей є континуумні та перфектні видо-часові форми. Зовсім невластивими є часи перфект-континууму через когнітивну неготовність дитячої свідомості до сприйняття складної часової лабілізації. У роботі зазначено, що лексичні засоби темпоральності репрезентуються прислівниками частоти, поєднаннями прикметника з іменником, синтаксичними конструкціями із сполучниками часу.

Ключові слова: видо-часові форми, дитяча література, пестливий текст, текст, текст для дітей, темпоральна мережа.

Постановка проблеми. Дитинство – це невід'ємна частина образу життя та культури кожного окремого взятого народу та людства в цілому. Починаючи з перинатального періоду, на психічний та фізичний розвиток дитини впливає те соціальне середовище, у якому вона на цей момент перебуває.

Дитяче світосприйняття детерміновано низкою соціальних факторів. У ранньому дитинстві найбільш впливовою на формування світосприйняття дитини, на відношення до світу

є сім'я. Характер цього впливу зумовлений мовленнєвою та немовленнєвою діяльністю дорослих [6, с. 120], системою виховання, психологічною обстановкою у сім'ї та іншими факторами. Саме у сім'ї формується неповторний соціальний розвиток, який і визначає індивідуальні особливості дитини, її інтелектуальний та особистісний потенціал [12, с. 120]. Дитина не лише член певної соціальної групи, але й представник конкретного національно-культурного суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як відомо, у другій половині ХХ ст. у вітчизняній психолінгвістиці був зроблений суттєвий стрибок у вивченні особливостей дитячого мовлення. Дослідження проводились, головним чином, у таких напрямках: аналіз фонетичних, граматичних та лексико-семантичних особливостей дитячого мовлення; розкриття особливостей засвоєння дитиною граматичних категорій; виявлення та опис індивідуальних дитячих лексиконів та інше. Інтерес до вивчення англomовної дитячої літератури посилюється у багатьох дослідженнях і в останнє десятиліття: Л. Герасимів [3], А. Кузьменко [8], О. Наконечна [11], А. Цапів [13] та ін.. Однак, розвідки не мали на меті простежити темпоральну мережу англomовних пестливих текстів для дітей.

Постановка завдання. Об'єктом дослідження послуговували англomовні пестливі тексти для дітей, а предметом – особливості темпоральної організації, що актуалізуються у цих текстах. Мета наукової роботи – характеристика аранжування внутрішніх (видо-часові форми дієслів) та зовнішніх (лексичні одиниці) прийомів вербалізації темпоральної мережі англomовних пестливих текстів для дітей. Мета зумовила такі задачі: визначити домінантні видо-часові форми дієслів та лексичні одиниці на позначення темпоральності, а також простежити їх функціонування.

Виклад основного матеріалу. Протягом останнього часу наукові розвідки збагачуються тлумаченням дискурсу з різних поглядів – етнографія, лінгвістика, психологія, соціологія, філософія. Н. Д. Арутюнова: «Дискурс (з франц. *discours* – мовлення) – зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами, текст узятий у понятійному аспекті; мовлення, що розглядається як цілеспрямоване соціальне дійство, як компонент, що бере участь у взаємодії людей та механізмах їх свідомості (когнітивних процесах). Дискурс – це мовлення, «що занурене у життя» [1, с. 136-137]. Погоджуючись з Д. В. Красних, дискурс – «вербалізована мовленнєвомисленнєва діяльність, що включає у себе не лише власне лінгвістичні, але й екстралінгвістичні компоненти», а текст – «елементарна (тобто базова, мінімальна та основна) одиниця дискурсу», й «текст у такому розумінні – явище не лише лінгвістичне, але й екстралінгвістичне» [6, с. 190]. Д. Х. Баранник визначає текст як писемний або усний мовленнєвий масив, що становить лінійну послідовність висловлень, об'єднаних

у ближчій перспективі смисловими і формально-граматичними зв'язками, а в загальнокомпозиційному, дистантному плані – спільною тематикою і сюжетною заданістю [2].

Таким чином, сприймаючи текст, реципієнт через вербалізовану форму усвідомлює комунікаційну цілеспрямованість, внутрішню логіку й значення тексту.

У жанрі дитячої літератури слід розрізняти дві категорії – літературу дітей і літературу для дітей. Суб'єктом *літератури дітей*, її творцем виступає сама дитина. У цьому випадку вона є літературою, «створеною безпосередньо дітьми; до неї належать різні жанри фольклору, а також перші спроби пера юних початківців» [4, с. 203]. Дуже часто такі тексти не мають конкретного авторства, тобто є анонімними, що вказує на їхнє фольклорне походження. У випадку *літератури для дітей* дитина виступає об'єктом, споживачем текстового продукту, створеного не нею самою, а кимось для неї. До таких продуктів належать «художні, науково-популярні та публіцистичні твори, написані письменниками для молодшого читача різних вікових категорій, починаючи з дошкільнят» [4, с. 409].

А. О. Кузьменко класифікує дитячу літературу з погляду відношення до гри та текстового функціоналу. Так, вчена виокремлює ігрові та неігрові тексти, де перші вбирають у себе пестливі (колискові пісні, пестощі, докучні казки) та потішні (втішки, дражнилки, мирилки, небилиці, перевертні) тексти; а другі – розважальні (заклички, приказки, лічилки, ігрові пісні, скоромовки, приспівки, мовчанки, виверти, екшен-вірші, загадки) [8].

Пестливі тексти – це невід'ємний складник менталітету, історії та культури будь-якого народу чи нації. Саме такі тексти першими формують картину світу людини, мотивують її ставлення до навколишнього середовища, визначають поведінку на майбутнє.

Продуктивним засобом вираження часових відношень є, перш за все, граматичний час, який співвідносить дію з моментом мовлення. Відношення між моментом дії та моментом мовлення може мати різний характер: дія може збігатися з моментом мовлення, передувати йому або відбуватися після нього [8].

Найбільш актуалізованими в англomовних пестливих текстах для дітей є індефінітні *видо-часові форми*, які репрезентують 3 сфери – теперішнє, минуле та майбутнє неозначене, що загалом становить 77% цих текстів. Характерною особливістю неозначеності є вираження факту

події без вказівки на доконаність або на процесуальність дії.

Темпоральна мережа англомовних пестливих текстів для дітей у більшості випадків ґрунтується на видо-часовій формі Present Simple, що складає близько 2/3 усіх використаних часових форм індефінітного виду. Подібне віддзеркалює розмовний стиль та збереження традиційності мови [9, с. 319]:

I have no name
I am but two days old. –
What shall I call thee?
I happy am
Joy is my name, –
Sweet joy befall thee!
Pretty joy!
Sweet joy but two days old,
Sweet joy I call thee;
Thou dost smile.
I sing the while
Sweet joy befall thee.

Для дитячої свідомості функціонування Present Simple зводиться до перманентності (повторюваності) подій, зображення побутових дій, які виконуються переважно власне дитиною або близьким оточенням (батьки, родина).

Видо-часова форма Past Simple маніфестується значно рідше – 20 % текстів. Ініційована функція в англомовних пестливих текстах – завершеність подій у минулому, темпоральна орієнтація, що формує часові межі та хронологізує події. Розглянемо:

Amazing grace, how sweet the sound
That saved a wretch like me
I once was lost, but now am found
Was blind, but now I see
Was grace that taught my heart to fear
And grace, my fears relieved
How precious did that grace appear
The hour I first believed
Through many dangers, toils and snares

Видо-часова форма Future Simple вживається у 3% речень з метою передбачення / прогнозування дій:

Mama tells stories at close of day,
Mama will kiss all your tears away;
Daddy's gone a'hunting
Mummy's gone a'milking
Sister's gone a'silking
Brother's gone to buy a skin

Маловластивими англомовним пестливим текстам для дітей є континуумні (Present Continuous, Past Continuous, Future Continuous) та перфектні (Present Perfect, Past Perfect) видо-часові форми.

Часові форми континууму наявні менш, ніж у 3% англомовних пестливих текстах для дітей. Переважно представником континууму у таких текстах є Present Continuous. Пор.:

Sleep, little boy,
Sleep, for I am watching you.
God, give you much luck
In this lying world.

Випадки використання Future Continuous та Past Continuous можна назвати радше виключенням, аніж характерною рисою для цих текстів. Поодиноким трапляється вживання Present Perfect та Past Perfect:

Close your eyes
Have no fear
The monster's gone
He's on the run and your daddy's here
Beautiful, beautiful, beautiful
Beautiful boy
Beautiful, beautiful, beautiful
Beautiful boy

Зовсім невластивими є часи перфект-континууму. Подібне пояснюється не готовністю свідомості / когніції дитини сприймати складні часові лаколізації, оскільки ці видо-часові форми є трисдинством «витік-тривалість-передбачення».

Окрім внутрішнього (видо-часових форм) прояву темпоральності, англомовним пестливим текстам властиві й зовнішні, до яких належать лексичні засоби. Лексичні засоби темпоральності – це слова й словосполучення з темпоральною семантикою [8]. В англомовних пестливих текстах для дітей актуалізації набувають прислівники *never*, *always*, *often* та ін.:

You'll always be a part of me.
Goodnight, my angel, now it's time to dream,
And dream how wonderful your life will be.
Someday your child may cry,
and if you sing this lullaby,
Then in your heart there will always be
a part of me.

Someday we'll all be gone,
But lullabies go on and on,
They never die,
That's how you and I will be.

Частотність дії може бути представлена поєднанням «прикметник + іменник»: *every day* / *every evening* / *every night*:

Every day in every way, it's getting better and better
Beautiful, beautiful, beautiful
Beautiful boy
Beautiful, beautiful, beautiful
Beautiful boy

Out on the ocean sailing away
I can hardly wait
To see you come of age

Трапляються випадки лексичного вираження темпоральності на позначення тривалості дії *whole night, all day*, а також моменту перебігу події *in the midday sun, when the stars are bright* й т. ін.:

In Winter I get up at night
And dress by yellow candle light.
In Summer, quite the other way,
I have to go to bed by day.
I have to go to bed and see
The birds still hopping on the tree,
Or hear the grown-up people's feet
Still going past me in the street.
And does it not seem hard to you,
When all the sky is clear and blue,
And I should like so much to play,
To have to go to bed by day?

Доволі активно в англомовних пестливих текстах для дітей презентуються події, які відбуваються у часовому континуумі «ранок – день». Часовий проміжок може бути уточнено в описовий спосіб цілими (підрядними) реченнями, що вводяться сполучниками *when* та *until*:

Rock-a-bye baby
On the tree tops,
When the wind blows
The cradle will rock.
When the bough breaks
The cradle will fall,
And down will come baby
Cradle and all.

Загалом темпоральна мережа англомовних пестливих текстів для дітей побудована переважно на видо-часовій формі теперішнього неозначеного. Натомість тривалі (теперішнє, минуле, майбутнє) та dokonані (теперішнє, минуле) є маловживаними, а dokonано-тривалі взагалі нехарактерними.

Висновки і пропозиції. Таким чином, можна зробити висновок про те, що продуктивним засобом вираження часових відношень є, перш за все, граматичний час, який співвідносить дію з моментом мовлення. Темпоральна мережа англомовних пестливих текстів для дітей у актуалізується переважно видо-часовою формою Present Simple. Видо-часова форма Past Simple маніфестується значно рідше в англомовних пестливих текстах, зображуючи завершеність подій у минулому, темпоральну орієнтацію, що формує часові межі та хронологізує події. Видо-часова форма Future Simple у функції передбачення / прогнозування дій є найменш вживаною серед часів ісистеми індефініт. Маловластивими англомовним пестливим текстам для дітей є континуумні та перфектні видо-часові форми. Зовсім невластивими є часи перфект-континууму через когнітивну неготовність дитячої свідомості до сприйняття складної часової лаколізації. Лексичні засоби темпоральності репрезентуються прислівниками частоти, поєднаннями прикметника з іменником, синтаксичними конструкціями із сполучниками часу.

Перспективним вбачаємо простежити синтаксичну та стилістичну своєрідність англомовних пестливих текстів для дітей.

Список літератури:

1. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. М. : «Наука». 1988. 341 с.
2. Баранник Д. Х. Текст. Українська мова: Енциклопедія. К. : Наук. думка, 2000. С. 627.
3. Герасимів Л. Я. Комунікативна ситуація звинувачення / виправдання в англомовних художніх текстах для дітей : дис. к. філол. н. 10.02.04. Германські мови. Івано-Франківськ – Херсон. 2019. 273 с.
4. Гром'як Р. Т. Літературознавчий словник-довідник. К. : Академія, 2007. 752 с.
5. Дудик П. С. Стилїстика української мови. Навчальний посібник. К. : Академія, 2005. 368 с.
6. Красных Д. В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность. М. : Изд-во: Диалог – МГУ, 1998. 352 с.
7. Кубрякова Е. С. Данные о детской речи с общелингвистической точки зрения. Детская речь как предмет лингвистического изучения. Л. : ЛГПИ, 1987. С. 34–48.
8. Кузьменко А. О. Лінгвоспецифічні властивості інфантичних віршованих текстів (на матеріалі англомовних творів для дітей дошкільного віку). Дис. ... к. філол. н. 10.02.04. Германські мови. Запоріжжя. 2017. 290 с.
9. Кучма З. "Passé Simple" у французькому пісенному тексті. Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство). Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2009. Вип. 81 (3). С. 319–322.
10. Ліпівська О. М. Етнокультурні особливості англійських фразеологізмів із темпоральним компонентом. Сучасні напрями лінгвістичних досліджень міжкультурної комунікації та методики викладання іноземних мов. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2012. С. 248–251.
11. Наконечна Ю. С. Мовні засоби концептуалізації світу в англомовних віршованих творах для дітей : дис. к. філол. н. 10.02.04 Германські мови. К., 2012. 255 с.

12. Разорина Л. М. Семья как социальная среда и как социальная ситуация развития. Семья в изменяющемся мире. М. : 1994. С. 5–49.

13. Цапів А. В. Казка як жанр літератури для дітей: текст-типологічне дослідження. Закарпатські філологічні студії. Ужгород. 2018. Вип. 3. Т. 2. С. 58–63.

Biriukova D. V., Shcherbytska V. V. SPECIFICITY OF TEMPORAL ARRANGEMENT OF ENGLISH-LANGUAGE AFFECTIONATE TEXTS FOR CHILDREN

The article deals with the investigation of the temporal specifics of the English-language affectionate texts for children. The article characterizes the peculiarities of the use of species-temporal forms of verbs, clarifies the importance of lexical and temporal means. The research is aimed at characterizing the uniqueness of functioning and frequency of expressive means use as for the perception of temporality in the English-language affectionate texts for children. The object of the study is the English-language affectionate texts for children, and the subject is their features of temporal organization. The purpose of scientific work is to characterize the arrangement of internal and external methods of verbalization of the temporal network of the English-language affectionate texts for children.

A child is an object, a consumer of a text product in children's literature. The texts are created not by the child but by someone for him. Game and non-game genres of the texts are distinguished, where the former include affectionate (lullabies, caresses, annoying fairy tales) and amusing (consolations, teasers, fables, werewolves) texts; and the second ones are entertaining (calls, proverbs, counters, game songs, colloquialisms, refrains, silences, tricks, action poems, riddles). Affectionate texts are an integral part of the mentality, history and culture of any nation. Such texts are the first to form a picture of the human world, motivate its attitude to the environment, determine behaviour for the future.

The article shows that the productive means of expressing temporal relations is grammatical tense, which correlates the action with the moment of speech. The temporal network of the English-language affectionate texts for children is structured mainly by the present-time form – Present Simple. The form Past Simple is manifested much less frequently in the English-language affectionate texts, depicting the completion of events in the past, temporal orientation, which forms time limits and chronologizes events. Future Simple for prediction is the least used among the tenses of the Indefinite system. Continuous and Perfect forms are uncharacteristic of the English-language affectionate texts for children. Perfect Continuous tenses are completely uncharacteristic because of the cognitive unpreparedness of the child's consciousness for the perception of complex temporal localization. The paper notes that the lexical means of temporality are represented by adverbs of frequency, combinations of adjectives with nouns, syntactic constructions with conjunctions of time.

Key words: temporal forms, children's literature, affectionate text, text, text for children, temporal network.

УДК 81'42:82-1/-9:004.77](045)
DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.1-1/19>

Борковська І. П.

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Карачун Ю. Г.

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

КРИТЕРІЇ ТА КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЖАНРУ «ПЕРСОНАЛЬНИЙ БЛОГ»

Статтю присвячено дослідженню критеріїв та комунікативно-прагматичним особливостям жанру «персональний блог». Здійснено теоретичний аналіз нового стилю в мові – стилю інтернет-спілкування та відзначено, що інтернет є жанроутворювальним середовищем, який сприяє виникненню нових жанрів – інтернет-жанрів. Аргументовано необхідність вивчення жанрів Інтернету, що зумовлено особливостями сучасного суспільства, в якому зроблено акцент на реалізацію особистості через власний блог на різних платформах Інтернету. З'ясовано типологію жанрової системи Інтернету та виокремлено окрему групу жанрів – персональний інтернет-дискурс. Один із жанрів, який досліджено у роботі – персональний блог на платформі Інстаграм, який трактується як типова модель мовної дії комунікативного характеру, що служить для реалізації інтенцій адресанта за допомогою мовних засобів, опосередкованих електронним каналом.

Ураховуючи критерій суворості викладу інформації, критерій офіційність/неофіційність спілкування, критерій ступеня інформативності і презентаційний критерій, проаналізовано персональний блог Грети Тунберг, як однієї з найвпливовіших підлітків сучасного світу, яка піднімає гострі питання екологічного характеру. Зважаючи на мобілізаційний потенціал блогу та ураховуючи тематику і зміст постів Грети Тунберг було зазначено, що цей блог відповідає вимогам критерію з високим ступенем суворості викладу інформації. Стандарт суворості жанру також забезпечується включенням посилань-інструкцій та хештегів, які присутні у більшості повідомлень досліджуваного блогу. Щодо критерію офіційність/неофіційність спілкування, встановлено, що оскільки пости досліджуваного жанру містять директиви покрокового алгоритму дій, вони переважно характеризуються офіційністю спілкування. Критерій ступеня інформативності дозволив типізувати тексти блогу за їх прагматичною спрямованістю, тобто за наявністю суспільно-значущої інформації, оскільки інтернет-спілкування в досліджуваному блоці переслідує мету надати повідомленню максимальної інформативності. Презентаційний критерій констатував наявність в текстах блогу ознак самопрезентації автора тексту, спроб як навмисної так і ненавмисної демонстрації власної особи з метою впливу на читача.

Ключові слова: стиль інтернет-спілкування, комунікація в Інстаграм, жанрова система Інтернету, класифікація жанрів, самопрезентація автора, прагматика тексту.

Постановка проблеми. Аналіз наукових праць свідчить, що інтерес науковців до питань, пов'язаних з інформаційним способом життя невіддільно зростає. Актуальність дослідження обумовлена тим, що розширюється коло проблем, пов'язаних з процесами передавання та сприйняття інформації у власному блоці на платформі Інстаграм. До того ж, жанрові особливості та канал комунікації впливають на форму самопрезентації автора блогу, тим самим формуючи нові способи самовираження особистості та її особистіс-

ної позиції в мережі. Проведений аналіз джерел з даної проблеми свідчить про складність і багатоаспектність даної проблеми. Одним з недостатньо вивчених у цій області питань є виявлення моделі комунікативної поведінки в соціальній мережі Інстаграм, самопрезентації автора персонального блогу під час інтернет-спілкування з метою впливу на читача.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на велику кількість досліджень жанрів персонального інтернет-дискурсу, про-

довжує залишатися актуальною необхідність лінгвістичного вивчення текстів жанру «Персональний блог» в силу їхнього різноманіття. Спілкування в Інтернеті досліджується вченими в декількох напрямках: психологічному, філософському, комунікаційному, медіалінгвістичному і жанровому. Персональний блог, що виконує інформаційну, пізнавальну та, найголовніше, впливову функцію на загальнодоступній платформі Інстаграм індивідуального авторства, вивчення мовних особливостей цієї розповсюдженної форми інтернет-комунікації став об'єктом досліджень у різних галузях науки такими вченими, як Гудзь Н. О., Галичкіна О. М., Горошко О. І., Землякова О. О., Кокарча Ю. А., Немеш О. М., Шипіцина Л. Ю. та ін.

Постановка завдання. Об'єктом дослідження є персональний блог у мережі Інстаграм як жанр персонального інтернет-дискурсу. Предметом дослідження виступають критерії та комунікативно-прагматичні особливості жанру «Персональний блог». Мета статті полягає в тому, щоб вивчити жанрову динаміку текстотворення в персональному блоці на платформі Інстаграм, а також визначити критерії та описати комунікативно-прагматичні характеристики блогу.

Для досягнення поставленої мети потрібно було вирішити такі завдання: визначити поняття «Персональний блог» і встановити його місце в системі жанрів інтернет-комунікації; виявити й описати характеристики інтернет-жанру – персонального блогу, представленого на платформі Інстаграм; визначити критерії та описати прагматичні та стилістичні параметри жанру персонального блогу. Матеріалом дослідження слугував контент персонального блогу публічної особистості Грети Тунберг розміщеного в Інстаграм.

Виклад основного матеріалу. Функціональні стилі характеризуються внутрішньо стильовою варіативністю, яка може бути відображена у вигляді парадигми: функціональний стиль – жанр, тобто функціональному стилю відповідають певні жанри, зміст яких носить індивідуальний характер.

З виникненням нових технічних комунікаційних засобів стали активно з'являтися і розвиватися нові жанри, нові правила жанрово-стилістичної організації мови і мовної поведінки, які характеризують новий стиль в мові – стиль інтернет-спілкування. Зокрема, багато дослідників (Горошко О. І., Шипіцина Л. Ю., Кузьміна В. Є.) відзначають, що інтернет є своєрідним жанроутворювальним середовищем, який сприяє інтен-

сивному розвитку жанрів взагалі і виникненню нових жанрів – інтернет-жанрів [3, с. 117].

Про формування нового стилю – стилю інтернет-спілкування свідчить цілий ряд особливостей. Найбільш значущими з них є наступні: прагнення до емоційного наповнення тексту, комп'ютерний сленг, елементи якого переходять в загальноповсюджену лексику, різноманітні скорочення.

Науковці характеризують новий стиль як суму мовних рис, які закріпилися у текстах у вигляді специфічної структури, характерної лексики і синтаксису з певними принципами відбору мовних засобів [1, с. 13]. Існує думка про остаточне закріплення нового функціонального стилю в сучасній англійській мові, однак ми вважаємо, що формування стилю інтернет-спілкування досить ще триває, продовжується інтенсивне накопичення мовних рис і засобів, змінюються та виробляються правила їх використання, відбувається систематизація стильових засобів. Наразі існує велика кількість робіт, де розробляються класифікації жанрів Інтернет-спілкування, що є вагомою підставою для того, щоб стверджувати про розвиток окремого функціонального стилю інтернет-спілкування.

З огляду на тенденції опису жанрів інтернет-спілкування, повністю погоджуємось із думкою окремих дослідників про типологію жанрової системи Інтернету, яку можна представити таким чином: сайт; блог; соціальна мережа; електронна бібліотека; жанри електронного листа, форуму, чату, дошки оголошень, рекламного банеру, віртуальної конференції; жанри миттєвого обміну повідомленнями [6, с. 11].

Оскільки всі мережі Інтернету пропонують великі можливості для спілкування, дослідниками виокремлюється окрема група жанрів – персональний інтернет-дискурс, який представлений наступними комунікативними інтернет-жанрами: персональний сайт, персональний блог, соціальна мережа та інтернет-коментар [10, с. 57]. Отже, персональний блог є одним із жанрів Інтернет-спілкування і персонального інтернет-дискурсу, а Інстаграм є однією з найпопулярніших і найвпливовіших платформ для ведення блогів.

Беручи до уваги різноманітні позиції у дефініції жанру інтернет-спілкування [11, с. 172; 5, с. 4], багатомірність комунікативного процесу в Інтернеті, його прагматичну, медійну і мовну природу, хочемо висловити наше бачення щодо визначення персонального блогу: персональний блог, як жанр Інтернет-комунікації, – це типова модель мовної дії комунікативного характеру,

яка служить для реалізації інтенцій адресанта за допомогою певних мовних засобів, опосередкованих електронним каналом.

Персональний блог в Інстаграм дає змогу висловити своє особисте ставлення до будь-яких проблем: від внутрішніх до проблем всесвітнього масштабу. Цьому свідчить величезна кількість блогів, присвячених подорожам, відпочинку, різноманітним маркетинговим дослідженням, що отримані з персонального досвіду авторів блогу.

Ми розглянемо персональний блог в Інстаграм однієї з найвпливовіших підлітків сучасності Грети Тунберг, яка бореться за те, щоб уряд став активніше вживати заходів по боротьбі зі зміною клімату. Базуючись на дослідженні науковців щодо типологізації жанрів текстів персонального блогу [2, с. 58–63], проаналізуємо блог Грети Тунберг, ураховуючи чотири критерії, а саме: критерій ступеня суворості викладу інформації, критерій офіційності/неофіційності спілкування, критерій ступеня інформативності і презентаційний критерій.

1. *Критерій ступеня суворості викладу інформації.* Ураховуючи тематику і зміст постів Грети Тунберг цей блог відповідає вимогам стандарту критерію високого ступеню суворості викладу інформації. Жанри з такою характеристикою представлені в блогах з постами-інструкціями, постами-списками, порадами-заборами, консультаціями.

Зважаючи на мобілізаційний потенціал соціальних мереж, які є платформою для впливу і розповсюдження різноманітної інформації [7, с. 18], у своїх постах Грета піднімає важливі питання: охорона і захист лісів, несправедливе поширення вакцин залежно від рівня доходу країни, кліматична та екологічна кризи, недостатня обізнаність або забобони щодо аутизму та інші.

Висока ступінь суворості жанру також забезпечується включенням посилань-інструкцій та хештегів, які присутні у більшості постах-інструкцій досліджуваного блогу: *Save The Children! My generation, and those coming after, are the future. We deserve to be fought for. We deserve climate justice, social justice and equity.* @savethechildren.

2. *Критерій офіційності / неофіційності спілкування.* Якщо пости жанру персонального блогу містять інструкції, поради, заборони, які дають вказівки користувачам щодо вирішення певної проблеми або містять директиви покрокового алгоритму дій, такі жанри відносяться до критерію – офіційності спілкування.

У багатьох своїх постах Грета дає інструкції та поради. Наприклад, вказуючи на відмову ЄС виконувати свої обіцянки щодо Паризької угоди, вона дає посилання для отримання більш детальної інформації щодо цього повідомлення у своєму пості: *Fossil gas and burning trees for energy will play key part in the EU's so-called "Green Deal". A leak shows that the EU is surrendering to lobbyists – giving up on fulfilling their promises and on the Paris Agreement. Link in bio.*

В одному із постів авторка повідомляє про проведення концертів *Climate Live*, присвячених екологічним проблемам. Для залучення та розширення нової аудиторії Грета дає інструкції, як можна приєднатися до такої події: *Climate Live is a series of grassroots concerts for climate justice organised by young activists The concerts aim to use music to engage, educate and empower a new audience to put pressure on world leaders to act against the climate crisis. Find out more at climatelive.se and climatelive.org @climatelive2021 @climatelivesw*

Концентруючись на головній темі свого блоку – вирішенні кліматичної кризи, Грета піднімає питання гендерної нерівності. Звертаючи увагу на те, що жінки все ще не мають рівних прав з чоловіками, авторка блогу, підсилюючи своє повідомлення хештегом, закликає поздоровити їх і у такий спосіб підтримати жінок: *There can be no social or climate justice without gender equality. On #InternationalWomensDay we highlight the fact that women still aren't treated as equal to men. This fight hasn't yet been won. So save your celebrations and congratulations and support women on the frontlines of society worldwide.*

Як бачимо, інструктивність та офіційність виражається у посиланнях, що дозволяють читачу орієнтуватися у всіх оголошених подіях на сайті блогу. Сприйняття інформації полегшується завдяки поясненню незнайомих термінів та використанню багатократних повторень. Офіційність актуалізується за допомогою використання простих та наказових речень, що виражають спонукування до дії: *Today, many of you will have the opportunity to make a choice. Your vote will affect billions of people around the world. Your vote will affect countless of generations to come. Use it. Use it well. Every election is a climate election.*

Багато повідомлень характеризуються економним використанням мовних засобів і така стислість досягається завдяки використанню аббревіатур і відсутності надлишкової інформації. Авторка у своїх постах часто застосовує різні види скорочень, але інколи задля полег-

шення розуміння надає їхні роз'яснення: *This week the European Parliament voted for a new 7yr Common Agricultural Policy (CAP) that will be disastrous for climate, biodiversity and sustainable farming. But it's not over yet.*

Високий ступінь офіційності в блоці часто інтенсифікується за рахунок модального дієслова *must*: *Freedom of speech and the right to peaceful protest and assembly are non-negotiable human rights. These must be a fundamental part of any democracy.*

3. *Критерій ступеня інформативності* дозволяє типізувати тексти блогів за їх прагматичною спрямованістю, тобто за наявністю абстрактно-індивідуальної думки або конкретної і суспільно-значущої (знання про явища та процеси) інформації. Тут слід відзначити, що інтернет-спілкування в досліджуваному блоці переслідує мету, головним завданням якої є надання повідомлення максимальної інформативності разом з його максимальним скороченням і спрощенням. Таким чином, блог підпадає під критерій, де превалює суспільно-значуща інформація.

Водночас, урахуємо й те, що базисом Інтернет-комунікації виступає розмовна мова, мова аббревіатур і емотиконів. Досліджуваний блог характеризується невеликою кількістю зазначених рис, однак час від часу Грета використовує їх для візуальної комунікації, які передають та підсилюють ту важливу інформацію, яку авторка хоче донести своїм читачам. Наприклад, в пості про глобальні кліматичні страйки в Берліні Грета пишається, що вона є учасником та спікером цієї події, закінчуючи своє повідомлення емотиконом, що допомагає без особливих зусиль передати її настрій: *I am excited and honored to be a speaker at the @fff.nyc March in NYC and represent @youthclimatesave*♥.

Контент блогу містить величезний відсоток корисної інформації з подальшим аналізом, посиланнями, коментуванням та закликами. Наприклад, в одному із постів авторка яскраво презентує проблему щодо викидів вуглецю, додаючи, що це один з найважливіших та інформативних текстів, які вона коли-небудь читала про кліматичну та екологічну кризи: *"The time has come to voice our fears and be honest with wider society. Current net zero policies will not keep warming to within 1.5 °C because they were never intended to..." This is one of the most important and informative texts I have ever read on the climate and ecological crises, link in bio. It's quite long, but worth every second of reading.*

4. *Презентаційний критерій* констатує наявність або відсутність в тексті блогу ознак самопрезентації автора тексту, спроб навмисної

або ненавмисної демонстрації власної персони з метою впливу на читача тексту. Адресантом, тобто творцем блоку в Інстаграм, може бути як одна людина, так і певні спільноти. Досліджуваний блог вирізняється своїм принципово публічним характером, який розрахований на відгук читачів. У блоці Грети представлено її буденне життя і оскільки вона є обличчям всесвітнього екологічного руху, вона періодично ділиться своїми думками щодо боротьби з кліматичними змінами і у такий спосіб прослідковується процес самопрезентації авторки.

На платформі Інстаграм Грета змогла згуртувати та утримати величезну кількість людей, змусивши їх до обговорення різних проблем. Створений авторкою блог дав їй можливість створити образ шведської активістки-бунтарки, яка захищає навколишнє середовище, відчайдушно бореться за те, щоб її голос почули. Самопрезентація в блог-текстах на змістовному рівні може здійснюватися шляхом повідомлення інформації, яка ідентифікує автора блогу завдяки інформуванню про свій соціальний статус, свої можливості та досягнення. Самопрезентація дає можливість авторці реалізувати ті потреби, які в реальному житті реалізовані в недостатній мірі [9, с. 159].

До основних засобів самопрезентації відносяться особисті і присвійні займенники, які нерозривно пов'язані з поняттям особистість, а також різні за метою висловлювання та емоційності пропозиції (питальні, спонукальні та окличні). Авторка створює свій образ, використовуючи опис своєї власної проблеми і її думка акцентується за допомогою стилістичної тональності тексту а також за допомогою інтерпретації фактів дійсності. Наведемо приклад використання зазначених засобів, де Грета привертає увагу до проблеми аутизму: *And in a world where everyone strives to act, think and look the same – being different is truly something to be proud of. Thats why I'm very proud to be autistic.*

Самопрезентація супроводжується також передаванням експресивної інформації, яка б впливала на читачів блогу для досягнення певного результату. Для цього Грета використовує цитування публічних людей, посилання на наукові джерела або вказує на певні заходи, де вона буде брати участь з відомими особистостями: *Yesterday I adressed @schwarzenegger 's #AustrianWorldSummit along with Angela Merkel, António Guterres, ... and others.*

Висновки і пропозиції. Отже, Інтернет є жанроутворювальним середовищем, який

сприяє інтенсивному розвитку Інтернет-жанрів, серед яких вирізняється персональний блог як багатогранне явище сучасного життя.

Блог Грети Тунберг, як приклад персонального блогу, був проаналізований за чотирима критеріями: критерій суворості викладу інформації, критерій офіційності/неофіційності спілкування, критерій ступеня інформативності і презентаційний критерій. Ураховуючи тематику і зміст постів Грети Тунберг, цей блог відповідає вимогам стандарту високого ступеня суворості викладу інформації. Оскільки пости жанру персонального блогу містять інструкції та поради, вони характеризуються офіційністю спілкування з директивами покрокового алгоритму дій. Критерій ступеня інформатив-

ності дозволив типізувати тексти досліджуваного блогу за їх прагматичною спрямованістю, та за наявністю суспільно-значущої інформації. Презентаційний критерій констатував наявність в текстах блогу ознак самопрезентації автора тексту, спроб навмисної або ненавмисної демонстрації власної особи з метою впливу на читача.

Перспективними напрямками подальших студій можуть стати аналіз постів блогів на всіх рівнях структурної організації: фонетичному, графічному, граматичному, лексичному і синтаксичному, дослідження жанрів інтернет-комунікації за іншими критеріями та сфери, пов'язані не тільки з адресантом як автором постів, а й з адресатом з особливостями його мовної поведінки.

Список літератури:

1. Антонов В. П. К вопросу о формировании нового функционального стиля в системе стилей русского языка. Функциональные стили и речевые жанры. Язык, культура, коммуникация: аспекты взаимодействия: научно-методический бюллетень. Вып. 1. Абакан : Изд-во ХГУ. 2003. С. 7–16.
2. Галичкина Е. Н. Жанровая стратификация российской блогосферы в виртуальной коммуникации. Вестн. ВолГУ. Сер. 2. Языкознание. 2009. № 1. С. 58–63.
3. Горошко Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии. Жанры речи. Саратов : Наука, 2009. Вып. 6: Жанр и язык. С. 111–127.
4. Горошко Е. И. Виртуальное жанроведение. Ученые записки Таврического национального ун-та им. В. И. Вернадского. Сер. Филология. Социальные коммуникации. 2011. Т. 24 (63). № 1. Ч. 1. С. 105–124.
5. Гудзь Н. О. Інтернет-дискурс як новий тип комунікації: структура, мовне оформлення, жанрові формати. Сучасні лінгвістичні студії : навчальний посібник. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. С. 61–87.
6. Землякова О. О. Лінгвостилістичні характеристики жанру англomовного корпоративного блогу : автореф. дис. канд. наук: 10.02.04. Харків, 2010. 22 с.
7. Кокарча Ю. А. Соціальні мережі як чинник політичного впливу в умовах розвитку демократичної політичної культури : дис. канд. наук: 23.00.03. Київ, 2020. 240 с.
8. Кузьмина В. Е. К вопросу о жанровом разнообразии текстов интернет-коммуникации. Вестник Московского университета. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2014. № 19. С. 159–165.
9. Немеш О. М. Віртуальна діяльність особистості: структура та динаміка психологічного змісту : монографія. Київ : Видавничий дім «Слово», 2017. 221 с.
10. Сидорова И. Г. Коммуникативно-прагматические характеристики жанров персонального интернет-дискурса (сайт, блог, социальная сеть, комментарий) : дис. ... кандидата филол. наук: 10.02.19. Волгоград, 2014. 249 с.
11. Шипицына Л. Ю. Классификация жанров компьютерно-опосредованной коммуникации по их функции. Известия РГПУ им. А. И. Герцена. СПб, 2009. № 114. С. 171–178.

Список джерел ілюстративного матеріалу:

1. Instagramm gretathunberg. Retrieved from <https://www.instagram.com/gretathunberg/>

Borkovska I. P., Karachun Yu. G. CRITERIA AND COMMUNICATIVE-PRAGMATIC FEATURES OF THE PERSONAL BLOG GENRE

The article is devoted to the study of criteria and communicative and pragmatic features of the genre "personal blog". It has been carried out a theoretical analysis of the Internet communication style. The typology of the genre system of the Internet has been clarified and a separate group of genres has been singled out – personal Internet discourse. One of the genres studied in the work is a personal blog on the Instagram platform, which is interpreted as a typical model of speech action of a communicative nature, which serves to realize the intentions of the sender through language tools mediated by the electronic channel.

Given the criterion of strict presentation of information, the criterion of formality/informality of communication, the criterion of the degree of informativeness and the presentation criterion, it has been

analyzed Greta Thunberg's personal blog, who is one of the most influential teenagers in the modern world. Considering the mobilizing potential of the blog and taking into account the subject matter and content of Greta Thunberg's posts, it has been noted that this blog meets the requirements of the criterion with a high degree of rigor in the presentation of information. The standard of strictness of the genre is also ensured by the inclusion of links-instructions and hashtags, which are present in most posts-instructions of the researched blog.

Regarding the criterion of formality/informality of communication, it has been found that since the posts of the studied genre contain directives of the step-by-step algorithm of actions, they are mainly characterized by the formality of communication. The criterion of the degree of informativeness allowed to typify the texts of the blog according to their pragmatic orientation, i.e. the availability of socially significant information, as Internet communication in the studied block aims to give the message maximum informativeness. The presentation criterion has stated the presence of the author's self-presentation, attempts of both intentional and unintentional demonstration of one's own person in order to influence the reader.

Key words: *Internet communication style, communication on Instagram, genre system of the Internet, classification of genres, author's self-presentation, pragmatics of the text.*

Боровська О. О.Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського**Сольська Т. М.**Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського

ПАРТИЦИП У СИСТЕМІ НЕФІНІТНИХ ДІЄСЛІВНИХ ФОРМ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

У статті визначено основні теоретичні підходи до інтерпретації партиципів в системі дієслівних форм сучасної німецької мови; з'ясовано формальні, семантико-граматичні та функційні ознаки партиципів; розглянуто зв'язки партиципів з іншими нефінитними формами німецького дієслова; встановлено типові дієслівні й ад'єктивні характеристики партиципів I і II та ступінь їх вияву у цих формах. Мета статті – визначити статус партиципів у системі інших дієслівних форм сучасної німецької мови. Для цього застосовано як загальнонаукові, так і лінгвістичні методи (метод суцільної вибірки – для відбору та опрацювання матеріалу дослідження, описово-аналітичний метод – для визначення семантико-граматичних та функційних характеристик; дистрибутивний аналіз – для визначення сполучуваності досліджуваних одиниць з певними семантико-структурними класами дієслів та іменниками). Матеріалом дослідження послуговували партиципи та інші дієслівні форми, виокремлені з німецькомовних сучасних монографій, наукових статей та рецензій соціогуманітарної тематики (2000–2020 роки).

Аналіз формальних, семантико-граматичних і функційних особливостей партиципів сучасної німецької мови підтверджує їхню віднесеність до системи нефінитних форм дієслова. Визначальним чинником дієслівної належності партиципів є спільне з фінитною формою категоріальне значення (процес / стан), спільні морфологічні (наявність категорії виду, частково – часу, участь у формуванні аналітичних форм дієслова) і синтаксичні ознаки (валентність, здатність формувати власну клаузу). За аналогією з фінитним дієсловом партиципи здатні утворювати власну клаузу – нефінитну групу, вершиною якої є партицип I або II.

Проведене дослідження дозволило виявити нові дані для обґрунтування належності партиципів до класу дієслова, що є внеском у теорію частин мови, а також відкриває перспективу міжмовних зіставлень виявів синтаксичної та функційної поведінки партиципів і конструкцій з ними.

Ключові слова: партицип, нефінитні форми дієслова, граматична категорія, дієслівні й ад'єктивні ознаки, теорія частин мови.

Постановка проблеми. Численні дослідження частиномовної проблематики та пошуки критеріїв класифікації, викликані необхідністю нормалізації мови, виявили наявність синкретичних одиниць з ознаками кількох частин мови. До таких явищ належать нефінитні форми дієслова, оскільки їхні семантичні та синтаксичні властивості мають двоїсту природу та поєднують диференційні ознаки декількох класів слів.

До нефінитних форм німецького дієслова традиційно відносять інфінітиви та дві форми дієприкметника – партицип I (включно з герундивом) і партицип II. Мовознавці не одностайні щодо визначення частиномовної віднесеності пар-

тиципа, оскільки він за своїми морфологічними ознаками та синтаксичними функціями наближається до прикметника. Тобто, категоріальну ідентифікацію німецьких партиципів ускладнено наявністю в них дієслівного та ад'єктивного потенціалу. Під впливом семантико-структурного оточення дієслівні властивості партиципів або активізуються, що наближує їх до фінитних форм, або ж нейтралізуються, і партиципи зникаються з класом прикметників та прислівників.

Сучасні граматичні теорії, які застосовують методи функційної граматики і генеративного синтаксису, вимагають переосмислення усталеної моделі партиципів, що зумовлює жвавий інтерес

науковців до дослідження цих мовних одиниць та їхніх особливостей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У роботах, присвячених проблематиці нефінитних форм дієслова, вивчалися різні аспекти функціонування інфінітивів і партиципів та конструкцій з ними. Увага зарубіжних та вітчизняних дослідників концентрувалась на аналізі нефінитних форм дієслова з діяхронічного погляду [3; 25]; граматичному аспекті нефінитних форм дієслова та особливостях їхньої видової семантики [9; 15; 19; 21; 23]; аналізі морфонологічних ознак німецьких партиципів [22; 24]; з'ясуванні семантичних витоків результативності дієприкметників [6] та вивченні лексико-семантичних і морфологічних властивостей німецьких субстантивованих партиципів [5].

Постановка завдання. Отже, у сучасній лінгвістичній науці тривають активні пошуки критеріїв категоризації нефінитних форм дієслова, що визначає **актуальність** нашого дослідження.

Метою статті є уточнення статусу партиципа в системі інших граматичних форм сучасної німецької мови. Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**: 1) визначити ідентичні та відмінні семантико-граматичні і функційні характеристики та з'ясувати, якою мірою вони представлені в партиципах I і II та в інших нефінитних формах німецького дієслова; 2) проаналізувати взаємозв'язки партиципа з іншими нефінитними формами дієслова.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з найбільш авторитетних спроб створити систему нефінитних форм німецького дієслова є теорія Г. Беха [8]. Дослідником було введено поняття *дієслівного статусу*; у своїй праці «Studien über das deutsche Verbum infinitum» [там само] він повно проаналізував нефінитні німецькі дієслова. Г. Бех розрізняє (див. табл. 1) три незмінні дієслівні форми, які можна охарактеризувати як дієслівний статус залежно від ступеня граматикалізації: чистий інфінітив, що відповідає I статусу (*lieben*); інфінітив з *zu*, що відповідає II статусу (*zu lieben*); партицип II, що відповідає III статусу (*geliebt*). Це – супін, перший рівень нефінитних форм, який має потрійний статус. Супін першого і другого статусів є маркованою (з часткою *zu*) і немаркованою формами інфінітива; обидві форми відповідають маркованій та немаркованій формі партиципа I; партицип II представлено як супін (коротка форма) і як власне партицип (відмінювана форма). Відмінювані форми партиципів є другим рівнем безособових форм дієслова.

Форми на *-end*, тобто форми партиципа I, на схемі Г. Беха представлено на другому рівні, який відображає ад'єктивні нефінитні форми дієслова. Інші нефінитні форми (на *-en* або на *-t*) можуть знаходитися як на першому, так і на другому рівнях.

Форма герундива згідно з концепцією Г. Беха є ад'єктивною версією інфінітива з часткою *zu*. Попри це, якщо взяти до уваги особливості флексії герундива, то він виявляє відхилення від системи. Усі форми другого рівня мали б приєднувати ад'єктивні флексії за одним зразком. Форму без флексії Г. Бех називає нульовою формою [8, S. 12]. Цим можна пояснити наявність дужок навколо закінчення *-er*. Тоді форма другого статусу другого рівня без флексії повинна була б мати вигляд *zu liebend* (у схемі *lieben*, відповідно формі першого рівня), проте такий варіант є граматично неправильним. Наслідком цього є поява в дужках перед *-er* елементу *-d*, морфемний статус якого Г. Бех залишив без пояснення.

Таблиця 1

**Нефінітні форми дієслова в німецькій мові
(за Г. Бехом [8])**

	Перший рівень	Другий рівень
	супін	партицип
Перший статус	<i>lieben</i>	<i>liebend(-er)</i>
Другий статус	<i>zu lieben</i>	<i>zu lieben(-der)</i>
Третій статус	<i>geliebt</i>	<i>geliebt(-er)</i>

Розрізнення форм супін / партицип має, таким чином, у системі Г. Беха синтаксичне підґрунтя.

На думку Б. О. Абрамова нефінитні форми можна віднести до граматичного класу дієслова на основі їхнього лексичного значення та із застосуванням *категорії репрезентації дії*, оскільки вони відрізняються від фінитного дієслова з морфологічного й синтаксичного погляду [1, с. 52]. Інтерпретуючи партицип як нефінитну дієслівну форму, дослідник вважає, що віднесення партиципа до граматичного класу дієслова можливе лише за умови застосування семантичного або комплексного критерію виділення частин мови, оскільки за своїми морфологічними ознаками в атрибутивному вживанні (відмінювання за типом прикметників) і синтаксичними функціями партиципи наближаються скоріше до класу прикметника, ніж до класу дієслова. Серед партиципних форм автор виділяє також герундив, який відрізняється від партиципа I у формальному плані обов'язковим застосуванням частки *zu*, синтаксично виступає лише в ролі атрибута, у контексті набуває пасив-

ного значення із модальним забарвленням (можливості або необхідності) [1, с. 55–58].

Зазначимо, що категорію репрезентації дії застосовують саме для теоретичного обґрунтування належності нефінітних одиниць до класу дієслова, спираючись на те, що «основна відмінність між фінітними та нефінітними формами дієслова полягає в ступені повноти й яскравості представлення процесу в тій чи іншій дієслівній формі як власне процесу» [7, с. 246]. Категорію репрезентації дії першим обґрунтував О. І. Смирницький (на матеріалі англійської мови) [7], встановивши для неї три категоріальні форми: власне дієслівну (фінітні дієслова), субстантивну (герундій, інфінітив) та ад'єктивну репрезентації (дієприкметник). Відповідно до визначення О. І. Смирницького, «категорія репрезентації виділяється на основі протиставлення особових і іменних форм дієслова та представляє процес у різних варіаціях – як чистий процес чи як процес, ускладнений іншими (предметними чи «ознаковими») властивостями» [7, с. 246–247]. Структуру категорії репрезентації для німецької мови можна узагальнено подати таким чином (див. рис. 1).

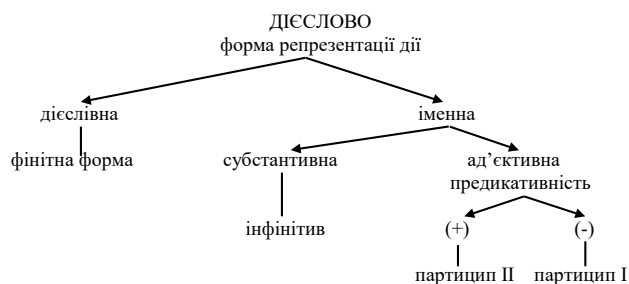


Рис. 1 Структура категорії репрезентації дії в сучасній німецькій мові

Такі різні форми репрезентації дії, скоріше за все, пояснюються специфікою усвідомлення процесуальності, яке відбивається у граматичній будові конкретної мови [4, с. 15–16]. Застосування категорії репрезентації для виділення нефінітних дієслівних форм відповідає сучасному лінгвістичному пошуку мовних універсалій у граматичній будові різних мов для виявлення спільного в мовній поведінці людей.

Для визначення семантико-граматичних і функційних особливостей форм німецького дієслова (фінітної форми, інфінітива, партиципа I та партиципа II) можна скористатися такими критеріями: семантика, або форма репрезентації категоріального значення; морфосинтаксичні ознаки – наявність певних граматичних категорій,

характер зміни форм і форма утворення, валентність, синтаксичне функціонування [4, с. 11], а також здатність очолювати власну клаузу.

Семантико-граматичні та функційні особливості дієслівних форм сучасної німецької мови можна представити таким чином (див. табл. 2):

Таблиця 2
Семантико-граматичні та функційні особливості форм німецького дієслова

Форма дієслова Семантико-граматичні та функційні ознаки	Фінітне дієслово	Нефінітні форми дієслова		
		інфінітив	партицип I	партицип II
репрезентація категоріального значення	дієслівна форма	субстантивна форма	ад'єктивна форма	ад'єктивна форма
граматичні категорії часу	+	(частково)	–	–
стану	+	+	+	+
особи	+	–	–	–
числа	+	–	–	–
способу	+	–	–	–
характер зміни форми	дієвідміна	невідмінювана форма	відмінювання	відмінювання
валентність	+	+	+	+
утворення аналітичних форм	+	+	–	+
синтаксичне функціонування	одна функція – предикат	багато функційність	багато функційність	багато функційність
здатність утворювати власну клаузу	+	+	+	+
характер клаузи	самостійна / залежна	залежна	залежна	залежна

Близькість партиципа II та інфінітива стає очевидною вже на морфологічному рівні, адже вони беруть участь в утворенні аналітичних форм дієслова, тому у більшості дослідників їх належність до безособових дієслівних форм не викликає сумнівів [1; 10; 12; 16]. Партицип II виникає в парадигмі дієслівних форм, перфект з партиципом II

можна утворити від кожного дієслова, тому він, безперечно, є дієслівною формою.

Якщо вважати партицип I дієслівною формою, то він також є нефінитною формою, оскільки не відмінюється за особою, часом та числом, у такий спосіб займаючи своє місце поряд з партиципом II та інфінітивом. З іншого боку, партицип I не сполучається з фінитними допоміжними дієсловами (*sein, haben, werden*) для утворення аналітичних часових форм. Лише обмежена кількість партиципів I усе ж таки має здатність вживатися в сполученні з дієсловом *sein*, яке, по-перше, у цьому разі є не допоміжним, а копулятивним, і, по-друге, такі партиципи I трактують переважно як лексикалізовані [20, S. 5]. Отже, той факт, що партиципи I не сполучаються з допоміжними дієсловами на системній основі, порушує необхідну вимогу його однозначної інтерпретації як дієслівної форми; партицип I у цій позиції є предикативом. На підставі цього деякі лінгвісти взагалі вилучають партиципи I з системи дієслова [11; 17].

Для партиципа I як класу характерною є атрибутивна та адвербіальна синтаксичні ролі, тобто функції, властиві класу прикметника. Якщо трактувати партицип I як елемент класу прикметників, то це означає, що форми партиципа I утворюються в процесі деривації і закінчення – *end* є, таким чином, не флексією, а дериваційним суфіксом [14, S. 140]. Попри це, форму партиципа I має більшість дієслів; проте не кожне дієслово допускає утворення деривата, наприклад, за допомогою суфікса *-bar*. Так, від дієслова *verwenden* можна побудувати як форму партиципа I, так і прикметник з суфіксом *-bar*: *verwendend – verwendbar*:

(1) *In den Beiträgen der anderen beiden Kapitel wird nämlich der Blick von den sprachlichen Mitteln hin zu den sie verwendenden Akteuren ... gewandt* [26].

(2) *Der Verfasser nennt hier ... Inkonsistenzen wie nicht flektierbare oder nur prädikativ verwendbare Adjektive* [26].

Така побудова залучення німецьких дієслів до утворення форм партиципа I свідчить про ймовірно флексивний спосіб утворення форм партиципів I.

На відміну від партиципів I, партиципи II мають набагато більше обмежень щодо реалізації в атрибутивній синтаксичній ролі, яка відбувається за певними правилами залежно від семантико-структурної характеристики дієслова, від якого утворюється партицип II (його транзитивності / інтранзитивності; граничності / неграничності). Така вибіркковість атрибутивної ролі партиципів II (тобто, її притаманність лише визна-

ченому ряду партиципів II, які відповідають певним критеріям) нагадує обмеження, характерні для словотвору. Значення партиципа II набуває граничності за умови його поширення залежними від нього елементами. Так, варіант **die gefahrenen Studenten* є граматично неправильним; у разі ж поширення партиципа *gefahren* в атрибутивній ролі ад'юнктом локальної семантики *nach Bonn* конструкція стає правильною: *die nach Bonn gefahrenen Studenten* [18]. Така поведінка партиципів II є нетиповою для класу прикметників.

Подальший аналіз деривації партиципів I та II також виявляє суттєві відмінності між ними. Деякі лексикалізовані партиципи I допускають афіксацію з префіксом *un-*. Продемонструємо це на прикладі лексикалізованого партиципа I дієслова *bedeuten*:

(3) *Bei einer genaueren Betrachtung der verschiedenen zitierten Aussagen lassen sich bedeutende Unterschiede ... feststellen* [18].

(4) *Schon lange vor 1933 spielten ... außerfachliche Einflüsse auf die Sprachwissenschaften eine nicht unbedeutende Rolle* [26].

Нелексикалізованим партиципам I така префіксація не є властивою, так, наприклад, форми партиципів I з префіксом *un-* від дієслів *singen* та *schlafen* **die unsingenden Kinder*, **die unschlafende Katze* є граматично неправильними.

Атрибутивні партиципи II не мають таких обмежень та дозволяють префіксацію з *un-*, як у прикладі (5), де партицип II дієслова *bearbeiten* вжито в синтаксичній ролі атрибута з префіксом *un-*:

(5) *Die Herausgeberinnen stellen in ihrer Einleitung ... die folgende, aus ihrer Sicht bislang empirisch unbearbeitete zentrale Frage* [26].

Прикметникам властиве утворення іменників за допомогою суфікса *-heit / -keit* [14, с. 131]. З цим самим суфіксом можливе утворення іменників і від партиципів II (*ausgleichen – ausgeglichen – Ausgeglichenheit*):

(6) *Die in der vorliegenden Studie berücksichtigten Daten setzen sich aus 14 verschiedenen Varietäten zusammen, die einerseits unter dem Gesichtspunkt der Vollständigkeit zusammengestellt wurden, andererseits unter dem Gesichtspunkt einer gewissen Ausgeglichenheit verschiedener Dialektregionen* [18].

Партиципи I дериватів з цим суфіксом практично не утворюють: **Ausgleichendheit*.

Таким чином, партиципи II виявляють під час дериваційних процесів більше ад'єктивних властивостей, ніж партиципи I.

Партиципи в синтаксичній ролі атрибутів зазнають конверсії, яка буває *морфологічною* та *синтаксичною* [11; S. 281]. Проаналізувавши вище можливості деривації партиципів у синтаксичній ролі атрибута, можна стверджувати, що партиципи II переходять до класу прикметників шляхом морфологічної конверсії. Партиципи I як клас є потенційними прикметниками, функціонують як прикметники, проте не набувають усіх типових властивостей прикметників (тобто, зазнають синтаксичної конверсії).

Виконуючи атрибутивну функцію, партицип I та партицип II виявляють відмінності і в керуванні своїми поширювальними елементами. Особливо чітко це демонструють приклади партиципів, в основу яких покладено рефлексивні дієслова: партиципи I, на відміну від партиципів II, обов'язково зберігають рефлексивний займенник *sich*, тобто рефлексив є обов'язковим елементом, усі інші поширювальні елементи є факультативними. Таким чином, партиципи I виявляють більше дієслівних властивостей, ніж партиципи II, займаючи проте типово ад'єктивні позиції.

У наступному прикладі партицип I рефлексивного дієслова *sich verhalten* вжито в ролі атрибута іменника *Variablengruppen*, партицип I зберігає займенник *sich* як обов'язковий елемент:

(7) ... dass die empirisch ermittelten Werte bestimmter sich parallel verhaltender Variablengruppen durch das OT-Modell grob vorhergesagt werden [26].

Отже, партицип I є прикметником лише за зовнішньою формою, його внутрішня сутність залишається дієслівною.

Для подальшого дослідження функціонування партиципів I і партиципів II у системі нефінітних форм німецького дієслова та для визначення їхньої частиномовної належності важливо проаналізувати сполучуваність партиципів з різними семантико-структурними класами дієслів та іменниками.

Залежно від ролі дієслова в структурі речення виділяють *повнозначні* та *неповнозначні* дієслова [1, с. 222–223]. Повнозначні дієслова є носіями самостійного лексичного значення; неповнозначні певною мірою втратили цю здатність. До неповнозначних дієслів відносять допоміжні (*haben, sein, werden*), дієслова-зв'язки, або копулятивні (*sein, werden*), модальні (*müssen, wollen, können* тощо), напівмодальні (*scheinen, drohen, versprechen, pflegen* тощо), фазові (*beginnen, anfangen, aufhören, fortsetzen*), дієслова руху (*kommen; fahren* тощо).

З допоміжними дієсловами (*sein, werden, haben*) вживаються партиципи II, утворюючи складений дієслівний предикат:

(8) *Wer die Bücher tatsächlich gelesen hat, wird aber bestätigen, dass ...* [26].

(9) *Genaueres zur Funktion der Strukturen in Presstexten oder in den anderen Medien wird nicht ausgeführt* [26].

(10) *Es handelt sich um eine Rezension von Jochen Jung, die 2009 in der Wochenzeitung „DIE ZEIT“ erschienen ist und ...* [26].

Зафіксовано також предикати з допоміжним дієсловом *bekommen*, у цьому разі утворюється реципієнтний пасив:

(11) *Um den Status eines salienten politischen Satzes zugesprochen zu bekommen, bedarf es ...* [26].

З копулятивними дієсловами можливості сполучення виявляють прикметники:

(12) *Es bleibt hier aber offen, ob ...* [18];

лексикалізовані партиципи I:

(13) *Er kommt zu dem Schluss, dass der deutsche Anteil am heutigen polnischen Fachwortschatz eher unbedeutend ist* [18];

партиципи II також за умови їх лексикалізації:

(14) *Meines Erachtens ist der Text geeignet für den Fremdsprachenunterricht* [18];

а також інфінітиви з часткою *zu*:

(15) *Unabhängig davon, ob man ..., bleibt die Tatsache einer beachtlichen Zahl miteinander konkurrierender Formen zu erklären* [18].

З модальними дієсловами вживаються тільки інфінітиви без частки *zu*:

(16) *Da ist klar, dass man sich bei den Besichtigungen auf das Wesentliche beschränken muss* [18].

З напівмодальними дієсловами сполучаються прикметники:

(17) *Vor hochschuldidaktischem Hintergrund scheint daher die Frage, ..., besonders relevant* [18];

та інфінітиви з часткою *zu*:

(18) *Die Artikulationsfrequenz jedoch scheint über beide Konditionen konstant zu bleiben* [18].

Для фазових дієслів традиційним є сполучення з інфінітивами з часткою *zu* [13, S. 333], проте в досліджуваному корпусі таких конструкцій не зафіксовано.

З повнозначними дієсловами вживаються прикметники (у цьому разі переходячи до класу прислівників), партиципи I (приклад (19)), партиципи II (приклад (20)) та інфінітиви.

(19) *Wer sich zustimmend äußert, kann auf eine detaillierte Begründung häufig verzichten* [18];

(20) *Weiter ist die Grenze zwischen Fachsprache und Alltagssprache fließend und verändert sich über lange Zeit betrachtet* [18].

Здатність виконувати синтаксичну роль атрибута, займаючи позицію ліворуч від означуваного іменника, виявляють прикметники, партиципи I, партиципи II та герундиви:

(21) *Die vorliegende (партицип I) Arbeit kann sicher dazu beitragen, den DaF / DaZ-Unterricht relevanter und authentischer zu machen, wenn die darin beschriebenen (партицип II) empirischen Daten als Grundlage für Lehrmaterialien verwendet* [26];

(22) *Somit sind sie, wenngleich „Originalbelege“, zunächst nur als ein Indiz für weiter zu beweisende (герундив) Annahmen zu werten* [26].

Результати аналізу сполучуваності партиципів (а також інфінітивів та прикметників) з різними семантико-структурними типами дієслів (фінітними копулятивними, допоміжними, модальними, напівмодальними, фазовими дієсловами та класом повнозначних дієслів) представлено у таблиці 3. У нижньому рядку таблиці розміщено нефінітні форми, які здатні виступати в синтаксичній ролі іменника, займаючи позицію ліворуч та узгоджуючись з ним у роді, числі та відмінку. Класи дієслів, з якими сполучаються нефінітні форми, наведено в порядку зростання: копулятивні та допоміжні дієслова є чітко визначеними в чисельному плані; класи модальних та напівмодальних дієслів є відносно невеликими; класи повнозначних дієслів та іменників – великі та відкриті.

Можливості сполучення прикметників та інфінітивів з різними семантико-структурними класами дієслів наведено в ролі контрольної групи

для перевірки ад’єктивних та дієслівних властивостей досліджуваних явищ.

Дані аналізу сполучуваності партиципів I та II, герундивів, прикметників та інфінітивів з різними семантико-структурними класами дієслів та іменниками свідчать про різні можливості нефінітних форм. Так, сполучатися з допоміжними дієсловами можуть партиципи II та інфінітиви; з копулятивними дієсловами сполучаються прикметники та лексикалізовані партиципи, а також інфінітиви без частки *zu*; з напівмодальними дієсловами вживаються прикметники, партиципи II та інфінітиви з часткою *zu*; з фазовими дієсловами – лише інфінітиви з *zu*; з повнозначними дієсловами – прикметники та усі нефінітні форми, крім інфінітивів без частки *zu* та герундива; сполучатися з іменниками, тобто виконувати атрибутивну функцію, займаючи позицію ліворуч від означуваного іменника, можуть прикметники та всі партиципні форми.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Аналіз семантико-граматичних і функційних особливостей партиципа сучасної німецької мови підтверджує його віднесеність до класу дієслова, до системи нефінітних форм.

Визначальним чинником дієслівної належності партиципів є спільне з фінітною формою категоріальне значення (процес / стан), спільні морфологічні (наявність категорії виду, частково – часу, участь у формуванні аналітичних форм дієслова) і синтаксичні ознаки (здатність формувати власну клаузу). Клаузальний статус нефінітних форм дієслова визнається в річищі генеративної граматики. Це означає, що за аналогією з фінітним дієс-

Таблиця 3

**Сполучуваність партиципів, інфінітивів та прикметників
з різними семантико-структурними класами дієслів та з іменниками**

Семантико-структурний тип дієслова / іменник	Adjektiv	Partizip I	Partizip II	Zu+Partizip I	Infinitiv	zu+Infinitiv
Допоміжні дієслова sein werden haben bekommen	–	–	+	–	+	–
Копулятивні дієслова bleiben werden sein	+	– (тільки лексикалізовані форми)	– (тільки лексикалізовані форми)	–	–	+
Модальні дієслова	–	–	–	–	+	–
Напівмодальні дієслова	–	–	–	–	–	+
Фазові дієслова	–	–	–	–	–	–
Повнозначні фінітні дієслова	+	+	+	–	–	+
Іменники	+	+	+	+	–	–

ловом партиципи здатні утворювати партиципну клаузу – нефінітну групу, вершиною якої є партицип I або партицип II.

Німецькі партиципи мають такі спільні з іншими нефінітними формами дієслова особливості, як здатність утворювати власну нефінітну клаузу [2] та багатофункційність, тобто різноманіття синтаксичних ролей. Предикатну функцію партиципа обмежено його роллю елемента складеного дієслівного предиката, що свідчить про тісний зв'язок з фінітною формою дієслова. Спільними для партиципа і фінітної форми дієслова є також зв'язок з суб'єктом речення, здатність

виражати певні граматичні значення; принципи організації рамкової конструкції, де наявність і розташування елементів визначаються валентністю дієслова.

Проведене дослідження семантико-граматичних та функційних властивостей партиципів дозволило обґрунтувати віднесеність німецьких партиципів до класу дієслів, що є внеском у теорію частин мов, а також відкриває перспективу міжмовних зіставлень виявів синтаксичної та функційної поведінки нефінітних форм німецького дієслова (інфінітивів, партиципів і конструкцій з ними).

Список літератури:

1. Абрамов Б. А. *Теоретическая грамматика немецкого языка. Сопоставительная типология немецкого и русского языков*. Москва : Юрайт, 2014. 286 с.
2. Боровська О. О. *Партицип і партиципні конструкції у сучасній німецькій мові: семантико-структурний та функційний аспекти* : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2021. 248 с.
3. Долгополова Л. А. Інфінітив в історії німецької мови (IX – XX ст.) : монографія. К. : Вид. центр КНЛУ, 2010. 207 с.
4. Долгополова Л. А. Інфінітив в системі безличних форм глагола. *Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ Серія: Філологія. Педагогіка. Психологія*. 2011. Вип. 23. С. 5–12.
5. Приходько А. М. Категорійний статус німецького субстантивованого партиципа. *Лінгвістичні студії Linguistic Studies Донецького національного університету імені Василя Стуса* : збірник наукових праць. Вип. 35. 2018. С. 52–58.
6. Родюк М. В. Семантичні витоки результативності дієприкметників в нідерландській мові. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Філологія*. 2018. Вип. 18. С. 265–270.
7. Смирницкий А. И. *Морфология английского языка*. Москва : Изд-во иностр. лит-ры, 1959. 440 с.
8. Bech G. *Studien über das deutsche Verbum Infinitum*. København : Munksgaard, 1955. 406 S.
9. Borik O., Gehrke B. Participles: Form, use and meaning. *Glossa : A Journal of General Linguistics*. 2019. 4 (1). P. 109.
10. Duden (9. Auflage). Berlin : Dudenverlag, 2016. 1344 S.
11. Eisenberg P. Das Wort. In P. Eisenberg, *Grundriss der deutschen Grammatik* (Band 1). Stuttgart / Weimar : Metzler, 2013. 533 S.
12. Engel U. *Deutsche Grammatik*. München : Iudicium, 2009. 485 S.
13. Engerer V. Zur Syntax von Phasenverben. Eine nostalgische Rückschau auf Hebung, Kontrolle und jedeMenge (genau: 68) Transformationen in der frühen generativen Grammatik. 68 Zeichen für Roland Posner. Einsemiotisches Mosaik. Tübingen : Stauffenburg Verlag, 2012. P. 332–370.
14. Fuhrhop N., Werner M. Die Zukunft der Derivation oder: Derivation 2.0. *Linguistik Online*. 2016. 77 (3). S. 129–150.
15. Gallman P. Infinite Verbformen. Die Unterarten von infiniten Verbformen: Der so genannte Status. Ms. Jena. 2014. Ergriffen aus: <https://docplayer.org/12444367-Prof-dr-peter-gallmann-jena-sommer-2014-die-unterarten-von-infiniten-verbformen-der-sogenannte-status.html>
16. Helbig G., Buscha J. *Leitfaden der deutschen Grammatik*. Berlin : Langenscheidt, 2013. 304 S.
17. IDS-Grammatik: *Grammatisches Informationssystem „grammis“*. Mannheim: Institut für Deutsche Sprache. doi: 10.14618/grammis. Ergriffen aus <http://grammis.ids-mannheim.de>
18. Linguistik online: Eine Open-Access-Zeitschrift für Linguistik. Ergriffen aus <https://www.linguistik-online.net>
19. Machalitz F.-Ch. *Die doppelten Perfektformen als periphrastische Verbkonstruktionen mit expressivem Partizip*. Hamburg : Kovač, 2017. 281 S.
20. Nitsch J. *Partizipien kontrastiv*. University of Oslo. 2013. Ergriffen aus <https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/38310/1/Partizipien-kontrastiv.pdf>
21. Pleš L. M. Zur Typologisierung der Partizipien im Deutschen und Polnischen / *Acta Universitatis Lodzensis. Folia Germanica*. 2009. № 5. S. 211–235.
22. Pross T., Roßdeutscher A. Towards a correlation of form, use and meaning of German ge-prefixed predicative participles. *Glossa : A Journal of General Linguistics*. 2019. № 4 (1): 93..

23. Rapp I. *Partizipien und semantische Struktur. Zu passivischen Konstruktionen mit dem 3. Status*. Tübingen : Stauffenburg, 1997. 259 S.
24. Rathert M. Zur Morphophonologie des Partizips II im Deutschen. *Linguistische Berichte*. 2009. № 218. S. 157–263.
25. Salzmann M., Schaden G. The syntax and semantics of past participle agreement in Alemannic. *Glossa : a journal of general linguistics*. 2019. 4 (1): 105. S. 1–46.
26. Zeitschrift für Rezensionen: *Zeitschrift für Rezensionen zur germanistischen Sprachwissenschaft*. Ergriffen aus <https://www.degruyter.com/view/journals/zrs/zrs-overview.xml>

Borovska O. O., Solska T. M. PARTICIPLE IN THE SYSTEM OF NON-FINITE VERBAL FORMS IN CONTEMPORARY GERMAN

The article deals with the main theoretical approaches to the interpretation of participles as parts of the system of verbal forms in contemporary German; clarifies formal, semantic-grammatical and functional features of participles; considers the relation of participles to other non-finite verbal forms; reveals typical verbal and adjectival characteristics of the German participles I and II and the degree of their manifestation within these forms. The aim of the article is to determine the status of participles in the system of other verbal forms of contemporary German. For this purpose, both general scientific and linguistic methods were used (continuous sampling method – for selection and processing of research material, descriptive-analytical method – for determining formal, semantic-grammatical and functional characteristics; distributive analysis – for determining compatibility of participles with certain semantic-structural classes of verbs and nouns). The research material was taken from modern German-speaking monographs, scientific articles and reviews on socio-humanitarian subjects.

The analysis of semantic-grammatical and functional features of participles of the contemporary German language has confirmed that they belong to the system of non-finite verbal forms. The main criteria for rendering participles as verbal forms are their common categorial meaning (process / state), morphological characteristics (category of verbal aspect and partially of verbal tense, participation in the formation of analytical verbal forms) and syntactic features (ability to form their own clause). Similar to finite verbs, participles are able to form their own clause – a non-finite group with a participle I or II as the predicate center and with the phonologically latent subject.

The results of the research that addressed formal, semantic-grammatical and functional properties of participles provide an additional evidence for rendering German participles as non-finite verbal forms, thus contributing to the parts of speech classification. They also outline the prospects for future cross-language comparative studies of syntactic and functional behaviour of participles and participial constructions.

Key words: *participle, non-finite verbal forms, grammatical category, adjectival and verbal characteristics, parts of speech classification.*

УДК 811.111'42
DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.1-1/21>

Євдокимова І. О.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Савілова Л. В.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Ханіна О. В.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

УСНІ АНГЛОМОВНІ ВІЙСЬКОВІ КОМАНДИ ЯК СКЛАДОВІ АВТОРИТАРНОГО ДИСКУРСУ

Ця стаття присвячена лінгвістичному аналізу усних англомовних військових команд в авторитарному інституційному дискурсі. В статті розглядається усна військова команда у якості одиниці дослідження щодо його структури на основі спонукальних конструкцій.

Усний військовий дискурс займає окреме місце серед видів дискурсу. Комунікація відбувається у особливому соціумі мовців, яких об'єднує загальна мета – слугувати країні заради безпеки батьківщини, що дозволяє відносити даний дискурс до інституціонального виду. Авторитарність військового дискурсу проявляється у підпорядкуванні мовцям більш високому рангу на безапеляційній основі, команди та інструкції яких виконуються без обговорення або відказу.

Усний англомовний авторитарний військовий дискурс сформував специфічний пласт лексики, особливих термінів, які є зрозумілими всіма мовцями даної частини соціуму. Авторитарність мовлення саме військових команд дозволяє віднести його до усного директивного мовленнєвого акту, особливість якого включає відсутність свободи вибору з боку адресата.

Усний англомовний військовий директивний мовленнєвий акт передається спеціальним набором спонукальних конструкцій, що дозволяють донести команду до адресата у стислій, лаконічній формі, реалізуючи два компонента повідомлення: підготовчу команду та команду виконання, які включають пояснення обов'язкової дії та час коли це потрібно зробити.

Текст малої форми формується одним реченням, якщо це окрема команда, у склад якої надходить 1–2 слова-команди – стислі кліше-терміни, які є зрозумілими всіма адресатами комунікації. Спонування у саме усному англомовному дискурсі передається імперативними (імператив на початку чи наприкінці команди) та неімперативними бездієслівними (підготовка команда та команда виконання представляють одне ціле) командами, що характерно для окремих команд. При передаванні усного тексту більш широкого формату: у разі цілого ланцюжка команд, відбувається формування команд змішаної групи: імперативні дієслівні речення та неімперативні бездієслівні команди змінюють одна одну.

Ключові слова: авторитарний військовий дискурс, команда, інтенціональний вплив, директивний мовленнєвий акт, імперативні речення.

Постановка проблеми. Реальність сьогодення підштовхує країни світу мати власну армію, яка підпорядковується певним законам та порядкам. Установи та відносини, що панують у армії, можливо віднести до авторитарного дискурсу, в основі якого є виконання приказів, які не обговорюються. Специфічний військовий дискурс перетикається з дискурсом загальнолюдським, що привносить дух боротьби в життя та спілкування. Тому виникає необхідність комплексного вивчення військового дискурсу з подальшим виявленням його структуроутворюючих рис.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Військовий дискурс (ВД) багатогранне мовленнєве творіння певного роду соціуму, яке має особливі характеристики. Природу термінів військового та воєнного дискурсу досліджував Стаднік І. О. [13]. Дослідник Погонєць В.В. вивчав особливості англомовного військового дискурсу [11]. Науковці Аккурт В. Є. [1] та Швецова В. Е., яка досліджувала лінгвістичні характеристики авторитарного дискурсу [15], наполягають, що ВД відноситься до авторитарного дискурсу. Пушкін О. О. говорив про директивно-авторитарне напруження вій-

ського дискурсу [12]. Одиницею дослідження фахівця даної галузі Михайлова Л. В. було вивчення та виділення класифікації саме директивних мовленнєвих актів [8, с. 451–456]. Предметом інтересу Аполонова Л. А. становив перлокутивний ефект директивних мовленнєвих актів. Демидович Т. В. досліджувала семантико-стилістичний та лінгвокультурологічний аспекти воєнної лексики на базі художньої літератури [4]. Існує певна зацікавленість науковцями даною галуззю суспільства, однак вивчення з точки зору лінгвістики ще не є вичерпаним.

Постановка завдання. У коло інтересів авторів статті виступає ціла низка питань: місце військового дискурсу серед видів дискурсу; віднесення військової команди до виду мовленнєвого акту; виявлення структури усної англомовної директивної військової команди та її складових на основі дослідження спонукальних конструкцій.

Виклад основного матеріалу. Комунікативні інтенції військових адресантів реалізуються у військовому дискурсі в різних форматах спілкування, яке поділяється на формальне і неформальне. Лисичкина І. О. наполягає, що військовий дискурс включає мовленнєві тексти, які створені військовими [7] або направлені для військових, при цьому мовлення реалізується у специфічних умовах комунікації.

Згідно з різновидами дискурсу, які науковець Карасик В. І. поділяє на побутовий та інституціональний, військові команди відносяться перш за все до інституціонального виду, який вказує на належність мовця до певної галузі соціуму [6], у нашому випадку військового. Тож наполягаємо, що військовий дискурс відноситься саме до інституціонального дискурсу у сфері військового спілкування.

Англомовні військові команди (АВК) слід розглядати як метод прямого впливу на людину, який пов'язано з контролем поведінки адресата. Контроль виступає у ролі інтенціональної зміни поведінки іншого адресату. Говорячи про АВК, контроль у військовому дискурсі є авторитарним. Науковець Гибс Дж. розподіляє контроль на такі види: зовнішні (команда) та послідовні (цілий ланцюжок команд) [18, с. 52–59].

Як стверджує дослідник Крамаре К., інтенціональний вплив може здійснюватись різними засобами: завдяки авторитету, законної влади, адресанту більш високого статусу або рангу; маніпуляції, під яким розуміється влада, яка маскується; засобам аргументації, впливу; силі: фізичної або психічної [19, с. 11].

Основаючись на даній класифікації можливо стверджувати, що інтенціональний вплив у військовому дискурсі, а саме у ВК, здійснюється адресантом більш високого рангу.

Стаднік І. О., проводячи аналогії щодо термінів «воєнний» та «військовий» дискурс, стверджує, що останній передає інституціональну діяльність людини, яка пов'язано зі службовими виконавчими обов'язками, у ході яких відбувається використання професійної лексики вузького кола, задля виконання військової реальності. Специфічна лексика, яка втілюється мовцями у ході військового дискурсу, становить загальну військову систему: включає знання та уявлення про вузько направлені об'єкти, предмети та явища.

Процес комунікації учасників військового дискурсу відрізняється чіткою структурованістю, яка відображається у військовій документації, настановах, наказах, розпорядженнях та командах [13, с. 64–65].

ВК, які є частиною авторитарного дискурсу, відносяться до мовленнєвих актів категоричної директиви без права свободи вибору з боку адресата [12].

Термін «директив» у класифікаціях мовленнєвих актів різними фахівцями називається по-різному. Так, Беляєва О. В., говорячи про пріоритетність позиції адресанта та необхідність виконання дії з боку адресата, виділяє його види: наказ, дозвіл, заборона, інструкція, розпорядження, замовлення, та визначає їх як «прескриптиви» [2].

Формановська Н. називає їх «ін'юнктивами» або «прескриптивними» мовленнєвими актами, серед яких головними ознаками виступають пріоритет влади та соціального статусу адресанта; обов'язковість виконання дії для адресата є надзвичайно важливими. До даного виду актів науковець відносить: наказ, вимогу, команду, розпорядження, настанову, заборону, дозвіл, примус [14, с. 34–40].

Карасик В. І. виділяє два види директивних мовленнєвих актів: категоричні (наказ, інструкція, заборона), які виражають волю адресанта, та некатегоричні (прохання, побажання, поради та рекомендації) [6].

За науковцем О. Б. Петровою, наказ, розпорядження, дозвіл, заборона, вимога, команда, припис, інструкція, вказівка відносяться до «облігативів», для яких характерно відсутність свободи вибору у адресата [10].

У даній статті усний англомовний *військовий директивний мовленнєвий акт* є видом спону-

кальних ситуацій, який виражає: волю адресанта, відсутність свободи вибору у адресата, пріоритет влади та соціального статусу адресанта та включає обов'язковість виконання дії.

Матеріалом дослідження даної статті слугували усні англомовні директивні команди на плацу при виконанні строєних кроків та рухів. Згідно аналізу відібраних кліше-команд, які розуміються однаково у різних англомовних арміях, ефективна команда складається з двох частин: *підготовчої команди* (ПК) та *команди виконання* (КВ).

Намір ПК – пояснення обов'язкової дії, мета КВ – довести коли адресати повинні виконати команду.

Як показує робочий матеріал, дана двофазна структура ВК іноді має форму однофазної структури. У такому разі вона вимовляється гучніше, ніж двофазні ВК, наприклад: *Fall it, at ease*.

Науковець Гарбовський Н. К. стверджує, що специфіка діяльності військових комунікантів зумовлює появу загальних рис комунікації: стислість, лаконічність, надзвичайна ясність і точність, що виключає будь-яку двозначність [3, с. 23]. Матеріал дослідження дав змогу підтвердити дане твердження: всі команди мають форму спонукання до дії.

Спонування, за твердженням дослідників Залужної О. та Холодюк О., відноситься до вербального вираження наміру мовця, яке спрямоване на пряме або опосередковане (у ВК це тільки пряме) заохочення адресата до дії, у центрі якої є досягнення перцептивної мети, яка була запланована комунікантом [5, с. 107].

Означені науковці наполягають, що найбільш продуктивними засобами вираження прямих спонукальних мовленнєвих актів виступають спонукальні конструкції з дієсловом у формі імператива [5, с. 106]. Імператив, який відноситься до наказового способу, по твердженню Ярещенко А. П., характеризується спеціальним модальним значенням, емоційно-спонукальною насиченістю, експресією, інтонаційним оформленням, своєрідністю формоутворення та структури [16].

Засоби вираження англомовних прескриптивних мовленнєвих актів були вивчені науковцем Отрішко К. А., який виділяє дві групи речень: *імперативні та неімперативні*. *Імперативну* групу складають речення із *синтетичним імперативом*, які є основним засобом вираження наказу в англійській мові (Help). До групи *неімперативних речень* входять речення з модальними дієсловами (але вони не характерні військовим командам) та *бездієслівні речення* (Silence!) [9, с. 186].

У нашій статті аналіз матеріалу дослідження було проведено на основі класифікації, запропонованої дослідником Отрішко К. А. Згідно даної класифікації, приклади усних англомовних військових команд було поділено за імперативними та неімперативними реченнями, у ході якої вивчалась структура одиниць. За одиницю дослідження було взято речення, яке, як показала практика, складається з 1–3 слів. Тож, військові команди на плацу відносяться до коротких та дуже коротких непоширених речень.

Слід зазначити, що *імперативна група* ВК представлена більш широкою варіативністю структур та прикладів, у той час як *неімперативні бездієслівні* речення складають менший відсоток використань. Розглянемо дані конструкції.

Імперативна група ВК, за даними лінгвістичного аналізу, розділяється на дві групи, в яких імператив знаходиться на початку або наприкінці речення.

Широко представленою є група спонукальних конструкцій, яка складається з 2-х частин, в яких імператив акумулюється на початку речення. До першої частини висловлювання належать дієслова у формі синтетичного імператива, які складають підготовчу команду, так звану команду уваги/підготовки до дії. Другу частину, яка складається з одного слова, може формувати цілий ланцюжок частин мови, серед яких найбільш вживаними виступають: прийменник, прислівник або іменник, які допомагають відобразити команду виконання дії.

Схематично дана імперативна група представляє наступну формулу: *дієслово (імператив) + прийменник / прислівник / іменник*. Розглянемо приклади їх застосування.

Імператив/прийменник: *fall in* (зібратись) / *count off* (перерахуватись) / *fall out* (розійтись).

Імператив/прислівник: *dress right* (розташування на плацу на витязі руки у шеренгу).

Імператив/іменник: *Inspect the squad* (проінспектувати військових)! *Match the squad* (марширувати військовим)!

Імперативна група ВК, в яких імператив знаходиться наприкінці речення, складається з двох/трьох слів, яку можливо відобразити у наступній схемі: прислівник + імператив (наприклад, *forward match*); прикметник + іменник + імператив (проілюструємо, *right flank match*). Перший приклад вказує куди та як слід марширувати, інший – яка частина адресатів в якому напрямку повинна рухатись.

Неімперативні бездієслівні речення складаються з одного або двох слів. У даного роду

прескриптивів підготовча команда та команда виконання дії збігається та реалізується одночасно. Структура даних ВК різноманітна: однослівні команди представлені у формі прикметника та передають сему вільно: *dismissed*; або прийменника та іменника: *at ease*. Крім того, однослівна структура речення, яка складається з іменника, може бути ускладнена зверненням, у такому випадку, складова речення буде: іменник + іменник: *squad, attention!* У матеріалі, що досліджувався, звернення були представлені наступним ланцюжком синонімічних слів: *squad, column, number 2, cadets, the flight commander*.

Викладені види команд відносяться до статичного виконання, коли адресат знаходиться у стані покою у строю. Однак, при динамічному виконанні команд завжди присутній є атрибут сприяння певного ритму виконання дії, лінгвістична структура може бути віднесена до змішаної групи:

Left right (прикметник + прикметник) || *left right* (прикметник + прикметник) || *come right* (імператив + прикметник) || *march* (імператив) / *left* (прикметник) || *right* (прикметник) || *left right left* (прикметник + прикметник + прикметник) || *left* (прикметник) | *right* (прикметник) | *left* (прикметник) || *left* (прикметник) | *left* (прикметник) ||

Наведений приклад передає необхідні рухи та команди, які для зручності передачі ситуації спілкування адресанта були виокремлені у різні інтонаційні групи, згідно динамічному ритму військового дискурсу. Рух у дії формується повтором прикметників, як в даному випадку, однак в деяких ситуаціях кореляція вірних рухів під час строєного маршу – повтором числівників (*Match: one,*

two, three, four), які сприяють відтворенню ритму вірних рухів з боку адресатів.

Висновки і пропозиції. Отже, військовий дискурс належить до інституціонального авторитарного дискурсу. Комунікація при вираженні військових команд проходить у формальному форматі спілкування, у ході якого інтенціональний вплив здійснюється з боку адресанту більш високого статусу або рангу. Військові команди відносяться до мовленнєвих актів категоричної директиви.

Усний англomовний військовий директивний мовленнєвий акт передається завдяки спонукальним ситуаціям та включає: волю адресанта, пріоритет його соціального статусу, відсутність свободи вибору адресата, обов'язковість виконання дії.

Військова команда на плаці складається з підготовчої команди, де відбувається пояснення обов'язкової дії завдяки лаконічним фразам-кліше, та команди виконання, в яких пояснюється коли адресат/и повинні виконати команду. Обидві частини реалізуються тільки одним словом, які акумулюють стислість, лаконічність, надзвичайну ясність і точність інтенції мовця.

ВК бувають трьох видів: імперативні (імператив на початку чи наприкінці команди), неімперативні бездієслівні (підготовча команда та команда виконання представляють одне ціле), характерно для окремих команд; та змішані команди (імперативні та бездієслівні команди змінюють один одного), відбувається при передаванні ланцюжка команд.

У коло невирішених питань надходить вивчення інтонаційної структури усних англomовних військових команд, дослідження яких ще не набуло висвітлення у лінгвістичних роботах.

Список літератури:

1. Аккурт В. Є. Структурні особливості мови прокурора як прояв авторитарного дискурсу. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород. 2018. Вип. 5, Том 2. С. 30–33.
2. Беляева Е. И. Грамматика и прагматика побуждения: английский язык. Воронеж : Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 1992. 168 с.
3. Гарбовский Н. К., Мишуров Э. Н. Военный перевод в современном мире (теоретико-методологические, лингвистические, военно-исторические и социально-политические аспекты). *Вестник Московского университета*. Серия 22: Теория перевода. 2010. № 2. С. 16–41.
4. Демидович Т. В. Семантико-стилистический и лингвокультурологический аспекты изучения военной лексики (на материале художественной литературы о Великой Отечественной войне) : дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01. Волгоград, 2015. 218 с.
5. Залужна О., Холодюк О. Граматичні та прагмасемантичні особливості спонукальних висловлювань в англійськомовному публіцистичному дискурсі (на матеріалі заголовків статей онлайн версії The Guardian). *Лінгвістичні Студії*. Випуск 40 (1). 2020. С. 101–111.
6. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.
7. Лисичкіна І. О. Іміджеформувальні чинники військового дискурсу. *Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ*. Серія: Філологія. Педагогіка. Психологія. Вип. 22. 2011. С. 36–39.
8. Михайлова Л. В. Класифікація директивних мовленнєвих актів. *Вчені записки ХГУ «НУА»*. Сучасне суспільство в контексті гуманітарного знання. ХГУ «НУА», 2015. С. 451–456.

9. Отрішко К. А. Особливості наказового способу в англійській та українській мовах. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: Філологічна. Випуск 55. 2015. С. 185–188.
10. Петрова О. Б. Каталогизация побудительных речевых актов в лингвистической прагматике. *Вестник ВГУ*. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. Воронеж, 2008. № 3. С. 124–133.
11. Погонєць В. В. Особливості англомовного військового дискурсу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Філологія. № 39. Том 2. 2019. С. 67–70.
12. Пушкин А. А. Директивно-авторитарный дискурс в кросс-культурном пространстве. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов : Грамота, 2014. № 7 (37): в 2-х ч. Ч. II. С. 172–174.
13. Стаднік І. О. Лінгвістична відповідність понять “воєнний” дискурс vs “військовий” дискурс. *Science and Education a New Dimension. Philology*, IV (22), Issue: 99, 2016. С. 64–65.
14. Формановская Н. И. Прагматика побуждения и логика языка. *Русский язык за рубежом*. 1994. № 5-6. С. 34–40.
15. Швецова В. Е. Лингвистические характеристики авторитарного дискурса. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського*. Лінгвістичні науки. 2013. № 16. С. 250–255.
16. Ярещенко А. П. Повелительное наклонение глагола в языке украинской народности (на материале письменных памятников XIV – первой половины XVII в.) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Х., 1967. С. 4.
17. Teun A. van Dijk. Critical Discourse Analyses. *The Handbook of discourse analysis* / edited by Deborah Schiffrin, Deborah Tannen, and Heidi Hamilton. 2001. P. 352–371.
18. Gibbs J.P. Control: Sociology's Central Notion. Urbana : Univ. of Illinois Press, 1989. 504 p.
19. Kramarae C., Schulz M. and O Barr W.M. eds. Language and Power. Beverley Hills, CA: Sage. 1984. P. 11.
20. LMU AFROTC Det 040, The Basics of Drill and Ceremonies. URL: https://www.youtube.com/watch?v=wYZ_uaTpFO4
21. Squad Drill Demonstration. URL: https://www.youtube.com/watch?v=UWOeK_DoCcQs

Yevdokimova I. O., Savilova L. V., Khapina O. V. ORAL ENGLISH MILITARY COMMANDS AS COMPONENTS OF AUTHORITATIVE DISCOURSE

This article deals with the linguistic analysis of oral English-speaking military commands in authoritative institutional discourse. In the article the oral military command is referred to as a unit of the research on the basis of imperative constructions. Oral military discourse occupies a special place among the types of discourse. Communication takes place in a specific society of interlocutors who are united by a common aim which is to serve the country for the security of its homeland, that allows us relate this discourse to the institutional form of discourse. The authoritarianism of military discourse is manifested in the subordination to higher-ranking speakers on an un-appealable basis whose commands and instructions are carried out without discussion or refusal.

Oral English-speaking authoritarian military discourse has formed a specific layer of vocabulary, developed special terms that are understandable to all speakers of the discourse communication. The authoritarianism of the speech of military commands allows attributing it to the oral directive speech act, the distinctive feature of which includes the lack of freedom of choice on the part of the addressee.

An oral English military directive speech act is realized through a special set of command constructions that allow the military command to be conveyed to the recipient in a short, concise form. The command construction is a compound element that implements two components of the message: the preparatory command and the execution command.

The command construction refers to a text of a small form and is formed of one sentence, if it is a separate command. One-sentence command consists of 1-2 word-commands that are concise clichés-terms which are clear to all recipients of communication.

A command in oral English discourse is conveyed by imperative (verb in the imperative form at the beginning or at the end of the message) and non-imperative non-verbal (preparatory command and the execution command represent one unit) constructions, which are typical for separate commands. While expressing the oral text of a longer duration meaning the chain of commands, there appears to be created the so-called mixed type where imperative verb sentences and non-imperative verb commands inter-correlate and change each other.

Key words: authoritarian military discourse, command, intentional influence, directive speech act, imperative sentences.

Зубач О. А.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

НІМЕЦЬКИЙ ПРОЗОВИЙ ШВАНК: ЛІНГВОКУЛЬТУРНА СПЕЦИФІКА

Статтю присвячено вивченню лінгвокультурної специфіки текстів німецького прозового шванку та структурно-семантичних механізмів формування комічного сюжету та його елементів. Тексти німецького прозового шванку відображають всі можливі сторони реального життя представників німецького лінгвокультурного простору та транслюють лінгвокультурний досвід з метою прагматизації міжкультурної комунікації. Матеріалом для дослідження слугували 15 текстів німецького прозового шванку Till Eulenspiegel, які були переказані Б. Бартос-Хеппнер. Заголовок тексту шванку прогнозує інформативну насиченість сюжету у формі словосполучення (Till Eulenspiegel als Seiltänzer) або простого розповідного речення (Till Eulenspiegel kauft einen Zuber voll Milch). Зав'язка відображає синтагматичні та парадигматичні механізми (процеси субстантивзації die Alten, die Jüngsten, синоніми Schalk, Satanbraten, Lümmel, парні сполучники weder... noch, je öfter... desto, синтаксичні повтори damals ... damals, einmal...einmal тощо) формування комічного сюжету з метою вербалізації лінгвокультурного досвіду у таких категоріях: релігія, традиції, фінанси, рослинний та тваринний світ тощо. Взаємодія синтаксичного та семантичного паралелізму сприяє концептуалізації ознак предмету (Spiegel und Bürste), часу (Wochen und Monate), віку (Kinder und Erwachsene), послідовності (aus zwei wurden drei und sofort). Підґрунтям для утворення компаративних фразеологічних одиниць слугувала слухова (wie ein Frosch), зорова (wie ein Affe), смакова (wie ein Spargel), комунікативна (wie gesagt) діяльність. Розв'язка прагматизує майбутні комічні сюжети одного реального життя. Специфіка сміхової культури представлена мовними одиницями, які позначають різні ступені прояву сміху (lächeln, kichern, vor Lachen Bäuche halten).

Ключові слова: заголовок, зав'язка, розв'язка, шванк, структурно-семантичні риси, сміхова культура, лінгвокультурний досвід.

Постановка проблеми. Сміхова культура є соціально-культурною категорією, оскільки перебуває в тісному зв'язку з розвитком суспільства, фіксує зміни у нормах мовленнєвої поведінки та акумулює ціннісні орієнтири у лінгвокультурному просторі. Специфіка сміхової культури виявляється у продуктивній репрезентації культурного, історичного та соціального розвитку суспільства задля трансляції лінгвокультурного досвіду. Одним із елементів сміхової культури та гумору є шванк, який є своєрідним пререквізитом для формування текстів малої форми з комічним ефектом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Народження шванку як літературного жанру датується XVI ст. [5, с. 29]. Значна частина їх походить з південних і центральних регіонів Німеччини. Вони мали як епічні, так і поетичні форми; їх тематика, дійові особи, цілі та структура варіювалися до того часу, поки в XIX ст. анекдот та жарт як найбільш стиснуті форми не почали витискати його з літературного простору [7, с. 82]. У текстах

шванку того періоду висміюють нижчі верстви духовенства, дворянство, ландскнехтів, студентів і селян [1, с. 8; 6, с. 7].

Дослідження шванку є актуальним і до тепер, оскільки його структурно-семантичні та лінгвокультурні риси найбільш яскраво розкривають умови зародження сміхової культури німецького лінгвокультурного простору та специфіку її сприйняття та вербалізації у міжкультурній комунікації з метою прагматизації комічного ефекту.

У лінгвістичній парадигмі знань студіювали структурно-семантичні аспекти текстів прозового шванку [2; 4] та їх вплив на процеси формування фразеологічної картини світу [3].

Постановка завдання. Метою розвідки є виявлення специфіки становлення текстового прозового шванку як комічного тексту малої форми. Задля досягнення мети передбачено вирішення таких завдань: виявити лінгвокультурну специфіку сучасного тексту прозового шванку у німецькій мові; з'ясувати інтра-та екстралінгвальні чинники формування лінгвокультурного досвіду

у текстах прозового німецького шванку; описати структурно-семантичні механізми впливу на формування комічного тексту прозового шванку та його стилістичні риси.

Предметом дослідження є лінгвокультурна специфіка тексту німецького прозового шванку. Матеріалом для дослідження слугували 15 текстів німецького прозового шванку *Till Eulenspiegel*, які були переказані Б. Бартос-Хеппнер [9].

Методологічною основою вивчення текстів шванку є антропоцентричний підхід, який уможливорює всебічний аналіз людського чинника у процесах комунікації та інтерпретацію позицій автора та його реципієнтів. Використано ряд методів лінгвопрагматичного та лінгвокогнітивного аналізу: структурно-семантичний для виокремлення текстових композицій, контекстуальний для концептуального аналізу текстів прозового шванку, композиційно-стилістичний для фіксації композиційно-мовленнєвих форм та опису стилістичних рис тексту прозового шванку.

Виклад основного матеріалу. Текст прозового шванку складається з компонентів: заголовок, де фіксується концептуальний індикатор інформативної насиченості тексту та специфіка репрезентації лінгвокультурного досвіду; зв'язка як інформаційне скупчення елементів сюжету, які послідовно розкривають суть та мотиви його створення; розв'язка як засіб для розгортання нового комічного сюжету.

Заголовок є концептуально-змістовим ядром, в якому відображено логічну послідовність розташування інформації в тексті. Він може бути презентованим у вигляді словосполучення (*Till Eulenspiegel, Till Eulenspiegel als Seiltänzer, Till Eulenspiegel im Bienenkorb*) або простого розповідного речення (*Till Eulenspiegel kauft einen Zuber voll Milch, Till Eulenspiegel bäckt Eulen und Meerkatzen, Till Eulenspiegel nimmt Dienst bei einem Bartscherer*).

Чоловіче ім'я *Till* є формою імен *Dieter, Theodorich, Dietmar, Theomar, Theobald* та має варіанти (*Tillo, T(hi)ilo, Tille*). Походження імені (afränk. *thiuda*, aniederd. *thiod(a)*, ahd. *diot*, mhd. *mniederd. diet*) має символічне значення *сильна, могутня людина з народу* („*der Mächtige des Volkes*“, „*der Herrscher*“), яке підсилюється регіональним варіантом *стараний, добрий* (nordd. afries. *til* „*tüchtig*“, „*gut*“, „*der Tüchtige*“) [8].

Прізвище *Eulenspiegel* (*Dil Ulenspiegel*, niederd. *Dyl Ulenspegel*) є композицією двох слів *die Eule* та *der Spiegel* (hochd. niederd. „*ule*“, „*Spegel*“). Комічний персонаж *Till* завжди мав із собою

малюнок із двома образами, натякаючи на їх символічне значення (*Wieder malte Eulenspiegel sein Zeichen, die /links eine/ Eule und den /rechts einen/ Spiegel*). Дзеркало *der Spiegel* вважають символом відображення внутрішнього світу, образу та стану людини. Сова *die Eule* має декілька символічних значень: символ темряви та демона, символ самотності або атрибут Христа, який пожертвував собою заради спасіння людства: „Просвітити тих, хто сидить у темряві та тіні смертній...“ (Лк. 1:79), що ймовірно імплікується в тексті „*Da mußte erst dieser Schalknarr kommen, um uns die Wahrheit zu sagen*“. У сучасному світі сова символізує мудрість, розум та пізнання.

Незважаючи на позитивну конотацію імені та прізвища, у текстах *Till Eulenspiegel* сприймається як негативний персонаж, який своєю кмітливостю та жартами маніпулює людьми, обманює їх, водночас, робить із себе дурня та дотепно сприймає кожне їх слово „*Ich habe doch nur getan, was Ihr mich geheißen habt. Vorhin auf der Straße habt Ihr Euer Haus gezeigt und gesagt: >Siehst du die großen Fenster dort? Da geh hinein. < Und nichts anderes habe ich getan. Ich tue immer das, was man mir sagt, und nichts anderes*.“ Він намагається критикувати людей, недоліки суспільства та вважає себе іншою або новою людиною у суспільстві (*Du bist der neue Eulenspiegel*), свої дії – мистецтвом впливу на суспільство (*Das ist nicht weiter als meine Kunst!*).

У зв'язці текстів прозаїчного шванку прогноуються події сюжету та емоції, переживання, поведінкові реакції основних персонажів та відображається специфіка вербалізації лінгвокультурного досвіду, де акумулюється фонові інформація або фонові знання про явища або події реального життя представників німецькомовного простору.

Тваринний світ у тексті прозового шванку позначає тварин, які вважаються цінними для ведення домашнього або сільського господарства, які можна було побачити на ринках (*Katzen, Hunde, Schweine, Gänse, Hühner, Schafe, Ziegen*) або використати для подорожей (*Pferde*). Специфічна мовна репрезентація властивих їм рис, звуків (*Gegacker und Gegrünze*) та поведінкових рухів свідчать про лексичне забезпечення мовного фонду (*Das Pferd trabte plopp, plopp, plopp. Unten am Baum stemmte der Hund die Vorderpfoten gegen den Stamm und hechelte, und der Katzenhase oben fauchte, machte einen krummen Rücken, spuckte vor Zorn um sich und rief immer wieder: »Miau!«*). Світ флори фіксує специфіку природи регіонів Німеччини (*die Berge des Harzes, der*

Elmwald) з великою кількістю листяних дерев (*Kiefer, Fichten, Buchen, Eichen*).

Фінансовий стан відображений у позначенні грошових одиниць, зокрема розмінних монет, якими володіли в основному прості та незаможні люди. Грошові одиниці мають низку номінальну вартість та розкривають специфіку розрахункових відносин у суспільстві. На даний час ці грошові одиниці є вилученими з обігу та їх віднесено до лексичних історизмів: *Heller* – розмінна монета німецьких держав у Середньовіччі і Новому часі, *Pfennig* – монета, яка існувала до запровадження Євро як готівкової валюти в Німеччині, *Stephansgroschen* – монета, цінність якої була вища за пфеніг, та яку можна було отримати лише як пожертвування біля церкви, ймовірно, біля церкви Св. Стефана (*Zwei Stephansgroschen? ... und keinen Pfennig weniger*).

Соціальна структура суспільства відображає класову розгалуженість суспільства (*Burgherr, Junker, Ritter, Bauer*).

Позначення регіонів Німеччини (*im Braunschweigischen, im Schleswig-Holsteinischen, ins Magdeburgische*), міст (*Nürnberg, Erfurt, Leipzig, Hamburg, Quidlinburg*) та держав, які межують з Німеччиною (*Dänemark*) здійснено з метою збереження інформації щодо відносин між державами та землями країни та можливостей вільного безперешкодного пересування людей того часу. Особлива увага прикута до видатного міста Нюрнберг (*die Kaiserburg – die Sebalduskirche – der Schöne Brunnen in Nürnberg*), освітнього центру Ерфурт (*Erfurt war zu seiner Zeit eine große Universitätsstadt*) та академічних титулів (*der Rektor, der Magister, die Professoren*).

Смакові вподобання засвідчено у позначеннях страв (*Entengrütze Froschlöffelkraut, Semmeln Gemüsesuppe, Wildbret*) та напоїв (*Leipziger Allerlei*).

Вірування та традиції відображають особливе ставлення до хрещення дитини, які відбувалося не лише в церкві, але й вдома (*Dein Till, Anna-Wiebke, ist also dreimal getauft: zuerst in der Kirche mit geweihtem Wasser, und dann im Grenzbach mit Entengrütze und jetzt daheim mit dem Brunnenwasser des Eulenspiegelhofes, wie es sich gehört*). Вітання *Griß Gott* та промовляння *Gott segne ...* свідчило про сильну віру в Бога та шанобливе ставлення до служителів церкви (*Abt und Äbtissin, das sind Leute, von denen man sich verneigen muß. Das hat mein Vater schon so gehalten, und ich mach das genauso*).

Зайнятість населення представлена у їх професійній діяльності, що відображає розвиток та досягнення суспільства у певній галузі (*Apotheker, Tänzer,*

Handwerker, Koch, Kürschner, Stallmeister, Schatzmeister, Zauberkünstler), водночас, фіксує негативні сторони життя минулого, які були пов'язані з крадіжками та обманом (*Gaukler, Schuster*).

В тексті поряд з іменами чоловіків *Klaus, Till* та жінок *Anna, Christine* та їх прізвищем вказували й місцевість проживання (*Anna Riebesell aus Fischerhude, Gesine Clasen aus Worpswede, Metta Kreienboom aus Oberneuland, Christine Lütjohann aus Schwachhaus*).

Вартісними металами у тексті представлено бронзу, срібло та золото, які є цінними в цілому світі і до тепер (*... er hat meinem Pferd mit silbernen Nägeln goldene Hufeisen aufgeschlagen. Dort saß der bronzene Eulenspiegel, die Beine übereinandergeschlagen, die Hände um die Knie gelegt, und lächelte.*), що свідчить про мультикультурність світу.

Духовний розвиток лінгвокультурного соціуму закарбований у сприйнятті багатовікового досвіду людства, що представлено в тексті як життєві постулати реального життя (*ich will dort anfangen, wo das Dasein eines jeden von uns beginnt, nämlich in den Windeln. Wo eine Sache hergekommen ist, da gehört sie auch wider hinein! Solange man jung ist, sollte man sich umsehen in der Welt. Man muß es nehmen, wie es kommt. Alles andere ist reine Erfindung!*).

Специфіка лінгвокультурного досвіду експлікується крізь структурно-семантичні механізми формування тексту прозового шванку та його стилістичні риси. Словотворчі механізми продукують словотворчі моделі, які адаптувалися в лексичній системі та включилися в системні відношення в мові, не збуджуючи побічних уявлень та асоціацій у словах (*Narr, Narrengewand, Narrnutz, Narrenkram, Narrenkappe, Narrheiten, närrisch*) та у словотворчих конструкціях (*die Burg von Ampleben – Amplebener, Kneitlingen mit Namen – Kneitlinger*).

Результати процесів субстантивації прикметників або дієприкметників представлені у номінаціях: вікова ознака (*die Alten, die Jüngsten*); родині зв'язки (*Bekannte und Verwandte*); релігія (*die Heiligen*); поведінкові риси (*der Allerfleißigste*); соціальний статус (*die Armen*); смакові традиції (*Gebratenes und Geräuchertes*). Лексичні історизми в текстах вказують на активність мовної одиниці в певний час та її паралельне вживання у мовленні, але з певним дефініціюванням (*die Amme, Plötzlich sprach ihn ein Bratscherer an, wie die Frisöre damals genannt wurden*).

Фразеологічний фонд у текстах прозового шванку відображено через компаративні фразео-

логізми, які утворені на засадах зіставлення спільних ознак, закладених у національний менталітет як результат семантичної спаяності компонентів внаслідок зорової (*ein Affe, wie der Himmel, wie mein Vater*), слухової (*wie ein Frosch*), смакової (*wie ein Spargel*), дотикової (*wie ein Hölzchen, wie am Spieß*), комунікативної (*wie verbredet, wie gesagt, wie gerufen*) діяльності. Фразеологічні сполучення (*auf die Welt kommen, übers Knie brechen, einen Esel das Lesen und Schreiben lehren, den Esel einen Esel bleiben lassen, ruck zuck, an der Nase herumführen*) є відображенням інтелектуальної та логіко-мисленнєвої діяльності, в основі яких лежить констатація фактів. Фразеологічні вирази (*Kommt Zeit, kommt Rat. Das I und das A gehen ihm schon leicht von der Zunge. Alles muss seine Ordnung haben. Das trifft sich ja wie bestellt. Man muss es nehmen, wie es kommt. Es fällt kein Apfel zu Boden*) є компресією мовленнєвих актів, які відтворюють багатовіковий досвід з метою відображення ситуативного мовлення.

Антонімічні ряди у тексті прозового шванку утворюються на засадах протилежності співвіднесених понять та забезпечують контрастну характеристику образів, що надає більшої категоричності подіям у часовому просторі (*... als die Kirchturmuhre mit der kleinen Glocke die vier Viertel der vollen Stunde schlug, um mit der großen Glocke die zwölf Schläge zur Mitternacht nachzusehen ...*, *... und um Eulenspiegel herum standen linke Schuhe, große und kleine, hohe und niedrige, ledernde und leinene, von Männern und Frauen, Kindern und Erwachsenen*). Поряд з антонімічними рядами в текстах спостерігаємо семантичні повтори, які сприяють лаконічності передачі інформації при збереженні її смислу, полегшують розуміння послідовності подій в тексті (*vom ersten Augenblick – im gleichen – im nächsten – bis zum letzten*) та встановлення семантичних зв'язків між його компонентами (*Mein ganz schönes Leben zog noch einmal an mir vorüber; gute Zeiten, schlechte Zeiten, und immer war ich ich selber geblieben, vom ersten Augenblick bis zum letzten, und es war wirklich nicht schwer, von einer Welt in die andere zu gehen*).

Синонімічні ряди утворюють слова тотожні за семантичними ознаками та стилістичними відтінками, які в тексті є легко замінюваними задля підвищення виразності мови та уникнення одноманітності. Синонімічні ознаки в текстах прозового шванку створюють іменники на позначення людини, яка робить дурниці (*dieser Schalk, dieser Taugenichts, dieser Tunichtgut, dieser Satansbraten, dieser Lummel, dieser Galgenstrich*), („Dieser

Schalk, dieser Narr, dieser Galgenstrich“, rief er, „dem werde ich's zeigen!“)

Синтаксичні повтори в тексті прозового шванку виступають як засіб інтенсифікації впливу автора, передачі різної модальності дії, як засіб мовленнєвої характеристики персонажу та його емоційного стану (*Wieder blieb Till eine Zeitlang daheim, und wieder war er eines Tages verschwunden, als er sah es nicht mehr aushielt. Er nahm Arbeit an, wo es sich ergab, einmal bei einem Pfarrer, einmal als Hofjunge bei einem Junker, einmal als Turmbläser beim Grafen von Anhalt. Damals, in der Nacht, als ich gestorben bin, stand das Fenster des Spitals offen, sie hatten ja alle soviel Angst vor der Pest. Na ja, damals starb man daran wie heute die Leute bei einem Verkehrsunfall*.) Взаємодія синтаксичного та семантичного паралелізму формується внаслідок механізмів концептуалізації ознак предмету (*auf Leib und Beine, nach Gestalt und Schritt, Spiegel und Bürste, Haus und Hof, Hof und Garten*), часу (*Abend für Abend, Monat für Monat, Tag für Tag, Jahr für Jahr, Wochen und Monate*), віку (*Kinder und Erwachsene*), послідовності (*aus einem Krug wurden zwei, aus zwei wurden drei und sofort / Der ersten Bäuerin folgte die zweite*).

Для виявлення здивування виявляємо в тексті вигук, які не вказують на певну ситуацію, а викривають її суть з метою забезпечення експресивно-емоційної виразності тексту (*He, he, wie soll ich denn das verstehen? Oh, Ihr Magdeburger! „Ja – ja – ja –“, kam es von unten*).

Окличні речення висвітлюють інформаційну мету, внутрішній стан та реакцію на певні події та можуть посилювати очікування (*Gute Hühner, junge Hühner!*), попередження (*Backen soll! Baken soll!*), здивування (*Ein Wunder! Ein Wunder! Ein Wunder!*), радості (*Brav so, brav!*), відчай (*Windelweich werde ich dich schlagen!*), нереальне бажання (*Da soll doch das heilige Donnerwetter gleich dreimal dreinschlagen!*). Вживання підрядних порівняльних речень (*wie sich denken lässt, wie es seine Gewohnheit war, wie es der Zufall wollte, wie euch bekannt sein dürfte*) задіяно з метою акцентування логічного осмислення ситуацій та інтелектуального упорядкування обробленої інформації.

Парні сполучники використовуються з метою вираження різноманітних відтінків семантико-синтаксичних відтінків та посилення мовленнєвої образності твору (*Je öfter Till auf dem Weg nach Süden eine Herberge brauchte, desto leerer wurde sein Beutel, und je näher er der Stadt Nürnberg kam, desto heftiger grübelte er darüber nach, wie er wieder zu füllen wäre*).

Специфіка сміхової культури репрезентована мовними одиницями, які спонукають до сміху

(zum Lachen bringen, Witze machen) та позначають різний рівень прояву сміху (*lächeln, kichern, vor Lachen Bäuche halten*).

Розв'язка є непередбачуваною та через стислість та виразність мовного оформлення є своєрідним конденсатором майбутньої авантюрної композиції, поєднуючи час і простір, знання та досягнення, бажання та потреби паралельних реальностей минулого та сьогодення (*Diese Frage- und Antwortspiel ging eine ganze Zeitlang hin und her*). Її функція – розгорнути новий сюжет навколо одного моменту життя (*Das war zwar gut gedacht, aber noch lange nicht gut getan, ...*), мета – транслювати лінгвокультурний досвід сміхової культури (*Dort saß der bronzene Eulenspiegel, die Beine übereinandergeschlagen, die Hände um die Knie gelegt, und lächelte*).

Висновки і пропозиції. Текст прозового шванку є комічним текстом малої форми, в якому зображено всі сторони суспільного й приватного життя представників лінгвокультури. Основними ознаками тексту є логічність викладу сюжету, вибору механізмів для мовленнєвих реалізацій смислу комічного та засобів парадигматичного і синтагматичного зв'язку в тексті. Композиція німецького прозового шванку складається з заголовку як концептуального маркера майбутнього сюжету, зав'язки як сукупності елементів сюжетної композиції, інформативної щільності та розв'язки як основа для створення комічного у лінгвокультурному просторі.

Перспективою подальшого розвитку вбачаємо вивчення дискурсивних рис німецького прозового шванку.

Список літератури:

1. Балашов Н. И. Немецкие шванки и народные книги XVI века. М. : Художественная литература, 1990. 639 с.
2. Мукатаєва Я. В. Становлення та еволюція жанру шванку. С. 175–176. <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/novitfilolog/12/100.pdf>
3. Панкратова Е. С. Фразеологический потенциал немецких шванков XVI века. 10.02.04 : автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М. : Моск. гос. лингв. ун-т, 2017. 24 с.
4. Рохлина Т. А. Языковая репрезентация комического в жанрах немецкой смеховой культуры (на примере немецкого прозаического шванка) : 10.02.04. дис. ... канд. филол. наук. М. : Моск. гос. лингв. ун-т, 2016. 175 с.
5. Bausinger H. Schilbbürgergeschichten. Betrachtungen zum Schwank. *Wunderseltsame Geschichten*. Kümmerle, 1983. Nr. 384. S. 25–58. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:21-opus-53375>
6. Jäckel G. Deutsche Schwänke des 15. und 16. Jahrhunderts. Berlin, 1962. 398 S.
7. Sieber F. Deutsche Schwänke. Halle (Saale): Mitteldeutscher Verlag, 1953. 72 S.
8. <https://www.babelli.de/till/>

Список ілюстративних джерел:

9. Bartos-Höppner B. Till Eulenspiegel. 2. Aufl. Würzburg: Arena, 1995. 109 S.

Zubach O. A. GERMAN MERRY TALE: LINGUOCULTURAL SPECIFICITY

The article is devoted to the study of the linguocultural specificity of the German merry tale and of structural and semantic mechanisms of the formation of a comic plot and its elements. The German merry tales reflect all possible aspects of the real life of the people of the German linguocultural space and share the linguocultural experience to pragmatize the intercultural communication. The German merry tales Till Eulenspiegel, which were new narrated by B. Bartos-Hoeppner, were examined. The title of these merry tales predicts the informative richness of the plot in the form of a phrase (Till Eulenspiegel als Seiltänzer) or a simple narrative sentence (Till Eulenspiegel kauft einen Zuber voll Milch). The plot reflects syntagmatic and paradigmatic mechanisms (processes of substantivization die Alten, die Jüngsten, synonyms Schalk, Satanbraten, Lümmel, paired connections weder... noch, je öfter... desto, syntactic repetitions damals... damals, einmal... einmal, etc.) of formation of comic plot for verbalizing linguocultural experience in some categories: religion, traditions, finance, flora and fauna, etc. The interaction of syntactic and semantic parallelism contributes to the conceptualization of the features of the subject (Spiegel und Bürste), time (Wochen und Monate), age (Kinder und Erwachsene), sequence (aus zwei wurden drei und sofort). The basis for the formation of comparative phraseological units was auditory (wie ein Frosch), visual (wie ein Affe), taste (wie ein Spargel), communicative (wie gesagt) activities. The outcome of the plot explicates future comic stories of one real life. The specificity of laughter culture is represented by language units, which denote different degrees of laughter (lächeln, kichern, vor Lachen Bäuche halten).

Key words: title, plot, outcome, merry tale, structural and semantic features, laughter culture, linguocultural experience.

Ковальова Т. П.

Поліський національний університет

Хант Г. О.

Поліський національний університет

ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ МОВНОЇ ГРИ В РЕКЛАМНОМУ ТЕКСТІ

У статті проаналізовано лексичні засоби створення ігрових прийомів та особливості їх функціонування у слоганах німецькомовної комерційної реклами. З'ясовано, що для моделювання мовної гри використовуються лексико-стилістичні ресурси, зокрема каламбур, оксиморон, антитеза, метафора, метонімія, а також різні види фразеологічних трансформацій.

До поширених засобів створення мовної гри в рекламних слоганах належить каламбур. Смислова двоплановість каламбуру, що виникає внаслідок обігрування різних значень слова/слів, надає слоганам жартирливого відтінку і викликає емоційну реакцію адресата. Співзвучність окремих лексем використовується також з прагматичною метою, а саме для створення позитивного образу об'єкта реклами.

Лудична (ігрова) функція стилістичних фігур протиставлення – оксиморона та антитези реалізується завдяки їх спроможності створювати смислову амбівалентність шляхом поєднання непокєднуваного або протиставлення понять, які не є протилежними, та між якими не існує семантичної співвіднесеності. Створені у такий спосіб слогани вражають парадоксальністю, їх прагматичне завдання – передати ідею унікальності товару, заінтригувати і зацікавити адресата.

Одним із виявів лінгвокреативності авторів реклами є використання метонімічних та метафоричних конструкцій. Метафоричні вирази тяжіють до поєднання елементів, які належать до віддалених понятійних сфер, що створює ефект несподіваності. Поширеним видом метонімічного перенесення є заміна якості та її носія – репрезентація рекламованого продукту через номінацію його відмінної риси. Спостерігається тенденція до поєднання метонімічного та метафоричного переосмислення компонентів, що породжує складні, семантично насичені, багатозначні образи.

На рівні фразеології виявом ігрової стратегії є трансформації фразеологічних одиниць, які слугують засобом увиразнення, а також допомагають встановити контакт з адресатом, залучити його до мовної гри. Лексичні заміщення спрямовані на відображення у слоганах інформації про об'єкт реклами і зосереджують на ньому увагу реципієнта. Семантичні перетворення спричиняють повернення до тлумачення фразеологічних одиниць у буквальному смислі, що породжує двозначність та створює комічний ефект.

Виявлені засоби створення мовної гри надають рекламним слоганам новизни та експресивності, активізують увагу адресата та сприяють реалізації прагматичної мети рекламної комунікації.

Ключові слова: мовна гра, каламбур, оксиморон, антитеза, метафора, метонімія, фразеологічні трансформації, рекламний слоган.

Постановка проблеми. У сучасній лінгвістиці велика увага приділяється дослідженню творчих можливостей індивіда у використанні мовних засобів. Проблема мовної творчості, як зазначає Т. О. Грідіна, постає «не тільки як прояв індивідуальності мовної особистості, а й як процес виявлення потенціалу мови, не реалізованого в узусі та нормі» [3, с. 3]. Одним із явищ, які виявляють співвідношення стереотипного і творчого компонентів у мовленнєвій діяльності, є мовна гра (далі – МГ).

Феномен МГ вже досить тривалий час цікавить представників різних наукових напрямків. Сам термін був введений у науковий обіг видатним філософом ХХ століття Людвігом Вітгенштайном. У концепції вченого МГ постає як єдність мови та дії: «Мовною грою я буду називати також ... мову і дії, з якими вона переплетена» [2, с. 83]. Отже, Вітгенштайн вкладав у це поняття широкий зміст, розуміючи МГ як будь-який вид діяльності з використанням мови, а не лише як випадки, в яких мовець вдається до нестандарт-

ного вживання мовних одиниць з метою досягнення певного ефекту.

Зростаючий інтерес мовознавців до даної проблеми зумовлений тим, що наразі МГ широко використовується в багатьох сферах спілкування і вважається «характерною ознакою сучасної мовної ситуації» [5, с. 58]. Численні факти використання МГ, на думку В. Васильченка, вказують на низку тенденцій, зокрема пошук зручних та оригінальних форм реалізації авторських намірів, способів розкриття глибокого виражального потенціалу мовної системи [1].

Прийоми МГ активно експлуатуються в різних сферах масової комунікації, насамперед у рекламному дискурсі. Насиченість великою кількістю мовноігрових елементів є вирізною ознакою сучасного рекламного тексту, до першорядних завдань якого належить привернення уваги потенційних споживачів. Прийоми МГ слугують ефективній реалізації цієї функції, адже роблять мову «незвичною, позбавляють її автоматизму сприйняття» [1], створюють оригінальний вербальний образ рекламованого товару. Крім того, МГ має виражений сугестивний потенціал, є потужним засобом впливу на адресата реклами [6, с. 83]. Як зазначає Т. В. Крутько, ігрові маніпуляції сприяють досягненню прагматичного ефекту рекламного тексту, який полягає у «спонуканні адресата до виконання певних, запрограмованих рекламодавцем дій» [8, с. 209].

Актуальність нашої розвідки зумовлена необхідністю дослідження теоретичних і практичних аспектів феномену МГ як вияву лінгвокреативної діяльності мовної особистості. Вивчення функціонування ігрових прийомів у рекламному дискурсі постає особливо важливим з огляду на те, що МГ є текстотвірним чинником сучасного рекламного тексту, що виявляється у різноманітних формах на всіх рівнях мовної системи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. МГ є складним лінгвістичним явищем, що твориться за допомогою широкого арсеналу лінгвальних засобів під впливом багатьох екстралінгвістичних чинників. Сьогочасне осмислення МГ у лінгвістиці відзначене застосуванням різних наукових підходів до вивчення цього явища. Як наслідок, виникають різні трактування терміну «мовна гра», в яких відображено багатогранну сутність цього феномену.

Досить усталеним є розуміння МГ як феномену, що базується на порушенні суб'єктом мовлення правил вживання мовних одиниць. Тлумачення МГ у протиставленні мовній нормі

відображено в низці енциклопедичних словників. Зокрема в енциклопедичному словнику за редакцією Л. Ю. Іванова (2003) МГ розуміється як «творче, нестандартне (неканонічне, таке, що відхиляється від мовної / стилістичної / мовленнєво-поведінкової / логічної норми) використання будь-яких мовних одиниць та / або категорій для створення дотепних висловлювань, у тому числі – комічного характеру» [9, с. 802].

Водночас дослідники наголошують на тому, що порушення літературної норми з боку мовця є цілеспрямованою дією з метою досягнення певного ефекту: «Мовна гра ... ґрунтується на навмисному (свідомому, продуманому) порушенні системних відношень мови ... з метою створення неканонічних мовних форм і структур, які набувають внаслідок цієї деструкції експресивного значення і здатності викликати у слухача / читача естетичний та, в цілому, стилістичний ефект» [16, с. 657-658]. В. З. Санніков вважає, що при МГ мовець навмисно допускає мовну неправильність, «яка саме так і розуміється слухачем» [14, с. 26].

На думку В. І. Шаховського, МГ «не є злоякісним порушенням мовних і мовленнєвих форм», а лише «результатом їх оригінального, нестандартного варіювання» [17, с. 260]. Цю точку зору поділяють й інші мовознавці. Зокрема Т. В. Крутько під МГ розуміє «нестандартне варіювання форми та змісту різнорівневих мовних засобів, яке створює неоднозначність, оригінальність, експресивність з метою досягнення прагматичного ефекту» [8, с. 210]. К. І. Куманіцина зауважує, що у випадку МГ йдеться не про порушення норми, а про становлення і реалізацію нового типу ситуативно обумовленої норми – комунікативної, яка визначається завданнями певного тексту [10, с. 165-166].

Іншими науковцями МГ трактується як вид мовленнєвої поведінки, що апелює до естетичного сприйняття творчого використання мовних засобів. Так, Б. Ю. Норман визначає МГ як «...творчість у мові, орієнтацію на приховані естетичні можливості мовного знаку» [12, с. 168]. Науковець виокремлює основні риси МГ, а саме: а) МГ обов'язково містить естетичний аспект, пов'язаний із задоволенням, яке учасники комунікації отримують від відчуття краси та витонченості мовлення; б) МГ дуже часто націлена на досягнення комічного ефекту; в) МГ поєднується із порушеннями мовних норм, які не є безсистемними та випадковими, а підпорядковуються певним закономірностям [11].

Важливою для теоретичного осмислення феномену МГ є також думка Т. О. Грідіної про

те, що МГ є особливою формою лінгвокреативного мислення, яка виявляє здатність особистості до неординарного мовного самовираження. Дослідниця вважає, що формування мовної компетентності індивіда не обмежується лише пасивним засвоєнням мови, а також передбачає здатність впливати на мову, творчо застосовуючи отриманий досвід [3, с. 12–44]. З таким баченням перегукується погляд І. Е. Сніховської, яка розуміє МГ як «процес і результат інтенціональної, нестереотипної, лінгвокреативної діяльності індивіда з метою створення певного прагматичного ефекту» [15, с. 124].

Численні дослідження феномену МГ проводяться в контексті вивчення лінгвістичних аспектів реклами. Так, Ю. М. Шульженко пропонує визначення МГ із врахуванням особливостей її функціонування в рекламному тексті: «мовна гра – це усвідомлене порушення мовних правил і закономірностей функціонування мовних одиниць, що існують у свідомості певного суспільства або індивіда, яке використовується для досягнення максимального успіху рекламного тексту як способу продажу рекламованого товару» [18, с. 231].

У вітчизняному мовознавстві творення прийомів МГ у рекламному дискурсі системно розглянуто на матеріалі української та англійської мов, зокрема такими науковцями, як І. В. Біляк, О. В. Гаргаєва, О. В. Дерпак, Д. М. Добровольська, І. Ф. Кайда, М. В. Каспрова, Н. В. Кондратенко, Т. В. Крутько, Н. Ф. Непийвода, І. Прожогіна, О. С. Телетов, С. Г. Телетова, Ю. М. Шульженко та іншими. Значно менш дослідженою вітчизняними мовознавцями є реалізація ігрових прийомів у німецькомовній рекламі (див., наприклад, праці О. В. Дзикович, М. М. Носенко, К. В. Рибачок), тому ця проблема вимагає подальшого розгляду.

Постановка завдання. Традиційно прояви МГ досліджуються із врахуванням субстанціональної природи одиниць різних рівнів мовної системи. **Мета** цієї статті – розглянути способи реалізації МГ у рекламному тексті за допомогою одиниць лексичного рівня. Досягнення цієї мети передбачає вирішення таких завдань: 1) виявити лексико-стилістичні та фразеологічні засоби творення МГ у рекламному тексті; 2) дослідити функціональний потенціал ігрових прийомів, зокрема у досягненні прагматичної мети рекламної комунікації.

Об'єктом нашого дослідження виступає МГ як специфічний різновид мовотворчої діяльності. Предмет дослідження – лексичні засоби творення ігрових прийомів та особливості їх функціонування в рекламному тексті. Матеріалом дослі-

дження слугували 100 слоганів німецькомовної комерційної реклами, відібрані з інтернет-джерел.

Виклад основного матеріалу. Слоган є важливим вербальним компонентом рекламного тексту, що має стислу, але виразну, ємку за змістом форму і здатний здійснювати сильний вплив на думки і почуття адресата реклами. Однією з головних функцій слогана є атрактивна функція, яка полягає у здатності привернути увагу й зацікавити реципієнта. Реалізації цієї функції слугують прийоми МГ, оскільки їх використання надає слоганам більшої новизни і неочікуваності, ніж використання узуальних мовних одиниць.

Серед усього різноманіття лексичних прийомів МГ найвагоміше місце належить **каламбур**у (грі слів). Каламбур є усталеним прийомом нестандартного, ігрового використання мовних засобів, спрямованого на досягнення комічного ефекту. Як зауважують дослідники, у низці сучасних лінгвістичних термінологічних словників та енциклопедій все ще можна зустріти обмежене розуміння МГ як каламбуру [7, с. 82]. Проте наразі більшість мовознавців дотримуються думки, згідно якої поняття МГ є ширшим, ніж поняття каламбуру, і не допускають їхнього отождествлення.

Каламбур розуміють як стилістичний прийом, побудований на комічному обігруванні різних значень однакових або схожих за звучанням слів, а також різних значень однієї одиниці [13, с. 49]. Популярність каламбуру в рекламній комунікації пов'язана з його високим потенціалом у реалізації прагматичної функції спілкування – спонукання адресата до певної дії та реакції. Цьому сприяє дотепна оболонка каламбуру, яка маскує справжню мету реклами, нейтралізує можливе негативне сприйняття її аудиторією і посилює мотивацію споживачів [13, с. 48].

Розглянемо приклади каламбуру, побудованого на основі звукових співпадінь. У слогані реклами пива «*Abends BIT, morgens fit!*» (Bitburger) графічно виділена скорочена назва пива BIT римується з прикметником *fit*. У такий спосіб імплікується зв'язок між споживанням продукту та гарною фізичною формою споживача. В іншому прикладі назва торгової марки молочних продуктів *Landliebe* співзвучна з лексемою *Liebe*, що має позитивне емоційне забарвлення: «*Liebe ist, wenn es Landliebe ist*» (*Landliebe*). Подібним чином побудований слоган реклами пива Warsteiner – «*Das einzig Wahre*», в якому обігрується співзвучність назви напою *Warsteiner* та прикметника *wahr* («істинний», «справжній»). Як і в попередніх прикладах, контекстуальне

зближення співзвучних слів утворює зв'язок між назвою товару та лексемами позитивної оцінки, що дозволяє представити об'єкт реклами у вигідному світлі та у прихований спосіб спонукає адресата придбати рекламований продукт.

Використання каламбуру надає слоганам оригінальної, яскравої форми, яка зацікавлює адресата й викликає в нього естетичні почуття. Наприклад, у слогані «...*bitte ein Bit*» (*Bitburger Pilsener*) поєднання подібних за звучанням слів відтворює фразу, яку промовляють, купуючи пиво: «Будь ласка, один Біт!». У слогані компанії *Homann Feinkost*, виробника гастрономічних делікатесів, жартівливо обігрується співзвуччя назви компанії *Homann* та вигуку *Oh Mann!*, що виражає здивування: «*Homann-oh-mann, sind die gut!*». Імплицитний зміст цього повідомлення – споживач буде у захваті, придбавши рекламований товар.

Гра слів привносить у слогани елемент несподіваності. Наприклад, у слогані «*Er kann, sie kann, Nissan*» (*Nissan*) заміном прогностованого елемента *es kann* виступає близькозвучна одиниця – назва марки автомобіля *Nissan*. «Такий прийом дозволяє створити ефект ошуканого очікування, який є одним із найдієвіших засобів привернення уваги» [8, с. 210]. Аналогічний ефект викликають слогани «*Bigger, Better, Burger King*» (*Burger King*), «*Gut, besser, Gösser*» (*Gösser Bier*), в яких останній елемент висловлювання є непередбачуваним, оскільки семантично не узгоджується з попереднім змістом, при цьому зберігаючи деяку звукову подібність.

Розглянемо приклади каламбуру, який базується на двозначності внаслідок вживання омонімічних слів. У слогані реклами пива *König Pilsener* «*Das König der Biere ist das Bier der Könige*» каламбур будується на зіставленні різних значень однакових за звучанням слів – нормативної лексеми *der König* («король») та оказіональної лексеми *das König*, яка співвідноситься з назвою марки пива. Вживання оказіоналізму з артиклем *das* відсилає до родового поняття «пиво» (*das Bier*), яке належить у німецькій мові до середнього роду. Аналогічним чином побудовано каламбур у слогані «*Hast ein Kaiser – bist ein Kaiser!*» (*Kaiser Bier*), в якому двозначність виникає завдяки обігруванню значень омонімічних лексем – узуального іменника *der Kaiser* та оказіональної лексеми *das Kaiser*. В обох прикладах каламбур надає висловлюванню оцінного значення, оскільки імплікує зв'язок між споживанням рекламованого продукту та підвищенням соціального статусу адресата.

Способом моделювання омонімічного каламбуру можуть виступати іншомовні слова. Наприклад, каламбур у слогані реклами дезодоранту *Fa* «*Wie Fa willst du gehen?*» (англ.: «*How Fa will you go?*») побудований на збігу звучання власної назви *Fa* та англійського прислівника *far* («далеко»), завдяки чому виникає гумористичний ефект.

Розглянемо приклади каламбурів, що виникають завдяки полісемії. Обігрування різних значень одного слова спостерігаємо у слогані компанії з управління водними ресурсами *Aggervverband* «*Wasser, wir wissen, wie's läuft*». Дієслово *laufen* вживається водночас у значенні «бігти (про воду)» та у значенні «відбуватися (про події)», яке реалізується, зокрема, у виразі «*Wie läuft's?*» («Як справи?»). Таким чином, слоган може бути прочитаний двоюко – «Вода, ми знаємо, як вона тече» та «Вода, ми знаємо, як це відбувається / як ідуть справи». На зіставленні прямого й переносного значень слова побудований слоган реклами ковбасних виробів «*Deutsche Wurst – Alles andere ist Käse*». У даному контексті на переносне значення лексеми *Käse* – «нісенітниця» накладається її пряме значення – «сир». Це породжує подвійний смисл, адже слоган можна тлумачити як «Німецькі ковбаси, все інше – сир» та «Німецькі ковбаси, все інше – нісенітниця», і спричиняє комічний ефект.

Продуктивним засобом МГ в проаналізованих слоганах виступає стилістична фігура оксиморону, яка будується на поєднанні двох понять, що суперечать і логічно виключають одне одного. Використання **оксиморону** створює парадоксальні рекламні слогани, наприклад: «*Gefährlich schön*» (*Wilde Engel*); «*Die gefährlich guten Fleischsnacks*» (*Bell Snapero (CH)*); «*Gefährlich köstlich*» (*Avantissimo*); «*Das gefährlich verführerische Eau de Parfum*» (*007 for Women*). У наведених прикладах лексема *gefährlich* вживається як прислівник-інтенсифікатор до атрибутів, що називають позитивні якості, внаслідок чого виникають парадоксальні за змістом сполучення – «небезпечно гарний», «небезпечно ласий», «небезпечно звабливий». На поєднанні несумісних за змістом понять – «заборонений» та «вигідний» / «хороший» базуються слогани «*Verboten gut*» (*Chocomel*); «*Verboten günstig*» (*FlexStrom*); «*Verboten gute Preise*» (*Sorttex*); «*Himliss weich, verboten gut*» (*Schärdinger Paradieska*).

Оксиморон «*Genial verrückt*» (*Harzinger*) поєднує розбіжні поняття – «геніальність» та «божевільня», що створює алогічний образ, який має заінтригувати споживача, передати ідею унікальності товару та викликати бажання придбати його. Оксиморон «*Leider lecker*» (*Bacardi Oakheart*)

створює гумористичний ефект, оскільки виражає протиріччя між змістом висловлювання і здоровим глуздом – рекламодавець удавано жалкує, що створений ним харчовий продукт є смачним. Неочікуваний спосіб вираження викликає зацікавленість адресата, а отже, слугує реалізації прагматичного завдання реклами.

Використання **антитези** в якості прийому МГ виявляє певні особливості. Зокрема, механізм створення антитези в рекламних слоганах базується на відношеннях, що виходять за межі антонімії в точному значенні слова. Способом створення антитези стають, наприклад, синоніми, які в контексті набувають антонімічного значення: «*Wohnst du noch oder lebst du schon?*» (IKEA); «*In Bayern daheim. In der Welt zu Hause*» (Erdinger Weißbier). Найчастіше для створення протиставлення використовуються контекстуальні (оказіональні) антоніми, між якими поза контекстом не існує антонімічних відношень, наприклад: «*Klein aber fein!*» (12Ender Verlag); «*Kleine Torte statt vieler Worte*» (Yes Tarty); «*Volldampf statt Kohldampf*» (95 Grad); «*Acerpes statt Herpes*» (Acerpes). Зіставлення слів, які не є протилежними за змістом, не мають семантичної співвіднесеності, сприяє експресивному поживленню мовлення, зацікавлює реципієнта і залучає його до самостійного пошуку смислів.

До проявів МГ на лексичному рівні відносяться метафори та метонімії, завдяки яким формується «інтерпретаційне багатоголосся» [3]. Особливістю **метафоричних виразів** є сполучення слів, що належать до віддалених семантичних сфер. Зокрема, відбувається перенесення ознак об'єктів фізичного світу на абстрактні явища: «*Mach dein Leben fruchtiger*» (Andros); «*Fruchtiger Sommer für Genießer*» (Arko); «*Durst ist wasserlöslich*» (Lichtenauer Mineralwasser); «*Lass dir das Leben schmecken*» (Bioborn); «*Gesundheit, die schmeckt*» (Ernährung Meier). Абстрактним поняттям – «життя», «літо», «спрага», «здоров'я» надаються атрибути, що зазвичай характеризують фізичні об'єкти, зокрема харчові продукти – «фруктовий», «розчинний», «смакувати».

Іншу групу метафор складають персоніфікації, створені шляхом перенесення властивостей людини на неживі предмети або явища. Зокрема, емоційні, когнітивні та соціальні характеристики людини переносяться на поняття з лексико-семантичних груп «харчові продукти», «одяг», «косметичні засоби» тощо: «*Apfelwein von glücklichen Äpfeln*» (Fichtekranz); «*Das smarte Bier*» (5,0 Original); «*Einfach glückliche Schuhe*» (Alegria); «*Das neue Selbstbewusstsein Ihrer Haut*»

(Ayer). Як наслідок, утворюється модель, яка представляє об'єкт реклами через позитивні характеристики особистості, що посилює прихований вплив реклами на споживачів.

Серед видів **метонімічного перенесення** найчастіше зустрічається заміна якості та її носія, наприклад: «*Vertrau pink. Vergiss Flecken*» (Vanish). У наведеному слогані рекламований товар, пральний порошок Vanish, представлено через акцентну деталь – рожевий колір упаковки товару. Метонімічні конструкції репрезентують також споживача через номінацію його характерної якості або стану: «*Dein Durst kann was erleben*» (Gerolsteiner) – «спрага» замість «люди, які відчують спрагу»; «*Für verwöhnte Gaumen*» (Delaforce) – «вибагливий смак» замість «людина, що має вибагливий смак». Метонімія «*Und der Hunger ist gegessen*» (Snickers) побудована на порушенні причинно-наслідкових зв'язків – іменник «голод» вжито замість «продукт, який втамовує голод».

У більшості слоганів спостерігаємо поєднання метонімічного й метафоричного переосмислення компонентів. Так, у слогані «*Durex love Sex*» (Durex) назва товару «Durex», яка вживається в метонімічному значенні, замість «люди, які купують цей товар», водночас є компонентом персоніфікації. У слогані «*Treffpunkt des guten Geschmacks*» (Ahrenshof Massenheim) метонімія, побудована на заміні назви носія номінацією його якості («хороший смак» замість «відвідувачі, що мають хороший смак» або «страви, що добре смакують»), водночас стає компонентом генетивної метафори. У слогані «*Musik für den Gaumen*» (Gault Millau) метонімічне заміщення назви людини номінацією її органу смаку поєднується з метафоричним вживанням лексеми *Musik* у значенні «задоволення». У слогані «*Knackiger Spaß im Glas*» (Berentzen) відбувається метонімічна заміна назви продукту назвою ефекту, який він викликає – *Spaß*, надалі на це абстрактне поняття переноситься фізична якість – *knackig*, що призводить до формування метафори «хрумке задоволення». Переплетіння метафоричних та метонімічних образів породжує оцінні смисли, що закріплюють у свідомості споживачів позитивний імідж рекламованого товару.

На рівні фразеології прийомом МГ виступають **фразеологічні трансформації**. На думку В. Г. Дідковської, потужний експресивний потенціал трансформацій пов'язаний з високим ступенем зовнішньої впізнаваності фразеологізмів та їхнім зв'язком із загальним фондом мовних знань автора та читача [5, с. 59]. Розглядаючи фразеологічні трансформації, ми дотримуємося

широкого підходу стосовно визначення фразеологічних одиниць, згідно якого до фразеологізмів відносять не лише ідіоми, а й фразеологічні вирази – прислів'я, приказки, фразеологічні сполучення, крилаті слова [4, с. 111]. Проведений у роботі аналіз трансформацій ґрунтується на класифікації дослідниці Н. Б. Дем'яненко, яка виокремлює: 1) семантичні трансформації (наповнюють фразеологічний зворот новим змістом при збереженні його лексико-граматичної цілісності); 2) лексичні трансформації, при яких відбувається заміна одного або декількох компонентів фразеологізму; 3) морфологічні трансформації, що полягають у заміні граматичної форми одного або декількох компонентів; 4) синтаксичні трансформації, при яких відбувається зміна у компонентному складі фразеологічної одиниці (розширення або звуження) [4, с. 111–114].

Виявлені в слоганах трансформації фразеологічних одиниць відбуваються переважно за рахунок введення **нових лексичних елементів**. Розглянемо приклади модифікації прислів'їв. Як прецедентні тексти прислів'я добре відомі носіям певної мови і культури, тому будь-які варіації створюють експресивний ефект, загострюють увагу реципієнта, активізують процес його мислення, адже змушують порівнювати з традиційним варіантом.

Лексичні заміщення елементів спрямовані на відображення в слоганах інформації про: а) рекламований продукт: «*Essen gut, alles gut*» (Knorr), вихідний варіант прислів'я – «*Ende gut, alles gut*»; «*Vorbeugen ist besser als husten*» (Ricola Kräutertee), від «*Vorbeugen ist besser als heilen*»; «*Kleider machen Firmen*» (Boco Bekleidung), від «*Kleider machen Leute*»; б) виробника або торгової марки: «*Einmal Wagner – immer Wagner*» (Wagner Pizza), від «*Einmal Bürgermeister, allzeit Bürgermeister*»; «*Reden ist Silber – Kupferberg Gold*» (Kupferberg Sekt), від «*Reden ist Silber, Schweigen ist Gold*». Таким чином, модифікації сприяють кращому запам'ятовуванню рекламowanego товару та його виробника, які пов'язуються відтепер з відомим висловом.

Приклади лексичних заміщень (переважно у поєднанні зі змінами у компонентному складі) фіксуємо також у структурі інших фразеологізмів, наприклад: 1) «*Liebe auf den ersten Schluck*» (Bissinger Auerquell), від «*Liebe auf den ersten Blick*»; 2) «*Alles Müller, oder was?*» (Müllermilch), від «*Alles in Butter?*», є також алюзією на назву книги К. Віттмана «*Alles in Butter – oder was? Eine Geschichte um Milch und Macht*»; 3) «*Die wecken den Tiger in Dir!*» (Kellogs Frosties) відсилає як до фразеологізму «*schlafende Hunde wecken*», так і до

відомого вислову німецького поета Йозефа фон Айхендорфа «*Du aber hüte dich, das wilde Tier zu wecken in der Brust, dass es nicht plötzlich ausbricht und dich selbst zerreißt*» [19].

У наведених прикладах лексеми-субститути стають вербальними маркерами, що репрезентують об'єкт реклами. Так, у прикладі (1) лексема *Schluck* утворює асоціативний зв'язок з поняттям «напій», у прикладі (2) слово-субститут *Müller* співвідноситься з назвою марки *Müllermilch*, тоді як в останньому прикладі (3) новий лексичний компонент *Tiger* відсилає до оформлення упаковки товару, на якій зображений тигр, що має символізувати енергію та силу, якою харчовий продукт заряджає споживачів.

Прикладом **семантичних перетворень** фразеологічних одиниць, які дослідники відносять до фразеологічних каламбурів [10, с. 166], може слугувати слоган авіакомпанії LTU «*Wir möchten Sie auf die Palmen bringen*». Комічна тональність слогана виникає завдяки семантичній багатозначності: ідіоматичний вираз *j-n auf die Palmen bringen*, що має значення «розлютити, вивести із себе», розуміється в даному контексті в буквальному сенсі та інтерпретується як бажання авіаперевізника відвезти подорожуючих до теплих країн.

Експресивних відтінків слоганам надають також **синтаксичні трансформації** фразеологічних одиниць, зміни їх компонентного складу, наприклад: «*Kleider machen Leute – und Verpackungen Produkte*» (Hager Papprint). Введені у прислів'я «*Kleider machen Leute*» додаткові слова виражають об'єкт реклами, зосереджуючи на ньому увагу реципієнта.

Зазначимо, що у рекламних слоганах спостерігається поєднання фразеологічних інновацій різних видів. Так, синтаксичні трансформації можуть супроводжуватись лексичними субституціями та семантичними перетвореннями – відродженням дослівного значення фразеологізму. Прикладом тому слугує слоган німецької компанії *Apollo-Optik*, виробника оптичних приладів: «*Wir haben nur Ihre Augen im Kopf*». Ідіоматичний вираз *keine Augen im Kopf haben* має значення «бути неуважним, не слідкувати», проте вилучення компоненту *keine* та додавання елементів *nur Ihre* спричиняє повернення до буквальному розуміння виразу – «мати очі в голові». Унаслідок цього слоган інтерпретується як запевнення в тому, що виробник піклується про зір споживачів.

Трансформації оновлюють мовностилістичну виразність фразеологічних одиниць, надають їм нових семантичних відтінків. Адресат реклами

безпомилково розпізнає модифіковані висловлювання, які актуалізують у його свідомості «широкий спектр контекстів, залучаючи його до мовної гри» [8, с. 210]. Зі свого боку встановлення інтенсивного контакту з адресатом посилює прагматичний вплив реклами на аудиторію.

Висновки і пропозиції. Проведений аналіз дозволив виявити лексико-стилістичні та фразеологічні засоби творення МГ у слоганах німецькомовної комерційної реклами, а також визначити функціонально-прагматичні особливості ігрових прийомів у рекламному тексті. З'ясовано, що продуктивними засобами моделювання МГ є каламбур, оксиморон, антитеза, метафора, метонімія, а також різні види фразеологічних трансформацій.

Серед видів каламбуру найчастіше зустрічаються такі, в яких обігруються схожі за звучанням слова. Співзвучними виявляються номінації об'єкта реклами та лексеми з позитивним емоційним забарвленням, що дозволяє представити об'єкт реклами у вигідному світлі, сформулювати позитивне ставлення до нього споживачів. Каламбури, що базуються на омонімії та полісемії, характеризуються двозначністю, яка породжує гумористичний ефект. Завдяки каламбуру створюються дотепні оригінальні слогани, що привертають увагу, викликають почуття естетичної насолоди та емоційну реакцію адресата.

Лудичну (ігрову) функцію в проаналізованих слоганах виконують також стилістичні фігури протиставлення, зокрема оксиморон та антитеза. Завдяки оксиморону, в якому поєднується непоєднуване, створюються слогани, що вражають неочікуваністю і парадоксальністю. Використання протилежних понять має на меті передати ідею унікальності рекламованого товару, а, з іншого боку, свідоме створення смислової амбівалентності, що є порушенням логічної норми, виступає прийомом створення комічного. Особливістю функціонування антитези в якості ігрового прийому є протиставлення понять, які не є протилежними, або між якими фактично неможливі відношення протилежності, оскільки вони не мають спільних семантичних ознак. Способом створення

антитези стають контекстуальні (оказіональні) антоніми або синоніми, використання яких спонукає реципієнта до самостійного пошуку зв'язків між протиставленими явищами.

Ігрові конструкції, що будуються на поєднанні метонімічного й метафоричного переосмислення компонентів, створюють складні, багатозначні образи. Особливістю метафоричних виразів є поєднання слів, що належать до віддалених понятійних сфер, зокрема ознаки об'єктів фізичного світу (харчових продуктів) переносяться на абстрактні явища, а властивості людини – на неживі об'єкти (одяг, продукти харчування тощо). Серед видів метонімічного перенесення найчастіше фігурує заміна якості та її носія – репрезентація об'єкта реклами через номінацію його найбільш значущої характеристики, що дозволяє створити ємкий і виразний образ.

Виявом ігрової комунікативної стратегії на рівні фразеології стають трансформовані фразеологічні одиниці, функція яких полягає в увиразненні мовної форми слоганів, наближенні рекламного тексту до аудиторії, залученні її до мовної гри. Лексичні заміщення спрямовані на відображення в слогані інформації про об'єкт реклами, що зосереджує на ньому увагу реципієнта. Семантичні, а в деяких випадках і синтаксичні перетворення, спричиняють вживання фразеологічної одиниці водночас у буквальному і переносному значеннях, що породжує двоїстість смислу та надає слоганам гумористичного звучання.

Зазначені засоби реалізації мовної гри надають рекламним слоганам додаткових емоційно-експресивних відтінків, чим привертають увагу аудиторії та забезпечують ефективну реалізацію прагматичної мети рекламної комунікації, спрямованої на регуляцію поведінки споживачів.

Проведене дослідження не вичерпує усієї проблеми виявлення механізму реалізації мовної гри в рекламному тексті. Перспективи розвитку порушеної у статті теми ми вбачаємо в аналізі моделювання мовної гри в рекламному тексті засобами різних мовних рівнів, а також дослідженні ігрових прийомів реклами в лінгвокультурному аспекті.

Список літератури:

1. Васильченко В. Гра з мовою. URL: <https://uain.press/blogs/v-yacheslav-vasylchenko-gra-z-movoju-690863> (дата звернення: 12.01.22).
2. Витгенштейн Л. Философские работы: в 2-х ч. / пер. с нем. М. : Гнозис, 1994. Ч. 1. 612 с.
3. Гридина Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург : Урал. ГПИ, 1996. 215 с.
4. Дем'яненко Н. Б. Фразеологічні трансформації у польській, українській та російській мовах. Мовні і концептуальні картини світу. 2016. Вип. 57. С. 111–115.
5. Дидковская В. Г. Языковая игра в текстах современной литературы // Вестник Череповецкого государственного университета. 2013. № 2, Т. 2. С. 57–61. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-igra-v-tekstah-sovremennoy-literatury/viewer> (дата звернення: 12.01.22).

6. Кондратенко Н. В. Мовна гра в рекламному теледискурсі як вияв лінгвокреативу. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2019. № 38, Т. 3. С. 83–86.
7. Космеда Т. Риторика українців: порушення норми як мовна гра. *Studia Ukrainica Posnaniensia*. 2013. Vol. I. P. 81–90.
8. Крутько Т. В. Мовна гра як спосіб досягнення прагматичного ефекту рекламного тексту. Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. К. : Логос, 2012. С. 209–216.
9. Культура русской речи : энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева. М. : Флинта ; Наука, 2003. 840 с.
10. Куманицина Е. И. Феномен языковой игры в СМИ. Вестник ВолГУ. 2005. Сер. 2, Вып. 4. С. 165–168.
11. Норман Б. Ю. Игра на гранях языка. URL: https://royallib.com/read/norman_boris/igra_na_granyah_yazika.html#0 (дата звернення: 22.01.22).
12. Норман Б. Ю. Язык: знакомый незнакомец. Минск : Высшая школа, 1982. 220 с.
13. Паныпань В., Выхованец Н. А. Особенности использования каламбура в рекламном тексте. Ученые заметки ТОГУ. 2016. Т. 7, № 3 (2). С. 47–50. URL: https://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2016/TGU_7_134.pdf (дата звернення: 11.01.22).
14. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. М. : Языки славянской культуры, 2002. 547 с.
15. Сніховська І. Е. Структурно-синтаксична неоднозначність як засіб мовної гри. Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету ім. М. Коцюбинського. Сер.: Філологія. 2007. Вип. 9. С. 124–129.
16. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / 2-е изд., испр. и доп. / под. ред. М. Н. Кожинной. М. : Флинта ; Наука, 2006. 696 с.
17. Шаховский В. И. Эмоциональная коммуникация через языковую игру / Коммуникативные исследования : Современная антология. Волгоград, 2003. С. 253–262.
18. Шульженко Ю. М. Принципи реалізації мовної гри у рекламному тексті. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Сер.: Філологія. Соціальні комунікації. 2020. Т. 31 (70), № 1. Ч. 2. С. 231–235.
19. Zitate berühmter Menschen. URL: <https://beruhmte-zitate.de/zitate/1979604-joseph-von-eichendorff-du-aber-hute-dich-das-wilde-tier-zu-wecken-in-der/> (дата звернення: 09.02.22).

Kovalyova T. P., Khant G. O. MEANS OF LANGUAGE GAME IMPLEMENTATION IN THE ADVERTISING TEXT

The article presents an analysis of lexical means aimed to create language game techniques and their functional peculiarities in the slogans of commercial German advertising. It is stated, that lexical and stylistic resources are used to model the language game, including pun, oxymoron, antithesis, metaphor, metonymy, as well as various types of phraseological transformations.

Pun is a common means of creating a language game in advertising slogans. The semantic duality of the pun, which arises as a result of the play on different meanings of a word/words gives the slogans a humorous note and causes an emotional reaction of the addressee. The consonance of lexical units is also used for pragmatic purposes, namely, to create a positive image of the object of advertising.

The ludic (game) function of stylistic figures of opposition – oxymoron and antithesis is realized due to their ability to create semantic ambivalence by combining incompatible concepts or opposing concepts which are not opposite in meaning and between which there is no semantic relationship. The slogans created in this way are impressively paradoxical, their pragmatic task is to convey the idea of the uniqueness of the product, to intrigue and interest the recipient.

One of the manifestations of linguistic creativity of advertising copywriters is the use of metonymic and metaphorical constructions. Metaphorical expressions tend to combine elements that belong to remote conceptual areas, which creates the effect of unexpectedness. A common type of metonymic transfer is the replacement of quality and its carrier – the representation of the advertised product through the nomination of its distinctive feature. There is a tendency to combine metonymic and metaphorical components, which generates complex, semantically capacious, ambiguous images.

At the level of phraseology, the game strategy is manifested in transformations of phraseological units, which function as an expressive device and also help to establish contact with the addressee, to involve him in the language game. Lexical substitutions are aimed at displaying information about the object of advertising and focusing the recipient's attention on it. Semantic transformations cause the literal interpretation of phraseological units, which creates ambiguity and produces a comic effect.

The analyzed means of language game are used to give advertising slogans novelty and expressiveness, activate the addressee's attention and help to achieve the pragmatic purpose of advertising communication.

Keywords: language game, pun, oxymoron, antithesis, metaphor, metonymy, phraseological transformations, advertising slogan.

Козачишина О. Л.

Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського

Малащук-Вишневецька Н. В.

Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського

Мосійчук А. В.

Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського

КАТЕГОРІЯ ЧАСУ ЯК ЗАСІБ ТВОРЕННЯ ТЕКСТОВОГО СВІТУ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО ПОЛІФОНІЧНОГО РОМАНУ (на матеріалі роману Джонатана Сафрана Фоера «Everything is Illuminated»)

Стаття присвячена вивченню особливостей темпоральної організації художнього тексту як засобу створення художнього світу сучасного англomовного поліфонічного роману. Робота спирається на положення теорії М. Бахтіна, у якій «поліфонія» визначається як множинність самостійних голосів та свідомостей і розглядається як ознака діалогічності художнього тексту. Поліфонічність може проявлятися на різних рівнях тексту і мати як вербальне, так і невербальне втілення.

Дослідження здійснюється на матеріалі роману американського письменника Джонатана Сафрана Фоера «Everything is Illuminated». Твір є яскравим прикладом сучасного постмодерністського роману-хроніки, що містить декілька різномірних текстів, написаних від імені різних оповідачів.

Аналіз вербальних та невербальних маркерів часу дав можливість встановити, що темпоральна структура текстових світів роману являє собою складне багаторушне утворення, рівні якого співвідносяться з рівнями структури загального художнього світу тексту. Особливості організації текстового світу створюють широкі можливості використання різних часових форм, що забезпечує тісне переплетення теперішньої дійсності з минулим та майбутнім. Події передаються через ретроспекцію та, меншою мірою, проспекцію, а також паралельну лінію сучасного осмислення минулих подій і їх наслідків для життя головних героїв. При цьому мова кожного окремого наратора створює свій власний світ, що переривається вставками зі світів інших персонажів. Ефект поліфонії, заснований на поєднанні рівноправних самостійних сюжетних ліній та хронологічних вимірів, реалізує ідею суб'єктивності часу і слугує допоміжним засобом розкриття авторського задуму. Категорія часу у романі несе концептуальне навантаження, виступає корелятом історичної пам'яті, засобом усвідомлення власної ідентичності через розуміння своєї історії.

Ключові слова: постмодерністська проза, поліфонія, поліфонічний роман, текстовий світ, категорія часу, темпоральний вимір, проспекція, ретроспекція.

Постановка проблеми. Поняття «поліфонія» як літературне явище бере свої витoki у роботах М. М. Бахтіна, який вперше використав термін «поліфонія» у метафоричному сенсі стосовно творів художньої літератури, запозичивши його із музикознавства. Під цим терміном М. М. Бахтін розумів множинність самостійних голосів та свідомостей як вияв діалогізму художнього тексту [2, с. 7]. Вчення М. М. Бахтіна знайшло подальший розвиток у працях вітчизняних та зарубіжних дослідників як лінгвістичного, так і літературознавчого напрямків, які

зазвичай не протиставляються, а органічно співіснують та збагачують один одного.

Ключовою у теорії М. М. Бахтіна є думка про обов'язкову присутність у тексті множинних голосів-свідомостей, що взаємодіють між собою. Важливою є також теза про те, в одній і тій самій свідомості можуть співіснувати голоси-свідомості різних персонажів, які наповнюють чужими словами внутрішнє мовлення персонажа, ускладнюють його своїми акцентами, дискутують з голосом цього персонажа. В цьому, власне, і полягає один із

виявів діалогізації. Принцип діалогізації проявляється і в тому, що у внутрішній боротьбі персонажа, спрямованій на вибір найбільш близької точки зору, активну роль відіграє автор, оскільки «свідомість героя, його почуття та бажання <...> з усіх боків, як кільцем, охоплені завершальною свідомістю автора про нього та його світ» [3, с. 16–17].

Активність автора має особливий, діалогічний характер – вона запитує, провокує, відповідає, погоджується, заперечує; чужа свідомість не вставляється в оправу авторської, вона розкривається зсередини, як така, що знаходиться ззовні та поруч. У поліфонічному романі автор виступає носієм напружено-активної єдності персонажа та всього твору. Автор не лише бачить і знає все, що бачить кожний герой і всі герої разом, автор бачить і знає дещо таке, що їм принципово недоступне [3, с. 16–17].

Таким чином, концепція поліфонії М. Бахтіна органічно пов'язана з принципом діалогізації: автор веде постійний діалог з безліччю голосів-свідомостей, які, в свою чергу, полемізують одна з одною. Разом з тим, у цьому діалозі беруть участь не лише сам автор та створені ним персонажі, а й читач, який мусить слідкувати за ходом дискусії та обирати близьку собі точку зору. І в цьому полягає ще один вияв діалогізації художнього тексту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наразі існує значна кількість праць, присвячених вивченню поліфонії у текстах різних жанрів. Об'єктом дослідження в них виступають мовні засоби створення поліфонії в цілому [1], або ж акцент робиться на певних мовних одиницях і вимірах (лексичних [6], темпорально-граматичних [7], ритмічних [14], лінгво-прагматичних [12], наратологічних [11], семіотичних [5]) та їхній ролі в поліфонічній організації тексту.

Проте, незважаючи на численні розвідки в цій галузі, складна багатогранна природа явища поліфонії залишається недостатньо чітко визначеною, вербальні та невербальні засоби вираження поліфонії на різних рівнях організації тексту – лише частково окресленими.

Постановка завдання. Саме це і визначає актуальність даної розвідки, метою якої є спроба висвітлення ролі темпоральної організації художнього дискурсу як важливого засобу створення художнього світу сучасного поліфонічного твору.

Матеріалом для аналізу слугує автобіографічний роман американського письменника Джонатана Сафрана Фоера «Everything is Illuminated» (в українських перекладах «Все ясно» та «Все

освітлено»), що є яскравим прикладом сучасної постмодерністської поліфонічної прози з притаманними їй експериментаторством та суперечливістю, мультимодальністю, наявністю множинних перспектив, контамінованістю точки зору та мовною нестабільністю [див. 5, с. 11; також 11; 16].

Виклад основного матеріалу. Твір вибудовується як роман-подорож, що описує поїздку американського єврея Джонатана Фоера до українського міста Трохимброд з метою втілити мрію свого покійного діда знайти жінку, що врятувала його під час Другої Світової війни. У подорожі його супроводжує одесит Олександр (Алекс) Перчов, юний перекладач, який разом зі своїм дідусем допомагають американцю у його пошуках. «Фактичним же сенсом романних перипетій стає пошук двома такими несхожими персонажами своєї ідентичності, зрозуміти яку неможливо, не знаючи власного коріння і витоків, що, як з'ясувалося, нерозривно пов'язані з Голокостом» [8, с. 30; див також 4; 10, с. 26–28]. Роман, в якому поєднані епістолярний та оповідний стиль викладу, занурює читача в світ Джонатана Фоера та в світ молодого одесита. Саме ці два персонажа виступають основними, однак далеко не єдиними, призмами свідомості, крізь які читач сприймає текстову дійсність.

Твір можна назвати романом-хронікою з сімейного життя, що містить декілька різномірних текстів, написаних від імені різних оповідачів [10, с. 25]. Характеризуючи даний роман, Ю. Ткачук [13] вбачає у ньому три типи тексту. Оповідачем першого тексту є Джонатан Фоер, Другий текст роману являє собою оповідь Алекса Перчова. Третій текст можна розглядати як ланку, що поєднує перший та другий тексти. Це листи від Алекса до Джонатана, з яких ми дізнаємося, що уривки з першого тексту – це роман, який зараз пише Джонатан і відсилає Алексу для прочитання, а уривки з другого тексту – це інший роман, який пише українець Алекс і в свою чергу відсилає Джонатану. Таким чином, кожен з авторів одночасно виступає читачем та коментатором тексту іншого.

Окреслений тип організації текстового світу створює широкі можливості використання різних часових форм та вимірів, що забезпечує тісне переплетення теперішньої дійсності з минулим та майбутнім. При цьому мова кожного окремого наратора створює свій власний світ, що ніби переривається вставками зі світів інших персонажів. Таким чином створюється ефект багатоголосся, заснований на поєднанні рівноправних самостійних сюжетних ліній та хронологічних планів. Як

зазначає Т. Денисова, у романі Дж. С. Фоера взагалі немає нічого лінійного, однозначного. Мандрівка героя описується через спогади-листи-перекази з послідовністю психологічно-асоціативною, а не хронологічною [8, с. 33].

У результаті дослідження темпоральної структури текстових світів твору виявлено, що вона являє собою складне ієрархічне утворення, рівні якого співвідносяться з трьома рівнями структури художнього світу роману. [див. 9, с. 8–11]. Найнижчу ланку (мікрорівень) складають множинні мікросвіти окремих персонажів. Середній – макрорівень – зображає рух сюжетної лінії і являє собою поєднання груп взаємодіючих мікросвітів персонажів. Найвищий ярус темпоральної структури тексту виступає як мегарівень, тобто загальний рух сюжетного часу, що зіставляє та поєднує усі нижчі рівні у структуроване ціле.

Притаманна даному твору зміна типів викладу призводить до чергування мікросвітів персонажів та оповідачів, кожен із яких перебуває у власній точці відліку і власному «теперішньому». Їх поєднання, нерідко абсолютно несподіване, призводить до зіткнення різних фокусів бачення ситуації, яке створює текстову напругу. Іноді важко сказати, у чиї перцептивні рамки поміщається певний фрагмент тексту. Формальною ознакою такого зіткнення слугує посторінкова або ж навіть по-рядкова зміна граматичних форм дієслова, свого роду стрибки в часі, що зумовлює миготливу динаміку темпорального розвитку сюжетної лінії на мікрорівні. Прикладом може слугувати дещо гротескна сцена всезагальної плотської любові у день святкування заснування Трохимброду, де спостерігаємо переключення часових форм дієслів у межах обмеженого контексту однієї-двох сторінок.

Приклад 1: *The rain intensified, and paraders drank themselves sick on homemade vodka and beer. People made wild, urgent love in the dark corners where houses met and under the hanging canopies of weeping willows. <...>*

From space, astronauts can see people making love as a tiny speck of light. Not light, exactly, but a glow that could be mistaken for light – a coital radiance that takes generations to pour like honey through the darkness to the astronaut's eyes.

In about one and a half centuries – after the lovers who made the glow will have long since been laid permanently on their backs – metropolises will be seen from space. They will glow all year. Smaller cities will also be seen, but with great difficulty. Shtetls will be virtually impossible to spot [15, с. 95–96].

Головна лінія розвитку сюжетного часу відбувається на макрорівні який так само як і мікрорівень, є різновекторним та нелінійним, коливаючись між кількома лініями власних мікросвітів.

Окрім посторінкової пульсації хронологічного виміру мікрорівня та коливального руху в межах макрорівня, у романі спостерігається також вихід за межі сюжетного теперішнього, який здійснюється вертикальними зламами „вниз”, „углиб”, в минуле, що постає як ретроспекція, та „вгору”, у майбутнє – як проспекція [див. 9, с. 16].

Ретроспекція відіграє істотну роль у темпоральній структурі художнього світу аналізованого роману. Розкриваючи окремі фрагменти минулого життя героїв, вона формує базу для розуміння поведінки героїв в теперішньому. Відсутність хронологічної впорядкованості подібної ретроспективної інформації стимулює творчу активність читача, який намагається зіставити усі фрагменти загадки, що сприяє діалогізації художнього тексту.

У романі «Все ясно» ретроспекція базується на трьох різних ракурсах зображуваних подій. Перший ракурс пов'язаний з тим, що історична лінія роману, за задумом і ідеєю сама по собі є ретроспективною – занурення вглиб у минуле усіх попередників американця Джонатана, що приїздить в Україну аби дізнатись більше про свою рідню і жінку, що врятувала його діда. І навіть у цьому цілісному макросвіті існують безліч персонажів і мікросвітів теж з наявними ознаками ретроспекції (наприклад, коли один з персонажів Янкель пригадує своє життя з дружиною і що йому довелося пережити після розставання).

Другий ракурс подає нам основну об'єднуючу лінію твору – пошуки жінки, що врятувала життя дідусеві Сафрана – у листах-згадках українця і американця.

Третім аспектом є спогади дідуса Алекса, у яких відкриваються трагічні сторінки його минулого (загибель односельців та рідних, вимушена зрада). Таким чином, ретроспекція ніби допомагає читачеві прослідкувати логічний ланцюг подій, що прояснюють поведінку героя у сучасному вимірі, і дозволяє зрозуміти причинно-наслідкові зв'язки певних ситуацій (зокрема, антисемітські висловлювання дідуса, його самогубство у кінці твору тощо).

Іншим хронологічним виміром роману є проспекція, яка, аналогічно ретроспекції, призупиняє поступальний розвиток сюжетного часу, але порушує його у зворотному напрямку. Представленість проспекції у тексті є незначною, а способи вираження залежить від її актуалізації в часі зображуваному чи в часі переживаному.

Домінуючою у часі зображуваному можна вважати фактуальну перспекцію [див. 9, с. 16], яка повідомляє про певний майбутній з позицій минулого факт, невідомий персонажам, проте добре відомий творцеві вигаданого світу. Подібна семантична неузгодженість створює текстову напругу:

Приклад 2: *He would be the subject of many paintings one day, when the children then watching grew old and sat with water-colors on their crumbling stoops: "But he didn't know then, and neither they did, just as none of them knew that I would one day write this"* [15, 93].

Перспекція у часі переживаному зазвичай передає намагання персонажа зазирнути у майбутнє чи спрогнозувати його. Вона реалізується переважно у внутрішньому мовленні і супроводжується авторською ремаркою *he/she hoped, imagined, believed, thought etc.*

Приклад 3: *Entering his own room, he imagined that he would die in his bed that night. He imagined how Brod would find him in the morning. He imagined the position he would be in, the expression of his face. He imagined how he would feel, or not feel* [15, 85].

Головна функція перспекції у романі полягає у забезпеченні текстової напруги та поглибленні характеристики персонажів.

На концептуальну важливість категорії часу у семантичному просторі роману вказує значна увага автора до темпоральних маркерів сюжетної лінії. Візьмемо для прикладу назви частин твору: *An Overture to the Commencement of a Very Rigid Search; The Beginning of the World often Comes; The Lottery 1791; An Overture to the Encountering the Hero, and Then Encountering the Hero; The Book of the Recurrent Dreams, 1791; Falling in love 1791–1796; Another Lottery, 1791; Going Forth to Lutsk; Falling in love 1791–1803; Recurrent Secrets, 1791–1943; A Parade, a Death, a Proposition, 1804–1969; The very rigid search; The Dial 1941–1804–1941; Falling in Love; The Wedding Reception was so extraordinary! Or It All Goes Downhill After the Wedding, 1941; The Dupe of Chance, 1924; The Thickness of Blood and Drama, 1934; What We Saw when We Saw Trachimbrod, or Falling in Love; Falling in Love, 1934–1941; An Overture to Illumination; Falling in Love 1934–1941; Illumination; The Wedding reception was so extraordinary! Or The End of the moment that Never Ends, 1941; The Firsts Blasts, and Then Love, 1941; The Persnickety of Memory, 1941; The Beginning of the World Often Comes, 1942–1791.*

З 26 заголовків 16 мають пряму вказівку на час подій у вигляді дат, а 5 з решти 10 імплікують час

або послідовність подій: наприклад «*overture*» (вступ, прелюдія до чогось); «*beginning*» (початок); «*recurrent*» (повторюваний у часі, періодичний). Темпоральний відрізок, охоплений сюжетом роману, триває з 1791 року, причому історична лінія включає період з 1791 по 1942 рік, а інша лінія описує період, що є сучасним для героїв роману, 90-і роки XX століття. Варто зазначити, що точного початку і хронології дій сучасної лінії роману немає, дати зазначаються лише у листуванні героїв, (1997–1998 роки). Про те, коли саме почались пошуки і відбулась зустріч Алекса і Джонатана, читач може лише здогадуватись. Знаємо лише точно, що сама подорож тривала лише п'ять днів, бо на це дещо іронічно вказує сам автор («*comedy of errors lasted five days*»).

Цікавою є також хронологія частини «*The Dial 1941–1804–1941*» та «*The Beginning of the World Often Comes, 1942–1791*». Ми отримуємо тут не лише підтвердження коливального руху часу в романі – хід туди і назад, але й циклічність, завершеність і замикання часового кола і, відповідно, лінії роману.

У частині «*The Dial 1941–1804–1941*» йдеться про одруження Бріда (головної героїні історичної лінії твору) та нещасний випадок, внаслідок якого було серйозно травмовано її чоловіка Колкера. І хоча чоловік залишився живим, у нього розвинулась важка психічна хвороба, що зруйнувала їх з Брідом спільне життя. Усі ці події відбуваються 1804 року, але зв'язок з 1941 усе ж є. Символом цієї частини є зазначений у назві сонячний годинник (*Dial*), який з'явився саме в той період, коли Брід народжувала свою третю дитину, а її чоловік назавжди залишив цей світ:

Приклад 4: *Only minutes later, o perhaps at the exact moment of the birth – the house was so consumed with new life that no one was aware of new death – Shalom-then-Kolker-now-Safran died, never having seen his third child. Brod later regretted not knowing precisely when her husband passed away. <...> The men at the flour mill, who wanted so desperately to do something kind for Brod, something that might make her love them as they loved her, chipped in to have the Kolker's body bronzed, and they petitioned the governing council to stand the statue in the centre of the shetl square as a symbol of strength and vigilance, which, because of the perfectly perpendicular saw blade, could also be used to tell more or less accurate time by the sun* [15, 139].

Далі час пришвидшується, і за пару абзаців ми дізнаємось про те, як збігли роки, люди, вважаючи пам'ятник символом доброї удачі,

з'їжджались до нього звідусіль й потирали його на щастя. Вірив у це і нащадок Колкера, який, одружуючись у 1941 році, звернувся до пам'ятника з проханням: «*Great-great-great-grandfather, don't let me hate who I become*». Таким чином, можна зробити припущення, що основна часова лінія – це все ж 1941 рік, адже відповідно до назви частини дата «1804» є ніби вкрапленням (ретроспекцією) в перебіг 1941 року, яке дає ключ до розуміння подальших вчинків героїв, а також роз'яснює і висвітлює наступне розгортання сюжету вже в 1941 року.

Розділ «*The Beginning of the World Often Comes, 1942–1791*» теж дає нам підстави стверджувати про наявність часової циклічності, причому у цьому випадку – оберненої, що ніби окреслює і замикає коло подій роману (ця частина книги є завершальною). Саме 1942 року, святкуючи Трохимів День (Trachimday), усі жителі Трохимброду згадували ті далекі доісторичні часи їхнього штетла, відколи і зародилась ця традиція. Це є одночасно і завершенням, і кульмінацією твору (читач уже знає з паралельної сюжетної лінії, що саме через кілька годин у місто ввірвуться нацисти і розстріляють усіх євреїв, і в загальній атмосфері жаху та смерті дідусеві Алекса доведеться видати ворогам свого кращого друга). І знову ж таки автор, створюючи сюжетне напруження, звертається до категорії часу, передаючи її на письмі не лише вербально, але й графічно. Відтягуючи момент трагедії, автор змушує момент зупинитись:

Приклад 5: *My grandfather and his young, tremendously pregnant wife walked up to the shore to watch the dive.*

(Here it is almost impossible to go on, because we know what happens, and wonder why they don't. Or it's impossible because we fear that they do.)

When the Trachimbrod float reached the toy and pastry stands, the Float Queen was given the signal by the Rabbi to throw the sacks into the water. Mouths opened. Hands were separated – the first halves of applause. <...> She threw them high into the air
.....
.....
.....*They stayed there*..... <...> [15, 270].

Наступних дві сторінки оформлені аналогічним чином – безліч крапок – що ніби символі-

зуються протяжність моменту, і поодинокі вкраплення речень, останнє з яких звучить так: «*There is still time*». Варто зазначити, що перші декілька сторінок книжки теж порожні. Автор ніби змушує читача відстрочити читання, проходячи увертюру перед початком першого розділу книжки «*An Overture to the Commencement of a Very Rigid Journey*».

Цікавою є загальна темпорально-просторова організація художніх світів роману, адже різні сюжетні пласти існують в творі одночасно, поперемінно стаючи то теперішньою дійсністю, то минулим, то вигаданою сюжетною лінією, що ніби і існувала в минулому, але може також містити проекції на майбутнє. Прикладом може слугувати сюжетна лінія, пов'язана з дідусем Алекса. Історія його життя безпосередньо переходить у площину сьогодення в момент його розповідей, оскільки він знову відтворює ці події, при цьому вона відноситься і до минулого, що є своєрідною грою з часом. Ці самі спогади відтворюються через призму іншого героя твору – американця, що пише на їх основі художній твір про свою родину, додаючи вигадані факти з вкрапленнями майбутнього.

Висновки і пропозиції. Як бачимо, багатогранна структура текстового простору роману дозволяє автору подолати лінійність хронологічного виміру задля розкриття складних взаємозв'язків між зображуваними подіями і персонажами. Можна зробити висновок, що категорія часу в аналізованому тексті несе концептуальне навантаження, набуває символічного значення, виступаючи корелятом історичної пам'яті, засобом усвідомлення власної ідентичності через розуміння своєї історії. Герої повертаються у минуле, щоб виправити сучасність та рухатись вперед.

Здійснене дослідження охоплює лише один з вимірів поліфонії у художньому тексті і стосується передусім конкретного мовного матеріалу. Багато аспектів аналізованої проблеми потребують подальшої розробки. Можливими перспективами майбутніх досліджень можуть бути як інші виміри поліфонії у романі «Все ясно», так і вивчення загальних закономірностей використання категорії часу у сучасній постмодерністській поліфонічній прозі.

Список літератури:

1. Амвросова С. В. Языковые средства полифонии в художественном тексте (на материале английских романов 20 века) : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. М., 1984. 195 с.
2. Бахтин М. М. Проблемы творчества Достоевского. Киев : Next, 1994. 511 с.
3. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М. : Искусство, 1986. 445 с.
4. Бежан О. Проблема пам'яті в романі Джонатана Сафрана Фоера «Усе освітлено». *Літературознавчі обрії*. Випуск 16. К. : Інститут літератури ім. Т. Г. Шевченка НАН України, 2010. С. 80–84.

5. Білецька О. В. Методика дослідження графосеміотичного кодування наративної поліфонії в англійському постмодерністському художньому тексті. *Записки з романо-германської філології*. № 1 (36). 2016. С. 11–22.
6. Головкина А. С. Полифония слова в художественном тексте : на материале произведения Дж. Джойса «Дублинцы» : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Самара, 2011. 174 с.
7. Дёмина Е. А. Специфика организации темпорального пространства полифонического текста (На материале английского языка) : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Барнаул, 2003. 151 с.
8. Денисова Т. Н. Всесвітні трагедії від Джонатана Сафрана Фоера. *Слово і час*. 2009. № 1. С. 28–38.
9. Обелець Ю. А. Темпоральна структура можливих світів художнього тексту (на матеріалі англійської прози) : автореферат дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Одеса, 2006. 21 с.
10. Остапчук Т. П. Подолання національно-культурних стереотипів як необхідна умова формування власної ідентичності (на матеріалі роману Дж. С. Фоера та фільму Л. Шрайбера «Все освітлено»). *Наукові праці. Філологія. Літературознавство*. 2007. Випуск 57. Том 70. С. 24–29.
11. Рижа У. В. Лінгвальне вираження оповідної перспективи в сучасній британській художній літературі (структурно-семантичний та функційний аналіз) : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Львів, 2020. 264 с.
12. Соболев О. Ю. Лінгвопрагматичні засоби вираження поліфонії у сучасному французькому медійному дискурсі : дис. ... канд. наук: 10.02.05. К., 2007. 257 с.
13. Ткачук Ю. Конструювання резюме ідентичності у тексті Джонатана Фоера «Усе освітлено». *Головна течія – гетерогенність – канон в сучасній американській літературі : Матеріали III Міжнародної конференції з американської літератури*. Київ, 3–5 жовтня 2005 р. / Уклад. Т. Н. Денисова. К. : Факт, 2006. С. 385–397.
14. Boychuk E. I., Belyayeva O. V. Multilayeredness of Literary Prosaic Text: Polyphony vs Homophony. *Topical Issues of Linguistics and Teaching Methods in Business and Professional Communication*. Proceedings of the Topical Issues of Linguistics and Teaching Methods in Business and Professional Communication (TILTM 2020), 24–25 April, 2020. Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University). Available at: <https://www.europeanproceedings.com/article/10.15405/epsbs.2020.12.02.30>
15. Foer, Jonathan Safran. *Everything is Illuminated*. New York : Houghton Mifflin Company, 2003. 276 p.
16. Williams, Paul. *Writing the Polyphonic Novel*. *Writing in Practice*. Vol. 1. 2015. Available at: <https://www.nawe.co.uk/DB/wip-editions/articles/writing-the-polyphonic-novel.html>

Kozachyshyna O. L., Malashchuk-Vyshnevskaya N. V., Mosiichuk A. V. THE CATEGORY OF TIME AS A MEANS OF TEXTUAL WORLD CREATION IN A CONTEMPORARY ENGLISH POLYPHONIC NOVEL (based on the novel “Everything is Illuminated”

by Jonathan Safran Foer)

The article focuses on the peculiarities of a literary text temporal organization as a means of textual world creation in a contemporary polyphonic novel. The study is grounded on the basic principles of M. Bakhtin's theory wherein “polyphony” is defined as a plurality of independent voices and consciousnesses and is viewed as a marker of a literary text dialogical character. Polyphony can manifest itself at different textual levels and it can be both verbal and non-verbal.

The study is performed on the material of the novel “Everything is Illuminated” by an American author Jonathan Safran Foer. The work is a typical example of a contemporary postmodern novel-chronicle comprising several heterogeneous texts written from the standpoint of different narrators.

The analysis of verbal and non-verbal time markers made it possible to define that the temporal structure of the textual worlds in the novel is a complex hierarchical unity whose levels correlate with the levels of the general textual world structure of the work. The peculiarities of the textual world organization open broad possibilities for the usage of different tenses, which results in close interlinkage of the present reality with the past and the future. The events are presented through retrospection and, to a lesser degree, prospection as well as through modern understanding of the past events and their consequences for the heroes. At the same time the speech of each narrator creates its own world interrupted by the insertions from the worlds of other characters. The effect of the polyphony based on the combination of equal independent storylines and temporal dimensions realizes the idea of time subjectivity and serves an additional means of revealing author's intentions. The category of time in the novel correlates with the concept of historical memory becoming therefore conceptually loaded as a means of understanding one's own identity through one's own history.

Key words: postmodernist prose, polyphony, polyphonic novel, textual world, category of time, temporal dimension, prospection, retrospection.

Козяревич-Зозуля Л. В.

Київський національний лінгвістичний університет

ФАСЦИНАЦІЯ У TED TALK ВИСТУПАХ

Наразі дедалі більшої актуальності набуває питання вдалого виступу перед аудиторією та спілкування з нею. Уміння спілкуватися з аудиторією – важлива якість Ted Talk спікера. Публічний виступ як один із видів мовленнєвого спілкування не обмежується лише передачею інформації. Спікер має зачаровувати своїх слухачів, тому функція фасцинативного впливу обов'язкова для Ted Talk виступів. Явище фасцинації, пов'язане із формуванням позитивного образу та сприятливого першого враження, є неодмінним компонентом Ted Talk виступу. Будь-який виступ завжди має певну мету – надати інформацію, переконати або ж викликати певний настрій в аудиторії.

Ted Talk виступ – це перш за все комунікація, яка керується принципами, що забезпечують успіх, зокрема принципом фасцинації – “take others feel important and liked” (зробіть так, щоб інші відчували себе важливими і такими, що подобаються). Специфіка принципу фасцинації у дискурсі англомовного Ted Talk у тому, щоб встановлювати емоційний зв'язок із слухачами, тобто бути емоційно чутливим до аудиторії, задовольняти аудиторію. У промові ключовими у принципі фасцинації є: прийняття, позитивна оцінка, милування, схвалення, увага, згода. Прийняття виражається через прямий погляд, посмішку. Завдяки цим невербальним діям кожен член аудиторії відчуває себе цінним і важливим. На підсвідомому рівні аудиторія відчуває підтримку. Оцінка підвищує симпатію, вона виражається через подяку. Милування виражається через комплімент. Механізм дії фасцинації у Ted Talk полягає у тому, що у процесі виступу фасцинація дозволяє управляти увагою. Увага привертається під дією зовнішніх або внутрішніх факторів. Зовнішніми чинниками виступають новизна (неочікуваність), інтенсивність та фізичні характеристики сигналу. Внутрішні чинники визначаються актуальністю й значущістю сигналу для комуніканта і пов'язані з його намірами та цілями. Дискурсивна стратегія привернення уваги аудиторії спрямована на встановлення контакту, підготовку слухачів до сприйняття промови, створення позитивного емоційного клімату, здійснення впливу на почуття аудиторії. Завдяки стратегії фасцинації можливо зняти емоційне напруження. Для того щоб одразу заволодіти увагою слухачів конче необхідний ефективний початок. Мета дослідження полягає у розкритті вербальних і невербальних засобів активізації уваги аудиторії, що передбачає зацікавлення аудиторії через фасцинацію.

Ключові слова: Ted Talk, виступ, фасцинація, увага, дискурсивна стратегія.

Постановка проблеми. Модель опису вербальної та невербальної дискурсивної поведінки Ted Talk спікерів дає підґрунтя виявити типажі фасцинативних дискурсивних особистостей. Відповідно до дискурсивного підходу ми аналізуємо такі питання:

1. Хто?
2. З яким наміром?
3. У якій ситуації?
4. Яка стратегія?
5. З яким результатом?

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зрештою феномен TED-Talks є цікавим в аспекті риторики, прагматики, а відтак, вартий більшої уваги з боку науковців. TED-виступи постали предметом наукового вивчення (Стефані Д'Аванцо, Джулія Людвіг, Ендрю Цу, Майк Телуолл, Філіпп Монджо, Джозеф Алан, Цзян

Цзіньсінь, Кріс Андерсон) [4; 5]. Однак праці, яка досліджувала фасцинативні особливості TED-виступів ще не існує. У сучасній науці про мову розглядають питання ефективності публічного виступу, досліджують фактори, що впливають на ефективність публічної промови, виокремлюють основні особливості цих факторів, формують критерії ефективного публічного виступу.

Постановка завдання. Описати фасцинативні критерії Ted Talk виступу: цілісність образу спікера, розширення і поглиблення інформованості аудиторії, активізація уваги слухача, адекватність сприйняття повідомлення слухачами, особистісне включення промовця та аудиторії у тему виступу й розвиток мотивації до подальших дій аудиторії через фасцинацію.

Виклад основного матеріалу. (Хто?) Адресант як учасник мовленнєвої взаємодії не просто

повідомлює певну інформацію, а здійснює ілюкувативний мовленнєвий акт, що має на меті вплинути на дії адресата, змінити його інформаційний, емоційний стан та ін.

Питання “З яким наміром?” – ключове. Процес фасцинативної комунікації зокрема починається з того, що у комуніканта виникає певна мета. Лише усвідомивши істинну ціль комунікації, можна говорити про вибір для цієї мети засобів. Під час спілкування на органи чуття надходять велика кількість сигналів. Однак не усі вони усвідомлюються. Все залежить від того, наскільки цей сигнал значущий для мовної особистості, чи несе він достатній емоційний заряд для неї. У цьому разі важливими постають жести, постава, голос, артефакти, зокрема одяг, зовнішній вигляд виступаючого. Проходячи крізь свідомість, емоційно значущий сигнал залишається у сфері несвідомого і звідти здійснює вплив у вигляді емоційної реакції аудиторії.

Відповідь на питання “У якій ситуації?” пов’язано не лише з типом ситуації, але й з наявністю перешкод і бар’єрів. Типову комунікативну ситуацію можна уявити як модель контакту, у якому реалізуються мовленнєві (і немовленнєві) дії співрозмовників у їх соціально-комунікативних ролях.

Відповідь на питання щодо стратегії означає доречно підібрати дискурсивну стратегію, відповідно, забезпечити найбільш ефективний спосіб досягнення результативної комунікації. Метою фасцинативної стратегії є здійснення інтенсивного емоційного впливу тощо [2, с. 292]. Комунікативна стратегія займає одне з важливих місць у процесі мовної комунікації, тому що вона є єднальним компонентом докомунікативної фази та власне мовної реалізації наміру мовця і сприйняття повідомлення. Вибір тієї чи іншої стратегії міжособистісної взаємодії залежить від комунікативного стилю. Розуміння комунікативного стилю визначає фіксовані способи поведінки, прита-

манні конкретній людині, які вона використовує при встановленні стосунків і взаємодії з іншими.

Відповідаючи на питання “З яким результатом?”, ми маємо на увазі перлокутивний ефект, тобто відповідне реагування аудиторії, що втілюється в такі різновиди: позитивний перлокутивний ефект, негативний перлокутивний ефект. Аналіз ефектів фасцинативного впливу у цілому може оцінюватися на основі інтересу, жвавості до адресанта.

Розгляд питання про засади фасцинативності Ted Talk виступів, їхніх основних механізмів передбачає пошук тих ознак, які роблять комуніканта фасцинативним. Модель опису вербальної та невербальної дискурсивної поведінки Ted Talk спікерів дає підґрунтя виявити типи фасцинативних дискурсивних особистостей. Це – ті, які:

- 1) демонструють свій інтерес до інших;
- 2) уміють уважно слухати;
- 3) готові співчувати;
- 4) підбадьорюють інших;
- 5) викликають довіру;
- 6) найкращим чином подають своє “Я”;
- 7) завжди дивляться в очі;
- 8) надають вагу тактильним контактам.

Фактори, від яких залежить успіх Ted Talk промови представлено у вигляді так званого риторичного трикутника (схема 1).

За цією схемою оратор – це людина, яка впливає на інших людей таким чином, щоб вони прийняли певні твердження або виконали певні дії. Аудиторія – це група людей, у думках чи поведінці яких мають відбутися зміни, до яких прагне оратор. Промова – це мовленнєве повідомлення, з яким оратор звертається до аудиторії [5, с. 3].

Оцінити ефективність мовлення з позиції оратора означає визначити, наскільки фінальний емоційний стан аудиторії та її ставлення до предмета мовлення співпали із задумом оратора [6, с. 54]. Якщо метою оратора, крім переконання було спо-

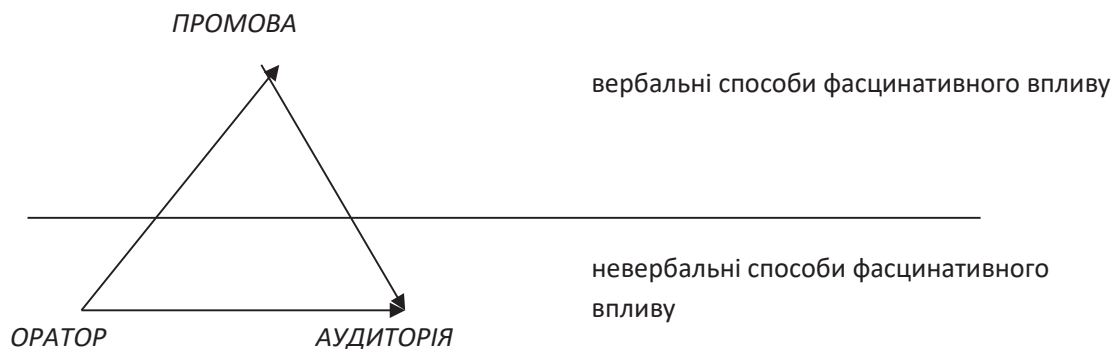


Схема 1. Фактори ефективної Ted Talk промови

нукання до дії або формування деяких намірів, то ефективність мовлення повинна визначатися ступенем зміни психоемоційного стану аудиторії у ставленні до предмета промови.

Аналіз ефективності виступу з боку аудиторії полягає в оцінці того, наскільки промова оратора, ідеї, які їм запропоновані, виявилися доречними, наскільки виступ відповідав очікуванням і потребам аудиторії, іншими словами, наскільки доповідачем були враховані всі чинники, що можуть вплинути на контакт з аудиторією.

Ефективний фасцинативний виступ є таким: помітним серед інших виступів (простим і зрозумілим); привертає увагу; спонукає до конкретної дії (виражає повагу до адресата і викликає його симпатію).

Фасцинативний виступ відповідає законам риторики:

1. Концептуальний закон передбачає аналіз предмета мовлення (К).

2. Закон моделювання аудиторії передбачає знання аудиторії (М).

3. Стратегічний закон. Виходячи із характеристик аудиторії і на основі концепції, задуму вибудовується стратегія, конкретна програма дій (С).

4. Тактичний закон передбачає на основі вибудованої стратегії в процесі спілкування використовувати ті або інші тактичні прийоми для того, щоб зацікавити аудиторію (Т).

5. Закон словесно-мовленнєвого вираження передбачає уміння передавати думку у дієвій мовленнєвій (СВ).

6. Закон афективного спілкування передбачає уміння встановлювати, зберігати і закріплювати контакт з аудиторією, завойовувати симпатію, увагу, інтерес. Для цього варто управляти власною поведінкою, управляти поведінкою аудиторії, корегувати її (А) [5, с. 20].

Відношення між цими законами виражаються у формулі мовленнєвої поведінки, яку можна представити таким чином: $P=K+M+C+T+SV+A$.

Законои риторики, представлені у риторичній формулі, відбивають системність мисленнєво-мовленнєвої діяльності (*що, навіщо, як*) що головним чином визначає результативність цієї діяльності, від чого багато в чому залежить успіх будь-якої іншої діяльності людини.

Успіх у Ted Talk залежить від уміння представити свою позицію в найбільш вигідному світлі, зацікавити аудиторію, виробити у комунікантів сприятливе враження [4, с. 58]. Оскільки розум людини сприймає цілісність певними порціями, кроками і тільки потім об'єднує в єдине

ціле [1, с. 11], тому вдала промова ділиться на три частини: вступ, основну частину, висновки. Такий поділ відображає глобальне завдання промови. Членування промови дозволяє оратору і слухачам раціонально організовувати спільну діяльність поетапно, полегшує та забезпечує сприймання інформації.

Структура презентації визначається тими ж правилами, що й будь-яка комунікативна взаємодія людей. Закон композиції ділової презентації простий і відомий здавна, ще з практики Сократа: "Спочатку заяви, що маєш намір дещо казати, потім виклади це, потім роз'ясни сказане". Структурні компоненти презентації: експозиція, вступна частина, основна частина, заключна частина [9, с. 23].

Вступ має три рівні: 1) структурний – слугує преамбулою розмови; 2) змістовний – передбачає постановку питання; 3) психологічний – підготовлює аудиторію до сприйняття. Вступ – це складна структура: у змістовому аспекті – це постановка питання, у психологічному – підготовка слухачів до сприймання промови, у структурному – введення в тему промови [5, с. 54]. Вступ, якому відводиться 5-10% від перебігу всієї презентації [3, с. 90], можна умовно поділити на 2 блоки: початок і вступ. Завдання – встановлення (якщо не вдалося під час експозиції) чи закріплення контакту з аудиторією, виклад лаконічних зауважень стосовно теми презентації. Вступна частина промови передбачає такі етапи: 1) привітання, вступні зауваження; 2) пояснення мети презентації; 3) огляд основних етапів промови, використання допоміжних засобів; 4) пропозиція ставити запитання після або під час презентації [5, с. 11].

Дослідження виявили, що достатньо перших 11-ти секунд виступу, щоб слухачі змогли оцінити, чи промовець приємний, компетентний і чи заслуговує він на їхню довіру [6, с. 65]. Враження аудиторії складають: на 7 % – слова, на 38 % – тон голосу та інтонація, 55 % – мова тіла (постава, міміка, погляд, жести) і зовнішній вигляд виступаючого. Дискурсивна поведінка промовця є важливим чинником впливу на аудиторію [3, с. 8].

Іншими словами, ефективність Ted Talk полягає у фасцинації, оскільки єдине, перед чим неможливо встояти, – це фасцинація. Якщо адресат зазнає фасцинації, досягається глибша міжособистісна взаємодія. Дієва форма Ted TALK виявляється у фасцинації, завдяки якій здійснюється вплив на емоції, на почуття аудиторії, за допомогою якої включається права півкуля головного мозку.

Фасцинація як дія у Ted Talk заснована насамперед на емоціях. Під час промови мають вирішальне значення правильне емоційне налаштування та концентрація уваги, саме ці чинники покликані допомогти досягти бажаного впливу на аудиторію. У фасцинативних засобах превалює емоційний компонент, що полегшує включення адресата в комплекс емоційних відчуттів.

Фасцинація передбачає азарт, кураж, емоційність. Фасцинація адресанта пов'язана з його рисами, що роблять його активним, харизматичним промовцем. Міра фасцинативності адресата визначається тим, наскільки він сповнений ентузіазму. Змінюючи шкалу фасцинації, промовець відповідно підвищує або знижує фасцинацію слухачів.

Отже, в основу Ted Talk покладені певні закони риторики, з-поміж яких на особливу увагу заслуговує закон ефективної комунікації, який передбачає наявність інтелектуального й емоційно-вольового контакту промовця та аудиторії [4, с. 5].

Проаналізуємо Ted Talk виступ David JP Philips *110 Communication Techniques Of Communication And Public Speaking*, який власне і дає ефективні поради щодо публічних виступів:

1. Використовувати відкриту позицію тіла: *What should I have avoided? I should have avoided closing my body language because whenever a human being closes their body language it is a sign that they feel threatened in one way or another. So I should have continued with an open body language. And the interesting thing with the closed body language is that wherever I went all over the world studying these people, it seems like we've got a general kind of locked body language positions. And I'll show you my favorites that I've found – we've obviously got the classical **fig leaf position**. Then we have the **double bunny position**. You have the right bunny position, the left bunny position, the right tackle and the left tackle. Then you have the forklift. You of course have the peacock with flapping elbows. You have the major, the Merkel, the prayer and the beggar.*

2. Використовувати мову жестів: *What you should use them for is what is called **functional gesturing** to show that something is getting better. Well that something is getting less good or that it's one two three four five that we are going to go through. Use your gestures for what they're supposed to be used for.*

3. Дотримуватися повільного темпу мовлення: *Because your brains – they react to when a person has a low pace you think that what I'm saying is more important than whenever I have a high pace, because that illustrates that I don't really want to be there.*

*There are exceptions to this rule but that is the basics. **So keep a calm pace.** My next tip goes on pauses. The pause – is the pause important? Absolutely, it is.*

4. Використовувати паузи: *Some people are afraid of the pause. So you go like: woah, am I going to do one of those? I'm not; I refuse. I prefer to compromise, and you know what the compromise for a pause is: what does it sound like? Yeah, uhhhhh, ayeee, uhhhhh, ahhhhh. It's like a skok of sheep when you listen to certain conferences... uuuhhhh...*

5. Duchenne Smile: *Duchenne smile has in studies shown that you are more likely to be married, less likely to be divorced, you're happier, you're more content with life. And you actually are more relaxed in situations like this. So I asked myself: am I a Duchenne smiling person? And to figure that out, I walked over to my computer and I logged in and I looked at all my 60,000 Google photos. They're not all of me but of family members and others. I looked at mine and it seemed my brain required sort of a miracle to do a Duchenne smile. You know where you smile with your entire face. I thought that's not fair.*

Фактори, які визначають ефективність Ted Talk:

1. Фактор змістовності, тобто смислова наповненість інформації, яку презентатор бажає донести до аудиторії;

2. Фактор комунікативності, тобто манера викладу (як промовець доносить інформацію до аудиторії) [1, с. 100].

Промова базується на таких основних принципах:

1. Принцип лаконічності: обсяг виступу є необхідним і достатнім для розкриття основної теми.

2. Принцип послідовності: мікротеми виступу узгоджуються з основною темою.

3. Принцип цілеспрямованості: виступ відповідає логічній структурі: питання → тема → теза → аргументи.

4. Принцип посилення: мовленнєвий вплив нарощується від початку до кінця виступу через зростання емоційності з використанням вербальних та невербальних засобів.

5. Принцип результативності: виступ завершує висновок, спонукування до дії, рекомендації [1, с. 83].

Виходячи із наведеного, фасцинативні стратегії привернення уваги під час Ted Talk реалізуються через: тактику “неочікуваного”, тактику “заманювання” і тактику встановлення візуального контакту.

1. **Тактика “неочікуваного”.** По суті, її механізм зводиться до того, що захопити увагу аудито-

рії мають уже перші, сказані на початку виступу, слова. З чого почати? Підготувати ефектний, нестандартний початок, щоб одразу заволодіти увагою слухачів – така рекомендація фахівців з ораторського мистецтва. Початок презентації – надзвичайно важливий і відповідальний етап промови, коли слухачі пильно прислухаються до кожного слова оратора. Саме в такі миті людина здатна неймовірно легко піддатися навіюванню.

2. **Тактика “заманювання”.** Як знаряддя реалізації цього механізму насамперед виступає людський голос і можливості, що в ньому криються, насамперед ідеться про інтенсивність (гучність) голосу. Голос – унікальний інструмент впливу, передачі інформації [1], голос людини – це місце, де зустрічаються її свідоме (зміст) та несвідоме (характеристики голосу) [3, с. 13]. Промовець має використовувати свій голос із набагато більшим смисловим навантаженням, ніж це роблять інші у звичайних ситуаціях. Найпоширенішим засобом привернення уваги співрозмовника є підвищення голосу. Чим гучніше звучить голос, тим сильніша фасцинація. Проте якщо така гучність одноманітна – до цього звикають і інтерес згасає, увага минає.

3. **Тактика “встановлення візуального контакту”** між промовцем та слухачами. Уважним поглядом виступаючий привертає і підтримує увагу аудиторії. На етапі встановлення взаємодії з аудиторією важливо утримувати візуальний контакт з усіма присутніми, адже аудиторія повинна сприймати інформацію, яку транслює презента-

тор, тому кожен має бути у фокусі уваги оратора. Для того щоб зацікавити аудиторію, необхідно продемонструвати і свій інтерес до неї. Встановлюючи візуальний контакт з аудиторією, оратор показує, що він тут заради неї. Візуальна поведінка оратора має засвідчувати, що він турбується про своїх слухачів, розуміє їхні почуття.

Отже, ефективний фасцинативний виступ вирізняється з-поміж інших публічних виступів такими характеристиками: простотою і зрозумілістю, утриманням уваги аудиторії, врахування обізнаності слухачів, чіткою комунікативною метою, демонстрацією поваги і симпатію до слухачів [2, с. 292].

Висновки. У комунікації, як і в системі мови, діють певні закони. Вони пов'язані із закономірностями процесу комунікації, психологічними особливостями учасників спілкування, їх соціальними ролями. Комунікативні закони нежорсткі, із плином часу можуть змінюватися, мають національну специфіку. Водночас за необхідності вони виявляються в будь-яких типах міжособистісного спілкування, а тому їх можна вважати об'єктивними законами комунікації. Фасцинативні особистості намагаються володіти високою емоційною привабливістю, уміють управляти увагою. Природний шарм та інтуїтивне використання різних фасцинативних прийомів дозволяють розташувати до себе людей, викликати позитивне емоційне ставлення з боку співрозмовників. За допомогою слів та невербальних засобів фасцинативні спікери надихають, хвилюють, викликають емоції.

Список літератури:

1. Гандапас Р. Камасутра для оратора. Десять глав о том, как получают и доставляют максимальное удовольствие, выступая публично. – М. : Издательство: Олимп-Бизнес, 2008. – 110 с.
2. Козяревич Л. В. Стратегічна організація англомовної фасцинативної комунікації / *Семантика мови і тексту: Матеріали XI міжнародної науково-практичної конференції* / Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника. – 2012. – Івано-Франківськ. – С. 291–293.
3. Теслюк В. М. Основи красномовства : навч. посіб. Київ : Ліра-К, 2020. 523 с.
4. Anderson Chris J. TED TALKS: The Official TED Guide to Public Speaking. Mariner Books; Reprint Edition, 2017. 288 p.
5. Gamble Teri Kwal, Gamble Michael W. The Public Speaking Playbook. SAGE Publications, Third Edition, 2020. 564 p.
6. Zarefsky David. Public Speaking: Strategies for Success Pearson, Eighth Edition, 2017. 407 p.

Koziarevych-Zozulya L. V. FASCINATION IN TED TALKS

Nowadays the issue of successful public speaking is being acquired. The ability to interact with an audience is an important quality of Ted Talk speakers. However, public speaking as one of the types of speech communication is not limited to only the information transfer. A speaker must charm the listeners, therefore the function of fascinative influence is obligatory for Ted Talk speakers. The phenomenon of fascination, related to forming of positive character and favourable first impression, is the necessary component of Ted Talk. Any public speaking always has a certain goal – to provide information, convince or cause a certain mood.

Ted Talk is the foremost communication, that follows principles which provide success, in particular through principle of fascination- "make others feel important and liked". The peculiarity of principle of fascination in

the discourse of Ted Talks is that to establish an emotional connection with listeners, a speaker should be emotionally sensible to the audience, satisfy the emotional needs of the audience. In Ted Talks the key principle of fascination is: acceptance, positive estimation, admiring, approval, attention, consent. An acceptance is expressed through a direct look, smile.

Due to these nonverbal actions every member of the audience feels valuable and important. At subconscious level an audience feels support. An estimation promotes liking, it is expressed through gratitude. Admiring is expressed through a compliment. The mechanism of action of fascination in Ted Talk consists in that in the process of Ted Talk fascination allows to manage attention, to attract attention through external or internal factors. A novelty, intensity and physical descriptions of signal come forward as external factors. Internal factors are determined by actuality and meaningfulness of the signal for the communicant and are related to his intentions and aims. The discursive strategy of fascination is to bring attention of the audience, to establish the contact, prepare listeners to perception of the speech, create the positive emotional climate, influence the mood of the audience.

Due to the strategy of fascination it is possible to release the emotional tension and convince the audience. The research aims at singling out verbal and nonverbal means of activation of the audience's attention that envisages the personal interest of the audience through fascination.

Key words: *Ted Talk, speech, fascination, attention, discursive strategy.*

Конопелькіна О. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

СТИЛІСТИЧНІ ДОМІНАНТИ АНГЛОМОВНИХ АВСТРАЛІЙСЬКИХ ПІСЕНЬ ДЛЯ ДІТЕЙ

У статті вивчено лінгвостилістичні особливості організації англомовних австралійських пісень для дітей. Об'єктом дослідження є англомовні австралійські пісні для дітей, а предметом – їхнє стилістичне наповнення. Мета статті – опис домінуючих стилістичних засобів англомовних австралійських пісень для дітей. У цьому дослідженні пісенний текст сприймається як підвид креолізованих текстів, які містять мовленнєвий елемент поруч із застосовуваними засобами інших семіотичних кодів у власній структурі. У статті чітко диференціюються види дитячої літератури: література дітей та література для дітей. Суб'єктом літератури дітей – її творцем – виступають діти, тоді як у літературі для дітей діти є об'єктом – споживачем текстотворення. Дослідження спрямоване саме на пісенні тексти для дітей, як такі, що відображають лінгвокультурну спадщину нації, представляючи її історію, устрій, менталітет, культуру, світогляд, що безпосередньо знаходить свою реалізацію у зазначених текстах завдяки своєрідності мовного наповнення стилістичними фігурами.

У статті зазначено, що, як і в будь-якому іншому пісенному тексті, акцент уваги в англомовних австралійських текстах для дітей зміщений з лексико-тематичного навантаження на користь звукової організації. Чимало важливим чинником тут виступають фоностилістичні засоби. Превалює в даному випадку конвергентне з'єднання у вигляді «ономатопея + алітерація + асонанс + анафора», спрямоване на надання тексту грайливості, динамічності, що, у свою чергу, функціонально тримає дитячу увагу в тонусі і не дає нудьгувати під час прослуховування або співу пісні.

Лінгвостилістична особливість таких пісенних текстів відзначена актуалізацією ампліфікації у поєднанні з асиндетоном чи моносиндетоном. Австралієць, позиціонуючи себе людиною активною, бадьорою та енергійною, схильний про свою культуру говорити, використовуючи синтез ампліфікації та асиндетону. Однак, при викладі загальновідомих фактів звичної буденності для інших англомовних місцевостей, у цих текстах простежується навмисне мовленнєве затягування під час передачі думки, що утворює ефект нудьги. У подібних ситуаціях найчастіше використовується синтез ампліфікації та моносиндетону. Також у статті зазначена ефективна вербалізація ампліфікаційного переліку, де лінійно вказуються найменування характерних для австралійського середовища комах, страв та часових рамок.

Ключові слова: пісенний дискурс, пісенний текст, ономатопея, алітерація, асонанс, анафора, ампліфікація.

Постановка проблеми. Зростаючий інтерес вчених до міждисциплінарних досліджень вбирає у себе чимало сфер, однією з яких є біовітальність етноспецифічного мовлення. В епоху сьогодення у лінгвістиці це посідає провідне місце, оскільки культура, менталітет, історія нації та народу накладають свій відбиток на хід мислення, а потім і на вербалізацію думок. Відповідно експедієнт сповнює своє мовлення селективною лексикою, специфічними граматико-синтаксичними конструкціями, що «огорнені» у особливе стилістичного обрамлення.

Саме слова «живої» мови характеризуються не лише їх лексичним значенням та граматич-

ними особливостями, а й стилістичним відбитком, тобто частотністю вживання лексем та фраз, емоційним забарвленням або його відсутністю [7, с. 127–129]. Тож мова підпадає під вплив певних літературних та художніх трансформацій у художньо-поетичному пісенному тексті. Як результат, виникає система нової мови, яка є надструктурою для природної [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Пісенним текстам увагу приділяли такі дослідники, як А. Кузьменко [3], О. Нагібіна [5], І. Писіна [8], Ю. Плотницький [7]. Вчені розглядали особливості лінгвокогнітивного устрою та лінгвофункціонального застосування англо-

мовних британських та американських пісень, приділяли увагу різним жанрам та стилям (поп, рок, євро диско). Вікові особливості дитячого мовлення досліджували Л. Герасимів [2], А. Кузьменко [4] та О. Наконечна [6]. Роботи, що торкалися вивчення англomовного мовлення австралійських текстів є поодинокими та фрагментарними, а також ці розвідки не мали на меті простежити стилістичне різнобарв'я англomовних австралійських пісень для дітей.

Постановка завдання. Об'єктом цієї розвідки послуговували англomовні австралійські пісні для дітей, а предметом – їх стилістичне аранжування. Мета роботи – характеристика превалюючих стилістичних засобів англomовних австралійських пісень для дітей. Відповідно до мети сформовано низку задач: виявити популярні стилістичні прийоми / фігури, з'ясувати специфіку їх вживання та функціонування.

Виклад основного матеріалу. Пісенний курс – панівний спосіб зберігати та передавати культурний спадок народів світу, де відображаються етичні принципи, норми моралі та поведінки у суспільстві, соціальні настанови, стереотипи, менталітет [7]. Пісенний текст – це один з варіантів креолізованих текстів – текстів, що містять вербальний компонент поряд із застосованими засобами інших семіотичних кодів у власній структурі [1]. «Англomовний пісенний текст за своїм стилістичним оформленням є своєрідним та складним утворенням, оскільки у ньому можуть одночасно бути присутні не лише художньо-поетичні, а й розмовні елементи» [3, с. 77].

Тексти для такої вікової групи як діти поділяють на дитячі тексти та тексти для дітей. Об'єднуючим гіперонімом, видається, дитяча література (дитячі тексти), які класифікуються і диференціюються залежно від актив-пасивного (суб'єкт – об'єктного) стану дитини. Суб'єктом літератури дітей – її творцем – виступають саме діти, у той час у літературі для дітей діти є об'єктом – споживачем текстотворення [4]. У цій розвідці нас зацікавили саме пісенні тексти для дітей, де вони є безпосередньо реципієнтами, не залежно від біовітальної характеристики експедієнта, оскільки вбачаємо інтересним простежити, яка саме інформація закладається у світобачення та світосприйняття австралійської дитини, як кодуються ці дані, як мовно-мовленнєво збагачується лінгвокультурне віддзеркалення.

Особливого «присмаку» вербалізація культурних цінностей, менталітету та світобачення набуває, огортаючись у лінгвостилістичні при-

йоми, фігури. Це засіб утворення виразності завдяки сполученню мовних юнітів у межах одного тексту.

Дослідження показали, що не зважаючи на вікову специфіку реципієнта та відповідні інтелектуально-ментальні особливості розвитку, англomовні австралійські пісенні тексти перенасичені стилістичними прийомами, які в межах одного тексту вживаються конвергентно.

Оскільки для пісенного тексту мелодійність та звучання важливіші за змістово-тематичне насичення, вважаємо за доцільне першочергово розглянути саме засоби фоностилістичного аранжування. Звукової організації англomовним австралійським пісням для дітей надають евфонічні та фоностилістичні засоби, серед яких переважно трапляється:

*ономатопея (комбінація звуків, що імітує природу, предмети довкілля, тварин, людей тощо):

Barramundi,

Barramundi.

Cockatoo,

Cockatoo!

Cuddly koala,

Cuddly koala.

Kangaroo,

Kangaroo [10]

– імітація тваринних вигуків;

*алітерація (багаторазове повторення акустично подібних приголосних):

When Father plants a fruit tree rare

And treads the earth around,

He nibbles at the tiny roots

And pulls them from the ground [10].

– алітерація приголосного звука [t];

*асонанс (навмисне повторення акустично однорідних / близьких голосних звуків):

Mary had a kangaroo, kangaroo, kangaroo.

Mary had a kangaroo whose pouch was very warm.

Warm, warm, warm, warm.

Warm, warm, warm, warm.

Very, very, very, warm [9].

– асонанс звуків [e] – [æ].

Тож розглянемо більш детально конвергентне сполучення на матеріалі пісенного тексту «I like Aeroplane Jelly»:

I like Aeroplane Jelly, Aeroplane Jelly for me.

I like it for dinner, I like it for tea,

A little each day is a good recipe!

The quality's high as the name will imply,

It's made from pure fruit, one more good reason why

*I like Aeroplane Jelly, Aeroplane Jelly for me...
ba-boom!* [9]

Так у межах цього текстового фрагмента англомовної австралійської пісні ономапоєя вербалізується звуками, що зазвичай лунають у повітряного судна / літака *ba-boom*. Алітерація альвеолярного приголосного звука [l], з одного боку, надає рядкам тексту певної м'якості, а з іншого, подібний прийом чітко формує ритм гасла, що простежується у таких лексемах *like, Aeroplane, Jelly, little, quality's, will, imply*. Також «музичного акомпанементу» додають численні повторення проривних звуків [d] – [t] у лексемах *it, dinner, tea, little, day, good, quality's, made, fruit*. І хоча обидва звуки є альвеолярними, їхньої диференційною особливістю є дзвінкість, сила та аспірація. Подібне утворює своєрідну емоційну атмосферу, що надає ритмічну хвилю «удар-спокій / спокій – удар». Асонанс покликаний надавати будь-якому тексту мелодійного ефекту, акцентуючи увагу не стільки на змісті та тематиці, як на ладному звучанні. Асонанс голосних звуків [ai]-[ei]-[e] формує мелодійність презентації інформації та пом'якшує сприйняття пісенного тексту у лексемах *I, like, Aeroplane, Jelly, day, high, imply, why*. Натомість асонанс короткого напруженого [i] та близького за звучанням подовженого [i:] у лексемах *me, it, tea, little, each, is, quality's, recipe, will, imply, reason* додає певної жвавості, енергійності, дзвінкості та навіть грайливості цьому пісенному тексту.

Тож таке мелодійна обгортка пісенного тексту англомовних австралійських пісень для дітей дозволяє говорити про єдність фоностилістичних прийомів «ономапоєя + алітерація + асонанс + анафора», що спрямовані на надання тексту грайливості, динамічності, ритмічних хвиль від лагідного до енергійного звучання. У свою чергу подібне постійно тримає дитячу увагу у тонусі та не дає нудьгувати протягом прослуховування або власне підспівуванні / співу.

І хоча у будь-якому пісенному тексті перевага надається саме ритміко-мелодійній своєрідності, не менш цікавою вбачаємо лінгвостилістичну організацію англомовних австралійських пісень для дітей, які сповнені локалізаційної специфіки, що викриває особливості устрою Австралії. Влучним ілюстративним матеріалом, на нашу думку, є саме текст традиційної загальновідомої пісні «Jingle Bells» в австралійській версії:

*Dashing to the beach
With my boogie board and towel
Look at all the waves*

*Hear the surfers yell, YEE HAA
Put your sunscreen on
Don't forget your hat
Because you will get sunburnt
If you don't remember that
Summer time, Christmas time
Mosquitoes, bindies
BBQ's, sausages
Tomato sauces and flies
Jump into the pool
With your flippers on
Watch the dog catch flies
Sing a Christmas song
Christmas in Australia
Is very, very hot
So snow and sleighs and jingle bells
Is what we have not got* [10].

Вже з перших рядків *With my boogie board and towel* та й протягом усієї пісні *Summer time, Christmas time, Mosquitoes, bindies, BBQ's, sausages, Tomato sauces and flies* можна простежити культурні особливості святкування Різдва австралійців, що ефектно номінується завдяки ампліфікаційному переліку, де лінійно зазначаються найменування комах *Mosquitoes, flies*, флори *bindies*, страв *BBQ's, sausages, Tomato sauces* та темпоральності *Summer time, Christmas time*. Жвавості такій ампліфікації надає асиндетон-зв'язок, який може траплятися не лише при лексичній однорідності, а й за партаксисної вербалізації: *Look at all the waves / Hear the surfers yell, YEE HAA / Put your sunscreen on / Don't forget your hat*. Такий стилістичний прийом надає розуміння емоційності, бурхливості настрою й енергійності духу австралійця. Цікавим є використання моносиндетону у рядках *So snow and sleighs and jingle bells / Is what we have not got*. Надмірне навмисне використання єднального сполучника *and* утворює ефект затягування думки, що віє буденністю та нудьгою, до якою австралійці не відносять себе, наголошуючи на власній автентичності, не схожості зі звичними для інших англомовних країн реаліями. Зауважимо, що саме домен Природа поєднується з ампліфікацією:

*Cuddly Koalas,
Cuddly Koalas.
Possums, too,
Possums, too.
Wallabies and Wombats,
Wallabies and Wombats.
Kangaroos,
Kangaroos* [9]

Як видно з наведеного матеріалу, характерним також є використання повтору в англомовних австралійських пісенних текстах.

Такі стилістичні прийоми, як метафора, метонімія, порівняння, мейозис, літота й т. ін. не можемо назвати властивими англомовним австралійським пісням для дітей, оскільки вони поодинокі наявні. Так у пісні «Kookaburra» можна простежити взаємодію метафори, епітетів та інверсії:

*Kookaburra sits on the old gum tree,
Merry merry king of the bush is he.
Laugh, Kookaburra, laugh, Kookaburra,
Gay your life must be!
Kookaburra sits in the old gum tree
Eating all the gumdrops he can see
Stop, Kookaburra, Stop, Kookaburra
Leave some there for me.
Kookaburra sits in the old gum tree,
Counting all the monkeys he can see
Stop, Kookaburra, Stop, Kookaburra,
That's no monkey, that's me [11].*

Стилістична конвергенція номінується у такий спосіб: епітет *the old gum tree*, метафора *merry king of the bush*, повтор *Merry merry king, Stop, Kookaburra, Stop, Kookaburra, Laugh, Kookaburra, laugh, Kookaburra*, інверсія *Merry merry king of the bush is he*.

Змістово-тематична насиченість, що обрамлена лексико стилістичними прийомами, спрямована на надання й поширення знання щодо особливостей флори та фауни Австралії. Беручи до уваги вікові особливості «споживача цього продукту творчості», стилістичні

прийоми формують грайливий, жартівливий настрій, що має на меті полегшити сприйняття інформаційного блоку.

Більш того, засвоєнню англомовних австралійських пісень для дітей сприяє розмовний стиль:

*G'day G'day,
How ya goin?
What ya know?
Well, strike a light
I say – G'day
And how ya goin?
I say G'day G'day G'day
She'll be right! [11]*

Тут розмовний стиль репрезентується шляхом використання імперативних конструкцій *Well, strike a light*, діалогізму *How ya goin?*, *What ya know?* *And how ya going?*, лексичної редукції *G'day, ya goin, She'll*.

Висновки і пропозиції. Таким чином, англомовні австралійські пісні тяжіють у стилістичному аранжуванні до конвергенції, що на фоно-стилістичному рівні презентується єдністю ониматопея + алітерація + асонанс + анафора. Лінгвостилістична особливість таких пісенних текстів відзначена актуалізацією ампліфікації у поєднанні з асиндетоном або з моносиндетоном; трапляється стилістичний повтор. Усі вживані стилістичні прийоми покликані на посилення енергійності, динамічності та бурхливості у мелодійній організації англомовної австралійської пісні для дітей. Вважаємо перспективним подальше вивчення предикативного та стилістичного варіювання цих пісень.

Список літератури:

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М. : Академия, 2003. 128 с.
2. Герасимів Л. Я. Комунікативна ситуація звинувачення / виправдання в англомовних художніх текстах для дітей : дис. ... к. філол. н. 10.02.04. Германські мови. Івано-Франківськ – Херсон. 2019. 273 с.
3. Кузьменко А. О. Портрет темпоральності англомовних пісенних текстів стилю Євродиско. Науковий вісник ХДУ. Серія Германістика та Міжкультурна комунікація. Херсон. 2019. С. 197–201.
4. Кузьменко А. О. Лінгвоспецифічні властивості інфантичних віршованих текстів (на матеріалі англомовних творів для дітей дошкільного віку) : дис. ... к. філол. н. 10.02.04. Запоріжжя. 2017. 290 с.
5. Нагибина Е. В. Содержательные и языковые особенности текстов современных эстрадных песен : дис. ... к. філол. н. Ярославль. 2003. 219 с.
6. Наконечна Ю. С. Мовні засоби концептуалізації світу в англомовних віршованих творах для дітей : дис. ... к. філол. н. 10.02.04 Германські мови. К., 2012. 255 с.
7. Плотницкий Ю. Е. Лингвостиллистические и лингвокультурные характеристики англоязычного песенного дискурса : дис. ... к. філол. н. Самара. 2005. 183 с.
8. Пысина И. С. Языковые особенности молодежного англоязычного дискурса. Мир языков: ракурс и перспективы. Минск : БГУ, 2018. С. 213–220.
9. Australian children songs. URL: <https://www.mamalisa.com> (sited 20/12/2021).
10. Baby rhymes. URL: <https://babyrhymes.com> (sited 20/12/2021).
11. Nursery Rhymes. URL: www.twinkl.com.au (sited 10/01/2022).

Konopelkina O. O. STYLISTIC DOMINANTS OF THE ENGLISH-LANGUAGE AUSTRALIAN SONGS FOR CHILDREN

The article deals with the linguistic and stylistic features of the organization of the English-language Australian songs for children. The object of the study is the English-language Australian songs for children, and its subject is their stylistic content. The purpose of this article is the description of the dominant stylistic means of the English-language Australian songs for children. In this paper, the song text is considered as a subspecies of creolized texts that contain a speech element along with the means of other semiotic codes that are used in their structure. It is clearly differentiated the types of children literature in the article, namely, children's literature and literature for children. The subject of children's literature is its creator who is precisely a child; while children are the object in literature for children, that means, a child is the consumer of text creation. The study is aimed specifically at song texts for children, as those that reflect the linguocultural heritage of the nation, representing its history, structure, mentality, culture, worldview, which directly finds its realization in these texts due to the originality of speech filling with stylistic figures.

The article indicates that, like any other song text, the emphasis in the English-language Australian texts for children is shifted from the lexical and thematic load to the sound organization. The important factors here are phono-stylistic figures. It is identified that the convergent connection prevails in the form of "onomatopoeia + alliteration + assonance + anaphora" in the English-language Australian songs for children. This convergence is aimed at making the text playful, dynamic, which, in turn, functionally keeps children's attention in good condition and does not let them get bored while listening or singing a song.

Furthermore, the linguo-stylistic feature of such English-language Australian song texts for children is marked by the actualization of amplification in combination with asyndeton or monosyndeton. An Australian, positioning himself as an active, cheerful and energetic person, is inclined to talk about his culture using the synthesis of amplification and asyndeton. However, when presenting the well-known facts of habitual everyday life of other English-speaking localities, there is a deliberate speech delay when conveying thoughts, which forms the effect of boredom in these texts. It is noted that the synthesis of amplification and monosyndeton is most often used in such situations. The article also presents the effective verbalization of the amplification list, where the names of insects, dishes and time frames, which are characteristic of the Australian environment, are linearly indicated.

Key words: lyrical discourse, lyrical text, onomatopoeia, alliteration, assonance, anaphora, amplification.

Kosovych O. V.

Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University

Kotovska T. I.

Western Ukrainian National University

Kulyk S. A.

Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University

DIPLOMATIC COMMUNICATION. DISCOURSE ANALYSIS

The article examines the structure of diplomatic discourse in terms of its organisation, the specifics of the agent, the client and the aims of this discursive practice. A comparative analysis of diplomatic and political discourse is conducted and their similarities and differences are highlighted. It is proved that one of the forms of diplomatic discourse is public diplomatic discourse, similar in its main parameters to political communication.

The study of diplomatic discourse involves identifying the main characteristics of this type of institutional communication and how it differs from other types of communication that are similar to diplomatic communication in certain parameters. A comparative analysis of these definitions shows that the main focus of the definition of diplomacy is the policy of the state, which is conducted by its leaders and professional representatives, the scientific activity of conducting international relations through negotiations. Hence, it is clear that diplomatic discourse has a peculiar agent whose specificity lies not just in its group character, but also in the fact that, as the definition of diplomacy implies, it is represented by two categories: firstly, by the highest state officials, i.e. professional politicians; secondly, by representatives of the diplomatic corps – professional diplomats. Diplomatic discourse is a closed process of negotiation that is prepared and conducted based on specific theoretical positions and practical developments in communication theory, conflictology, communication psychology etc., and can therefore be regarded as a specific academic activity of members of the diplomatic corps.

The authors conclude that, diplomatic discourse can be seen as a special form of communicative activity, whose main difference from other types of communication lies in its multidirectional nature, which is due to the different goals and objectives realised in different contexts – public and private.

Key words: *diplomatic discourse, political discourse, diplomatic communication, communication psychology, public contexte, negotiation process.*

Problem statement. One of the central problems which attracts the closest attention of scientists in modern science is the problem of communication, and the capacity of this phenomenon, its direct connection with the world of the individual and with society as a whole, has determined the extreme diversity of research in this subject area. In full accordance with U. Eco's observation about the "sign of communication", which is placed not in any particular scientific field, but on the boundaries of semiology and the horizons of practice [Eco 1998: 411], the diverse aspects of communication are studied in a variety of fields of science.

The methodological basis for the scientific analysis of communication is the theory of discourse, which has long been the object of interdisciplinary study and has been explored in philosophy and logic, psychology and sociology, in political science, as well

as in linguistics, where works analysing different kinds of discursive practices occupy a significant place.

Analysis of recent studies and publications.

Among the most studied in linguistic science are such types of institutional discourse as mass-informational [Zilbert 1986, 1991; Aleshchanova 2000; Olyanich 2007 and others], political [Serio 1993; Baranov 1997; Sheigal 2004; Chudinov 2001], scientific [Bogdanova 1989; Slyshkin 2000 and others], religious [Krysin 1996; Karasik 1999 and others], pedagogical [Karasik 1999; Karasik 2004; Lemyaskina 2000 et al.], business [Astafurova 1997; Kuznetsova 2001], advertising [Pirogova 1996; Krasavskii 1999; Livshits 2001 et others].

Setting the task. Against this background, it seems paradoxical that diplomatic discourse remains practically unstudied, although this type of discourse cannot but be of interest to linguistics.

Introduction to basic material. The study of diplomatic discourse involves identifying the main characteristics of this type of institutional communication and its differences from other types of communication that are similar to diplomatic communication in certain parameters.

According to a number of researchers, the nature of discourse is determined by two parameters: 1) the specificity of the agent of social action [7; 11]; 2) the intentional basis of discourse [11; 6; 10]. In other words, diplomatic discourse is about who speaks, to whom the speaker speaks, and what goal the speaker sets for himself. First of all, it seems that an analysis of the definitions of diplomacy, both those given in dictionaries and the definitions of diplomatic communication by experts in the field themselves, helps to identify the answers to the questions posed.

According to the Ukrainian Diplomacy Dictionary: "Diplomacy is a mean of implementing foreign policy and the internal regulation of government and public diplomacy, which is a combination of non-military practical measures, techniques and methods used in accordance with specific circumstances and the nature of the tasks to be accomplished" [9, c. 65]. Similar definitions of diplomacy are given in other dictionaries published both in our country and abroad [14; 15; 16; 17]. The diplomatic corps itself is said to be "diplomacy is the science of international relations and the art of negotiation by the heads of state and the special agencies of foreign affairs: ministries of foreign affairs, diplomatic missions, the participation of diplomats in determining the course of a country's foreign policy and its implementation by peaceful means. Its main objective and task is to protect the interests of the state and its citizens' interests" [8, c. 15–16].

A comparative analysis of these definitions shows that the main emphasis in defining diplomacy is placed on the policy of the state, which is conducted by its leaders and professional representatives, the scientific activity of conducting international relations through negotiations.

Hence, it is obvious that diplomatic discourse has a peculiar agent, the specificity of which lies not just in its group character, but also in the fact that, as the definition of diplomacy suggests, it is represented by two categories: firstly, by the highest state officials, i.e. professional politicians; secondly, by representatives of the diplomatic corps – professional diplomats.

The addressee of diplomatic discourse is no less specific. The client here can be both the widest mass audience (when various diplomatic events

and decisions are covered in the media) and a rather narrow circle of persons – diplomats of various ranks who take part in negotiations.

The nature of the agent and the client also determines the third feature of diplomatic discourse – its objectives. On the one hand, the agent's task is to inform the general public, both inside and outside his country, about the views of the government of the state he represents on certain international problems. In such a situation, diplomatic discourse is public and represents a specific form of political activity. On the other hand, the objective of the agent of action is to reach an agreement between the various participants of communication on international policy issues, to establish relations between countries on the basis of mutual benefit, to harmonise their interests, to enhance cooperation, to limit conflicts, etc. In this case, diplomatic discourse is a closed process of negotiations, which are prepared and conducted with the support of specific theoretical provisions and practical developments of communication theory, conflictology, communication psychology etc., and can therefore be regarded as a specific academic activity of members of the diplomatic corps.

The purpose and situation of diplomatic communication determine the communicative aspect of an utterance, its individual speech acts and the genre as a whole. However, the communicative aspect is only one aspect of any speech utterance. Parallel to the communicative aspect, i.e. "with the specific situation of speech communication with all of its individual circumstances" [2, p. 256], there is also the transition of thought into word (according to L. S. Vygotsky), expressed in the translation of the cognitive formations defined by the subject of discussion (situation-topic, according to A. A. Leontiev), into linguistic structures. Thus, a coherent speech work combines communicative, cognitive and linguistic aspects. Together, these aspects reflect the internal programme of the utterance, which exists in the consciousness of a separate linguistic personality and represents the "hierarchy of propositions underlying it" [5, p. 114].

As A. A. Leontiev points out: "This hierarchy is formed in the speaker on the basis of a certain strategy of orientation in the situation described, which depends on the "cognitive weight" of this or that component of the situation" [5, c. 114]. In other words, the presence of a common theme of communication, just as the presence of the same goal, does not mean that the psychological structure of the situation-theme in the minds of speakers and listeners who differ in their psychological characteristics will

be the same. It is this circumstance that allows us to single out another parameter in the general structure of diplomatic discourse – the linguistic personality of the diplomat – whose communicative, cognitive and linguistic abilities ultimately determine the success of all communication.

Thus, diplomatic discourse can be considered as a special form of communicative activity, the main difference of which from other types of communication lies in its multidirectional nature, which is due to different goals and objectives implemented in different contexts – public and closed. The specificity of the context, and, accordingly, the specificity of the addressee – a wide mass audience or an equal, trained and information-enabled partner – determines the social model of interaction, and the course of interaction itself, the possibility of realizing the set goals, the choice of speech strategies and the peculiarities of the use of language means directly depend on the degree of development of linguistic personalities participating in communication.

The public form of diplomatic discourse refers to this type of institutional communication, which in its characteristics largely coincides with political communication. The connection between politics and diplomacy is most clearly manifested in the fact that, unlike a number of other areas of activity, political and diplomatic actions are predominantly speech actions, and in both cases, language is not only a means of reflecting political reality and a component of the political field. Its much more important role lies in the fact that the language serves as a “hidden source of power” [1, p. 192], which allows those who use it to have a direct impact on the course of events. In other words, in both political and diplomatic communication, language does not just affect the state of affairs between states. With its help, a special vision of these relations, demanded by the state and certain political forces, is created both in the minds of the negotiating partners and in the public mind.

The second important factor that determines the similarity of these types of speech practices is a certain identity of the goals of diplomatic and political discourses, although this proximity is not obvious and can only be revealed in the course of a comparative analysis.

At first glance, the goals of these types of discursive practices are fundamentally different. If the goal of political discourse is the struggle for power [11], then from the general definition of diplomacy it follows that, in addition to the tasks

of informing and reconciling interests, the functions of diplomatic communication include protecting the interests of the country and its citizens. However, an analysis of international documents shows that in practice the concept of “protection of interests” is often replaced by the task of establishing control over one's partners, by the desire to take a leading position in the world through various forms of pressure on the international community and various international organizations, which initially excludes taking into account the positions of other participants in communication. It is this line that is characteristic, for example, of the “new” US diplomacy, which, speaking in words for equal rights, cooperation with other countries, in fact “begins from the fact that the world should be the way the United States wants it to be” [8, p. 451].

This goal of diplomatic discourse, as a rule, characteristic of superpowers, brings it closer to political communication, understood as any transmission of messages, the content of which is reduced to a public discussion of three fundamental issues: a) the distribution of public resources; b) control over decision-making / the right to make decisions (judicial, legislative, executive); c) application of sanctions (the right to punish or reward) [13, p. 14].

From the proximity of goals follows the third point that unites diplomatic and political discourses – the coincidence of their orientation towards the performance of one or another language function.

First of all, this remark concerns the general language function that determines the nature of the language as a whole. As emphasized by E. I. Sheigal: “Political discourse, along with religious and advertising, is included in the group of discourses for which the regulatory function is the leading one” [11, p. 34]. The same function of regulating the activity of the addressee, inducing him to the necessary actions by creating favorable conditions for activity, is also revealed in the public form of diplomatic discourse.

As part of its instrumental function, the language of diplomacy, like the language of politics, is called upon to perform several tasks. Firstly, it forms a certain vision of reality among communication partners, i.e. performs the function of orientation. Secondly, these languages have in common the functions of integration and social differentiation, as well as the actional function, i.e. the function of mobilization for activity, which manifests itself in various genres of diplomatic discourse reflected in the media.

It seems that the public form of diplomatic discourse is intended, first of all, to form public opinion on a number of international problems, i. its main public purpose is identical to that of political discourse, which is to inspire addressees with the need for “politically correct” actions and/or assessments, since this is beneficial to the one who seeks power. By disseminating previously interpreted information in a certain way, the agent of diplomatic discourse creates “the ground for beliefs” [3, p. 39] of society in the correctness of its position (interpretation/orientation), while outlining the circle of its supporters (integration/differentiation). The last stage is the stage of developing a line of struggle against the enemy (atonality). As in political discourse, in diplomatic communication all these functions are implemented with the help of special markers, i.e. explicitly, as well as implicitly, through the ideological connotations of political terms, the tone of the entire discourse, a special selection of evaluative vocabulary.

The publications of the content of diplomatic negotiations and some other diplomatic documents, which are increasingly common in the media, bring us to another, fourth, point of intersection of diplomatic and political discourses – a certain “blurring” and “transparency” of their borders.

On the one hand, these types of discourse remain institutional forms of communication. But the changes taking place in modern society cannot but leave a certain imprint on them, bringing these types of discursive practices closer to other types of communication.

In the monograph by E. I. Sheigal [11], devoted to a comprehensive analysis of political discourse, notes that political discourse in its peripheral genres is intertwined with the functions of other types of discourse – mass media discourse, pedagogical, legal, religious and some others.

This specificity is also characteristic of the public form of diplomatic communication, which has changed significantly in recent decades.

New features that diplomatic discourse has acquired at the present stage of development, are directly related to the global changes that have taken place in the world over the past decades. Among the most important events should be noted the collapse of the superpower – the USSR; the formation of a number of new states expressing territorial claims to each other; activation of ethnic groups striving for

state independence; acute conflicts associated with the desire of some states to possess nuclear weapons; a global financial and economic crisis, the way out of which is possible only with the joint participation of all industrialized powers and international financial organizations; as well as some other equally important reasons. The complication and change in the international (and in many countries, internal) situation has led to the fact that:

a) commerce is increasingly included in the sphere of diplomacy, and diplomacy itself is increasingly reoriented towards integration;

b) the influence of the press has significantly increased, which, by widely covering issues of diplomacy, has become a means of having a direct impact on society. This, in turn, forces modern diplomacy to be more open and accessible;

c) in the modern world, issues of international politics are quite often the subject of party struggle, and therefore they are covered in the media from the point of view of narrow party interests, and not the state, which, in turn, forces diplomats to make wider contacts with the media, informing society about the opinion of the government they represent;

d) a huge influence on diplomacy is beginning to have, on the one hand, cultural large diasporas within the country, and, on the other hand, the ever-increasing “lobbyism in the field of foreign policy and diplomacy on the part of foreign states” [8, p. 457];

e) the heads of state and government are increasingly involved in solving international problems, which further highlights the personal qualities of the participants in diplomatic negotiations, which can hardly be overestimated in informal communication, which currently occupies a significant share of the entire negotiation process.

Conclusions. All of the above reasons give reason to believe that the boundaries of diplomatic discourse have now expanded significantly. In addition to the characteristics typical of political discourse, it increasingly reveals features characteristic of other types of discursive practices. Moreover, in one case this is due to the current situation of social development, in the other – deep historical roots. So, due to the fact that diplomacy itself grew out of trade, these types of discursive practices were initially close. However, subsequently diplomacy took on a political character, and in many diplomatic services there were formidable barriers between the actual diplomatic service and consulates and trade missions.

References:

1. Ажеж К. Человек говорящий: Вклад лингвистики в гуманитарные науки: пер. с фр. 2-е изд., стереотип. М. : Едиториал УРСС, 2006. 408 с.
2. Бахтин М. М. Проблемы поэтики Достоевского. Азбука, 2015. 416 с.
3. Демьянков В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии // Политическая наука. Политический дискурс: история и современные исследования. М., 2002. № 3. С. 32–43.
4. Косович О. В. Дихотомія «мова – дидактика» у перспективі сьогодення : монографія. Тернопіль : ФОП Осадця Ю. В., 2021. 176 с.
5. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. 3-е изд. М. : Смысл; СПб. : Лань, 2003. URL: https://bookap.info/book/leontev_osnovy_psiholingvistiki/
6. Павлова Н. Д., Григорьева А. А., Пескова Е. А. Психолингвистика общения: интенциональное пространство предвыборного политического дискурса // Общение и познание / Под ред. В. А. Барабанщикова, Е. С. Самойленко. М. : Изд. «Институт психологии РАН», 2007. С. 353–373.
7. Паршин П. Б. Понятие идиополитического дискурса и методологические основания политической лингвистики. URL: <http://www.elections.ru/biblio/lit/parshin.htm>
8. Попов В. И. Современная дипломатия: теория и практика : курс лекций. Часть 1: Дипломатия – наука и искусство. М., «Научная книга», 2000. 277 с.
9. Український дипломатичний словник. За ред. М. З. Мальського. Знання, 2014. 495 с.
10. Ушакова Т. Н., Павлова Н. Д., Алексеев К. Н., Латынов В. В., Цепцов В. А. Слово в действии. Интент-анализ политического дискурса. М., 2000. URL: <https://lib.ipran.ru/upload/papers/20101842.pdf>
11. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : монография. Волгоград : Перемена, 2000. 368 с.
12. Эко У. От Интернета к Гуттенбергу // Новое литературное обозрение. 1998. № 32. С. 5–13.
13. Denton R. E. Jr., Woodward G. C. Political Communication in America. New York : Praeger, 1990, 363 p.
14. Longman Dictionary of Contemporary English, Fifth Edition. Longman (Pearson Education), 2009. 2082 p.
15. MacMillan English Dictionary for Advanced Learners. Macmillan Ltd, 2012. 1748 p.
16. Oxford English Dictionary. Oxford University Press, 2020. 1680 p.
17. Oxford Dictionary of Foreign Words And Phrases. Oxford University Press, 2010. 408 p.

Косович О. В., Котовська Т. І., Кулик С. А. ДИПЛОМАТИЧНЕ СПІЛКУВАННЯ. ДИСКУРС-АНАЛІЗ

У статті розглядається структура дипломатичного дискурсу з точки зору його організації, специфіка агента, клієнта і цілі цієї дискурсивної практики. Проведено порівняльний аналіз дипломатичних і політичних дискурсів, висвітлено їх схожість і відмінності. Доведено, що однією з форм дипломатичного дискурсу є публічний дипломатичний дискурс, подібний за основними параметрами до політичної комунікації.

Вивчення дипломатичного дискурсу передбачає виявлення основних особливостей даного виду інституційної комунікації та його відмінностей від інших видів комунікації, схожих на дипломатичне спілкування за певними параметрами. Порівняльний аналіз цих визначень показує, що основний акцент у визначенні дипломатії робиться на політиці держави, яка здійснюється її керівниками і професійними представниками, науковою діяльністю з ведення міжнародних відносин шляхом переговорів. Звідси очевидно, що дипломатичний дискурс має свого роду агента, специфіка якого полягає не просто в його груповому характері, а й у тому, що, як випливає з визначення дипломатії, він представлений двома категоріями: по-перше, вищими державними чиновниками, тобто професійними політиками; по-друге, представники дипломатичного корпусу – професійні дипломати. Дипломатичний дискурс – це замкнений процес переговорів, які готуються і ведуться на основі конкретних теоретичних положень і практичних розробок теорії спілкування, конфліктології, психології спілкування і т.д., а тому можуть розглядатися як специфічна наукова діяльність співробітників дипломатичного корпусу.

Авторами робиться висновок, дипломатичний дискурс можна розглядати як особливу форму комунікативної діяльності, основною відмінністю від інших видів комунікації є його різноспрямований характер, який обумовлений різними цілями і завданнями, реалізованими в різних контекстах – публічних і закритих.

Ключові слова: дипломатичний дискурс, політичний дискурс, дипломатичне спілкування, психологія спілкування, публічний контекст, переговорний процес.

UDC 808.5:32-057.177.1(092)
DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.1-1/28>

Mishchenko T. V.

Nizhyn Mykola Gogol State University

Lutsenko O. V.

Nizhyn Mykola Gogol State University

RHETORICAL DEVICES OF PERSUASION IN JOE BIDEN'S SPEECHES

The article analyzes rhetorical devices of persuasion in Joe Biden's speeches defined as an oral talk delivered in front of the audience by the president, premier-minister or other politician with an aim to set certain tasks, to give recommendations, or to highlight urgent issues and problems. One of the main tasks of a speech is the influence on its recipients which is achieved by making use of classical rhetoric, namely its three devices of persuasion: ethos, logos, pathos. Appealing to ethos using the phrases «my fellow Americans» and «folks» and substituting the pronoun «I» with «we» helps the President to create the effect of unity and to represent himself as a part of the nation and his political team. To maintain a positive image Biden often discredits his main opponent Donald Trump utilizing the words and phrases with negative connotations. Appealing to logos is observed in relation between the thesis and arguments. Usually Joe Biden prefers a twice-repeated thesis that is supported by stating historical facts, statistics, authorities, and laws. Appealing to pathos is closely connected with emotions and feelings. They in turn are triggered by needs that influence people's behavior. Appealing to safety need is provided by highlighting the idea of democracy that brings stability and, as a result, safety. Besides, using the unchanged phrases «May God bless you» and «May God protect our troops» Biden touches upon faith (God as people's protector) and military protection. Belongingness needs in Biden's speeches are underscored with the help of the words with the semantics of unity which reflects belongingness to a nation or the world's community as well as entering a smaller – professional – group. Appealing to esteem need concerns specific groups of people (mainly doctors, soldiers, and immigrants) whom Biden considers a driving force in the development of American ideas and, hence, he describes them with the words and phrases which have the connotation of respect and development. The President appeals to the self-actualization need usually by representing the USA as a leading country at the international level being verbalized by the phrases that denote leadership.

Key words: political speech, rhetoric, logos, ethos, pathos.

Research question. Political discourse has long remained in the focus of scholars investigating the text and talk of professional politicians or political institutions both at the local, national, and international levels [15, p. 12]. The latter use language as a tool of political power [11, c. 48] to influence the masses making use of classical rhetoric being primarily developed as an 'art' to persuade people in a political assembly [15, p. 34], to make the audience believe and act according to the desires and intentions of the speaker. In the view of the said above it is important to analyze political speeches in order to reveal the hidden senses and prevent their recipients from being manipulated or deceived.

Research overview. Being an element of political discourse political speech is defined as an oral talk delivered in front of the audience by the president, premier-minister or other politician with an aim to set certain tasks, to give recommendations, or

to highlight urgent issues and problems [5, c. 54]. From the communicative perspective political speech is a communication process and one of the types of a social action [10, c. 208] with the heads of states occupying the role of central political figures which makes their speeches subject to scrutiny of both public and scholars who have investigated linguo-stylistic peculiarities of speeches [4], their argumentation [2; 3], rhetoric functions of set phrases in speeches [8], linguo-pragmatic [9] and cognitive-rhetorical aspects of their persuasive potential the latter being embodied in various rhetorical effects such as those of modesty and determination [19] as well as evoked by the appeal to human needs [20].

The research overview shows a complex approach to the study of speeches and the revival of classical rhetoric for both practical purposes and as the basis for linguistic analysis of political "speeches designed to persuade" [12, p. 49] by means of logos, ethos,

and pathos. Logos is the so-called rational persuasive method employing examples [13, p. 3], ethos is a character-based appeal involving the reputation of the speaker and what that speaker actually does and says in and during his/her speech [13, p. 4] and pathos is emotional persuasion [13, p. 4].

The three methods of persuasion have been touched upon in the cited works separately from each other though they are always interrelated in a speech and target at producing an integral impact on the audience.

The purpose of the research is to analyze rhetorical devices of persuasion in the speeches of the present-day American president Joe Biden who being the head of one of the most powerful states is one of the most influential politicians both domestically and internationally. Achieving this goal involves fulfilling the following tasks: to reveal the devices of logos in Biden's speeches, to investigate his appeal to ethos, i.e. the general effect produced by his oration and to analyze how he influences the recipients' emotions.

Results and discussion. Though as it has already been mentioned all the three methods of influence are interconnected they will be considered separately in this paper for research purposes.

Ethos: speaker's self-representation.

It is generally recognized that ethos is an ethical appeal, which helps to create a connection between the speaker and the audience. Ethos concerns the esteem in which the speaker is held. It means that an orator should be a person whom the listener can trust. As ethos includes acknowledging shared values, history, and beliefs, it is closely bound to creating certain effects on the audience [6, c. 132].

To represent himself in his speeches Joe Biden aims at producing the effect of unity with the nation and creating his positive image at the expense of his predecessor Donald Trump.

The effect of unity is achieved by showing President's belongingness to the nation and his political team by using the pronoun «we» to emphasize that he is an ordinary American, who understands people's problems and shares their experience. However, there are cases when he highlights himself as the leader of the country, especially while talking about some definite achievements. For this purpose, he uses the pronoun «I». This tendency is clearly observed, for example, in «Remarks by President Biden at the 153rd National Memorial Day Observance», when Biden uses the pronouns «we» and «our» 94 times, while «I» and «my» are used only 26 times.

In addition, it is common for the President to address the citizens with the help of special phrases: «folks» and «my fellow Americans». According to the dictionaries «folks» is used «if you want to speak in a friendly way to people you do not know» [14, e-ref] or to denote «the persons of one's own family» [18, e-ref]. At the same time, the word «fellow» is «used to refer to someone who has the same job or interests as you, or is in the same situation as you» [14, e-ref]. We can draw a conclusion that both of these phrases have the meaning of unity, of having something in common.

Besides, Joe Biden usually uses the failures and mistakes of his predecessor, Donald Trump, to create a better image of himself. The President describes his politics as active, democratic, and based on the rule of law, while Donald Trump and the Republican Party are related with various words and phrases with a negative connotation («an obstruction», «an assault», «the black hole», «an abyss», «interfering with elections», «cyberattacks», «poisoning», «to roll over», etc.): «Today, the right to vote and the rule of law are under unrelenting assault from Republican governors, attorneys general, secretaries of state, state legislators. And they're following my predecessor – the last President – into a deep, deep black hole and abyss» [21].

Logos: argumentation.

Logos is a rational appeal, which serves as the basis for argumentation theory [6, c. 132]. Argumentation is defined as proving the thesis with the help of arguments. It is generally accepted, that any speech must contain a chain of arguments that support the message that the author wants to deliver to his or her audience. It contributes to the truthfulness and solidness of the presented ideas [1, c. 202].

Among the rhetorical arguments which are used to support the thesis, the majority of modern scholars distinguish appealing to facts, statistics, laws, and authorities [7, c. 54]. After analyzing Joe Biden's speeches we may conclude that he often combines all of them, creating a strong base for showing the correctness of his ideas. This tendency is exemplified by «Remarks by President Biden at the 153rd National Memorial Day Observance». As this speech is delivered on Memorial Day, it is closely connected with the topic of American independence and the price paid for it. That is why these two ideas are mentioned in the thesis: «We remember those who gave their all in the service of America, in the service of freedom, in the service of justice» [22].

The first argument that follows the thesis contains appealing to historical facts which are closely bound

to the occasion mentioned in it. The President reminds people of the Civil War which became the first step in America's way to its democratic ideals. In such a way he shows that these struggles have been continuing since the foundation of the USA and now they unite all the generations making each person engaged in this process: «*We all know Memorial Day origins lie in the wake of the Civil War – a war for the freedom of all. A war for union. A war for liberty and for the preservation of the Constitution*» [22]. In this context, Joe Biden also mentions General John Logan, who after the end of the Civil War issued an order, which started Memorial Day. So the President emphasizes that today Americans preserve old traditions.

Besides, Joe Biden often appeals to authorities by giving quotes of famous statesmen who contributed to developing the USA. In this speech, for instance, he mentions President Lincoln, who is highly respected by Americans: «*Here in Arlington lie heroes who gave what President Lincoln called «the last full measure of devotion»*» [22].

Appealing to statistics in Biden's addresses is met rarely, but its utilizing always provides a strong effect of grief, because the numbers given by the President are never approximation. They reflect the exact number of losses, which again make people feel involved. Citizens understand that these numbers include sacrifices of each family: «*Each day – starting when I was Vice President of the United States – I carry in my pocket a number of troops killed during the wars in Afghanistan and Iraq. Not an approximation, not rounded-off numbers – they each leave behind an entire community and family. And today, that number is 7,036 – 7,036 fallen angels who have lost their lives in these conflicts*» [22].

It is worth mentioning that appealing to laws in Joe Biden's speeches is usually quite generalized and mainly refers to the statements from the Constitution. Talking about the soldiers who died in various military conflicts the President highlights that America's power is in its democratic principles. In turn, democratic principles are protected by the Constitution. This logical chain helps Joe Biden to prove the importance of each soldier for the thriving of the USA and, therefore, the necessity to cherish their memory: «*What we do now – what we do now, how we honor the memory of the fallen, will determine whether or not democracy will long endure. (...) Democracy thrives when the infrastructure of democracy is strong; (...) when the rule of law applies equally and fairly to every citizen, regardless of where they come from or what they look like*» [22].

We can claim that the relation between the thesis and arguments in Joe Biden's speeches is usually determined by the topic and occasion. Mainly he prefers using twice-repeated thesis. It means that the President indicates his thesis in the introductory part and then paraphrases it in the conclusion. Arguments in this structure occupy the main part. This approach helps Joe Biden to emphasize the main idea and to attract more attention to the issue.

Pathos: appealing to needs and emotions.

In classical rhetoric pathos is defined as an appeal based on passion or emotion [16, p. 574]. Now researchers talk about a psychology of *pathos* in which a sensory impression is recorded in the brain as an attitudinal and associational complex of the context in which the impression was experienced. This allows a rhetor to order various stimuli to trigger mental responses in the audience [16, p. 585]. Modern psychologists claim that emotions are the driving factors of both positive and negative motivation. It is closely connected with people's needs, which have their five-staged hierarchy singled out by Abraham Maslow [20, p. 156].

In his speeches Joe Biden appeals to four groups of needs: safety, belongingness, esteem and self-actualization.

Safety need relates to people's need to feel safe and secure in their life and surroundings. It may be achieved by maintaining order with the help of laws and getting protection from unpredictable and dangerous conditions [17, p. 39]. Biden pays special attention to this very appeal because America is considered to be a modern cradle of democracy, which means that «*if every person is sacred, then every person's rights are sacred*» [22].

The President is sure, that all Americans must adhere to the basic idea of equality. Although it was established a long time ago, nowadays it remains a key element that supports the whole mechanism of democracy. While analyzing this issue it appears quite clear, that Joe Biden creates a kind of a chain «*democracy = stability = safety*», where all links are interdependent and may be preserved only by following the rule of law: «*Democracy thrives when the infrastructure of democracy is strong; when people have the right to vote freely and fairly and conveniently; (...) when the rule of law applies equally and fairly to every citizen, regardless of where they come from or what they look like*» [24].

Delivering speeches connected with the COVID-19 pandemic Joe Biden always insists on the necessity to get vaccinated as the only possible way to

protect the lives and health of Americans. He uses an ontological metaphor (VIRUS IS AN ENEMY) to compare the fight for independence carried out by their ancestors with the fight against the virus which they face today: *“Two hundred and forty-five years ago, we declared our independence from a distant king. Today, we’re closer than ever to declaring our independence from a deadly virus”* [23].

Speaking about appealing to Safety needs special attention should be paid to the way Biden ends almost all his speeches. Usually, he utilizes two unchangeable phrases: *«May God bless you»* and *«May God protect our troops»*. On the one hand, the President touches on religious beliefs of God being people’s protector, which very much influences the minds of believing citizens. On the other hand, Biden always mentions troops, i.e. an army that defends American interests both inside the country and abroad. So, in such a way he evokes in people’s minds the idea of being safe.

Belongingness need according to Maslow’s hierarchy includes the necessity for each person to belong to a group (to be a partner, a friend, a colleague, a citizen, etc.) [17, p. 42]. In his speeches Biden often represents the USA as an old country with deep roots and an established set of values. However, it was reached only due to the efforts of each citizen as an integral part of the country. Using the words with the meaning of unity (*«unity»*, *«to be joined»*, *«solidarity»*, *«fellow»*, *«together»*, etc.) he emphasizes the audience’s and his belongingness to the nation: *«And today we see the results of the unity of purpose (...) we’re forging in our nation, for together we’re beating the virus. Together, we’re breathing life into our economy. Together, we will rescue our people from division and despair. But together we must do it»* [23].

At the same time, Biden develops this idea and states that America exists not in isolation, but as a part of the world. So, if a person lives in the USA, he or she is a member not only of the state’s community but also of the world’s one. For this purpose the President chooses phrases and words that denote American involvement worldwide (for instance, *«standing shoulder-to-shoulder with our allies»*, *«American engagement internationally»*, *«global action»*, *«shared challenges»*, *«to be the part of international community»*, *«shared concerns»*, etc.): *«That’s why we’ve moved quickly to begin restoring American engagement internationally and earn back our leadership position, to catalyze global action on shared challenges»* [25].

In the context of the COVID-19 pandemic Biden appeals to belongingness to various strata of society

and professional groups struggling against the virus using such nominating units as *scientists, researchers, educators, other frontline and essential workers*. Once again he points out that these are ordinary people who help their nation to survive in this tough time so the President encourages people to be grateful to the citizens who belong to these essential professional groups: *“...we can thank the scientists and researchers, the educators, and all the other frontline and essential workers, like many of you here today who became the light to see us through the darkness”* [25].

Esteem need includes self-worth, accomplishment, and respect [17, p. 45]. In most cases, Joe Biden appeals to them when he wants to emphasize the essential role of each ordinary citizen for the whole country. It presupposes the necessity to respect them for their actions and achievements, as they move the USA forward.

Predictably, Joe Biden can’t help mentioning soldiers who died in various military conflicts defending the idea of the USA. The President highlights the importance of their sacrifice and encourages people to remember all of them by using words and phrases which have the meaning of respect (for example, *«to honor»*, *«to be grateful for»*, *«to be proud»*, *«honorable»*, *«to remember»*, *«valor»*, *«to appreciate»*, *«dignity»*, *«esteem»*, etc.): *«Women and men, all those we honor today, gave their lives for their country, but they live forever in our hearts – forever proud, forever honorable, forever American»* [22].

Moreover, Biden usually states that America is a diverse country, which unites within its borders various completely different people. Nevertheless, it is the diversity that has helped the USA to achieve such an immense success. To emphasize this idea speaking about immigrants Biden usually utilizes words that denote development correlating with accomplishment in Maslow’s definition, for example, *«to renew»*, *«to thrive»*, *«to develop»*, *«to grow»*, *«to increase»*, *«to be essential»*, *«to build smth back»*, etc.: *«All of you represent how immigration has always been essential to America. We’re constantly renewing ourselves. Constantly. When we come out of this pandemic and build an economy, we’re going to build it back better»* [24].

Self-actualization need covers the realization of potential, self-fulfillment, seeking personal growth, accomplishing everything that one can do [17, p. 46]. In his speeches, Biden usually appeals to self-actualization needs by showing the achievements of America on the international

level. Its participation in various agreements, summits, and meetings is vital for maintaining peace and stability across the globe. Furthermore, America is ready to use all its strength and influence to become even more powerful and to help other countries in the shared aim to create a better world. This issue is represented by utilizing phrases that denote various aspects of leadership, like «*to earn back a leadership position*», «*to become the first*», «*to achieve higher results*», «*to step up the diplomacy*», «*to ensure the support*», «*to struggle for democracy around the world*», etc.: «*We're also stepping up our diplomacy to end the war in Yemen (...). I've asked my Middle East team to ensure our support for the United Nations-led initiative to impose a ceasefire, open humanitarian channels, and restore long-dormant peace talks*» [25].

Conclusions and the prospects for further research. Rhetorical analysis of Joe Biden's speeches brings us to the conclusion that the acting American president makes his speeches persuasive employing three rhetorical devices of influence: ethos, logos, pathos. Biden appeals to ethos creating the effect of his unity with the nation and discrediting his main opponent Donald Trump. Appealing to logos the US head utilizes a twice-repeated thesis supported by historical facts, statistics, authorities, and laws. Influence on the audience through pathos is gained by means of appealing to the safety, belongingness, esteem and self-actualization needs.

The prospects for further research consist in analyzing Joe Biden's speeches from a cognitive rhetorical perspective allowing to bind five canons of rhetoric and cognitive structures.

References:

1. Белова Н. В. Аргументація як процес обґрунтування знання. *Вісник Приазовського державного технічного університету* : зб. наук. праць / ДВНЗ «ПДТУ». Маріуполь, 2018. Вип. 1. С. 201–205.
2. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации. Киев : КНЛУ, 2003. 300 с.
3. Гулей М. Д. Лінгвістичні аспекти аргументації у сучасному французькому політичному дискурсі. *Studia Linguistica*, 2009. Вип. 2. С. 130–134. URL: <http://studia-linguistica.knu.ua/wp-content/uploads/2018/10/2009-2-130-134-Гулей-М.Д..pdf>
4. Лосева І. В. Мовностилістичні особливості політичної полеміки кандидатів у президенти США (на матеріалі інтернет-дискурсу) : дис. ... канд. філ. наук: 10.02.04. Львів, 2016. 216 с.
5. Нагорська Т. В. Структура текстів політичних промов У. Черчіля: лінгвориторичний підхід. *Культура народів Причорномор'я*. 2007. № 110, Т. 2. С. 54–56.
6. Потапенко С. І. Когнітивна риторика ефекту: в пошуках методу (на матеріалі інавгураційних звернень американських президентів Дж. Ф. Кеннеді і Дж. В. Буша). *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*. Серія: Філологія. 2012. Том 15, № 2. С. 131–140.
7. Пригарина Н. К. К вопросу об основаниях классификации риторических аргументов. – 2008. URL: https://www.gramota.net/articles/issn_1997-2911_2008_1-2_29.pdf
8. Свиридчук Т. В. Ідіоматика англомовного публічного виступу в епоху глобалізації: лінгвориторичний аспект (на матеріалі промов британських прем'єр-міністрів) : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Донецьк, 2011. 20 с.
9. Стецик Т. С. Лінгвопрагматика стратегії персуазивності в дебатах і промовах сучасних американських політиків : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04. Чернівці, 2016. 20 с.
10. Худолій А. О. Картина світу американських політиків (на матеріалі промов президентів США). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологічна». 2014. Вип. 46. С. 208–211.
11. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : дисс. ... д-ра. фил. наук: 10.02.01, 10.02.19. Волгоград, 2000. 431 с.
12. Burke K. A rhetoric of motives. New York : George Braziller Inc, 1955. 340 p.
13. Burke M. Discourse Implicature, Quintilian and the Lucidity Principle: Rhetorical phenomena in pragmatics. *Topics in Linguistics*. 2016. Vol. 17, № 1. P. 1–16.
14. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/>
15. Dijk van T. A. What is Political Discourse Analysis? 1997. URL: <http://www.discourses.org/OldArticles/What%20is%20Political%20Discourse%20Analysis.pdf>
16. Green L. D. Pathos. *Encyclopedia of Rhetoric*. Oxford : Oxford University Press, 2006. P. 574–588.
17. Maslow A. Motivation and Personality. NY, etc.: Harper and Row Publishers, 1970. 358 p.
18. Merriam-Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/>
19. Potapenko S. I. 'The speech that failed to fly': cognitive-rhetorical analysis of effects produced by president Obama's 2009 inaugural address. *Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя*. Філологічні науки. 2013. Книга 3 С. 212–225.
20. Potapenko S. Rethinking pathos: Media rhetoric of needs. *Deeds and Days*. Kaunas. 2016. № 66. P. 155–166.

Illustration Sources:

1. Remarks by President Biden at the 10th Anniversary Celebration of the Dedication of the Dr. Martin Luther King, Jr., Memorial. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2021/10/21/remarks-by-president-biden-at-the-10th-anniversary-celebration-of-the-dedication-of-the-dr-martin-luther-king-jr-memorial/>
2. Remarks by President Biden at the 153rd National Memorial Day Observance. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2021/05/31/remarks-by-president-biden-at-the-153rd-national-memorial-day-observance/>
3. Remarks by President Biden Celebrating Independence Day and Independence from COVID-19. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2021/07/05/remarks-by-president-biden-celebrating-independence-day-and-independence-from-covid-19/>
4. Remarks by President Biden in a Naturalization Ceremony with Essential Workers and Military Service Members. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2021/07/02/remarks-by-president-biden-in-a-naturalization-ceremony-with-essential-workers-and-military-service-members/>
5. Remarks by President Biden on America's Place in the World. URL: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2021/02/04/remarks-by-president-biden-on-americas-place-in-the-world/>

Міщенко Т. В., Лупенко О. В. РИТОРИЧНІ СПОСОБИ ВПЛИВУ У ПРОМОВАХ ДЖО БАЙДЕНА

У статті аналізуються риторичні засоби переконання у промовах Джо Байдена, що визначаються як усна промова президента, прем'єр-міністра або іншого політика перед аудиторією з метою постановки певних завдань, надання рекомендацій або висвітлення нагальних питань і проблем. Одним з основних завдань промови є вплив на її реципієнтів, який досягається за рахунок використання класичної риторики, а саме її трьох способів переконання: етос, логос, пафос. Звернення до етосу за допомогою фраз «мої співвітчизники американці» і «народ», а також заміна займенника «я» на «ми» допомагають президенту створити ефект єдності і показати себе частиною нації і своєї політичної команди. Для збереження позитивного іміджу Байден часто дискредитує свого головного опонента Дональда Трампа, використовуючи слова і фрази з негативними конотаціями. Звернення до логосу спостерігається у зв'язку між тезою та аргументами. Зазвичай Джо Байден надає перевагу двократній тезі, яку підтримують історичні факти, статистика, авторитети й закони. Звернення до пафосу тісно пов'язане з емоціями і почуттями. Вони, у свою чергу, викликаються потребами, які впливають на поведінку людей. Звернення до потреби у безпеці забезпечується шляхом наголошення на ідеї демократії, яка приносить стабільність і, як наслідок, безпеку. Крім того, використовуючи незмінні фрази «Нехай Бог благословить вас» і «Нехай Бог захищає наші війська», Байден торкається віри (Бога як захисника людей) і військового захисту. Потреби приналежності в промовах Байдена підкреслюються за допомогою слів із семантикою єдності, яка відображає належність до нації або світової спільноти, а також входження до меншої – професійної – групи. Апеляція до потреби в повазі стосується конкретних груп людей (в основному лікарів, солдатів та іммігрантів), яких Байден вважає рушійною силою у розвитку американських ідей і, отже, яких він номінує словами та фразами, що мають конотацію поваги та розвитку. Президент звертається до потреби в самоактуалізації, як правило, представляючи США як провідну країну на міжнародному рівні, що вербалізується фразами, які позначають лідерство.

Ключові слова: політична промова, риторика, логос, етос, пафос.

Мурадханян І. С.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Гладкоскок Л. Г.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Семен Г. Я.

кандидат філологічних наук

ЛЕКСИЧНІ ІННОВАЦІЇ В МУЗИЦІ

Стаття присвячена питанню лексичних інновацій у сфері музики. Матеріалом для розгляду були 72 одиниці, відібрані із англо-українського словника інновацій у словниковому складі англійської мови початку XXI століття Ю. А. Зацного та А. В. Янкова (41 приклад), словника нових слів та значень у англійській мові З. С. Трофімової (21 приклад) та інтернет-джерел (10 прикладів). Лексичні інновації у сфері музики складають незначну частку нових слів, зафіксовану в академічних словниках – всього $\approx 2\%$, але цінність їх полягає у відображенні змін, що відбулися в галузі музики за останній період. Проблему вивчали О. Степанова, Л. С. Перецман, J. M. Crotty, F. McAlpine, M. Daniels, але розвиток нових технологій, зміни у суспільстві потребують і нових позначень для різноманітних явищ, в тому числі і в музиці. Одним із шляхів створення нових слів у світі музики є деривація, як префіксація, так і суфіксація. Складні слова утворюються за допомогою двох чи декількох лексем, що становлять термінологічну єдність. Спостерігаються як двочленні, так і трьохчленні сполучення. Ряд слів утворюється за допомогою злиття: *ethnomusicology* = *ethnic* + *musicology*. Серед музичних інновацій зустрічаються однокорінні слова. Значно рідше спостерігаються такі способи створення нових слів, як заміна окремої літери у слові, конверсія, заміна у знайомій лексичній одиниці другої частини, акронімія. Способи словотвору дуже рідко виступають у чистому вигляді. Зазвичай відбувається поєднання різних видів для утворення нових слів. Яскравим прикладом цього можуть бути слова, основою яких виступає елемент *celeb-*. Знайомі слова набувають нових значень. Особливий інтерес викликає явище переходу лексичної одиниці в іншу сферу та набуття нового значення шляхом переносу. Слова, що належать до сфери музики використовуються у політиці, організації праці та керівництві колективом, соціології та психології. Словники інновацій включають, крім слів та словосполучень, окремі фразеологічні одиниці та цитати з пісень. У статті розглядаються лише словесні музичні терміни, графічні музичні терміни (символи, букви, цифри) зафіксовані не були. Перспективами дослідження є використання музичної термінології в тексті сучасних англійських джерел.

Ключові слова: музична термінологія, лексичні інновації, злиття, деривація, словотвір.

Постановка проблеми. Музичні терміни, лексика сфери музичного мистецтва викликає неабиякий інтерес дослідників словникового складу мови. Хоч деякі дослідники вказують на той факт, що англійські музичні виконавські терміни не такі активні, як, приміром, терміни французького або італійського походження [2, с. 124], англійський світ зробив свій гідний внесок у збагачення музичних лексичних одиниць. Розвиток нових жанрів, зміни у суспільній свідомості, історичні події останніх десятиліть, глобальний характер англійської мови спричиняють появу нових слів, словосполучень, фразеологізмів. В цілому, інновації у сфері музики в англійській мові не скла-

дають дуже великої групи, але мають свою цінність та особливості, котрі необхідно всебічно дослідити і пояснити. Як відомо, музичні терміни діляться на 2 великі групи: словесні музичні терміни (темпові, динамічні, артикуляційні, експресивні) та графічні музичні терміни (символи, літери, цифри). Оскільки вибірка не включає прикладів другої групи, увага зосереджується лише на словесних музичних термінах. У центрі уваги будуть не всі можливі приклади, а лише інновації, нововведення останніх років, зафіксовані у академічних словниках, ілюстровані прикладами, тобто, саме ті одиниці, що витримали перевірку часом, оскільки не всі нововведення залишаються

у мові. Повинно пройти не менше п'яти років їх функціонування, перш ніж вони потраплять у словники, що теж не можна вважати критерієм їх довговічності. Одні слова витісняють інші, а мінливий світ завжди поповнює словникову скарбницю новими явищами та поняттями, що потребують нового найменування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вчені-лінгвісти завжди вважали своїм обов'язком моніторити мовну ситуацію щодо появи нових несподіваних, рідкісних одиниць з метою їх проаналізувати, вивчити і дослідити, чим полегшували роботу над мовою тим, хто працював у цій галузі. Традицією англомовного світу була публікація в газетах спеціальної рубрики присвяченої замінам у мові. Цим публікаціям передувала важка робота по збору новоутворень. Видавались відповідні словники: G. A. Auto (2007), W. Glowka (2001–2006), McFedries (2007), A. Metcalf (2002), W. Safire (2003). Інформацію про новоутворення в англійській мові можна було отримати зі словників Ю. А. Зацного, видання якого у 2008 році у співавторстві з А. В. Янковим стало основою для підбору матеріалу даної статті.

Нові слова та значення у англійській мові можна знайти у словнику З. С. Трофімової (2006). Переклади нових слів у сфері музики подає Фрейзер МакАльпін (Fraser McAlpine). Це слова що увійшли у академічні словники ОЕД, наводяться їх словникові дефініції та подається опис і характеристика, вони ілюструються за допомогою яскравих прикладів та відеоматеріалів. Слова, пов'язані з окремими термінами (related words), а також зворотні словники (reversed dictionaries), в яких подаючи визначення слова, можна отримати потрібний термін, дають змогу познайомитися з останніми новинками у музиці [5].

Матт Деніелс (Matt Daniels) вивчав найбільший лексичний запас у хіп-хопі, словник реперів та їх унікальні, рідкісні слова, що зустрічаються у піснях, порівнюючи їх словниковий запас із словником В. Шекспіра, котрий використав 28 829 слів, а знав значно більше – понад 100 000. Ці дані автор вирішив порівняти з найвідомішими виконавцями у хіп-хопі. Використавши об'ємний матеріал, створив рейтингову таблицю, де на першому місці виявився Jay-Z (2012 р.). Як відправна точка послужили дані В. Шекспіра та Г. Мельвіла. Труднощі виникли у зв'язку з наявністю сленгу, складних слів та приспіву, що повторюється. Гурт E-40 вважається творцем багатьох сленгових слів (all good, shizzle), зробили свій внесок і гурти A#15, Outkast [6]. Такі джерела популяризують

слова з пісень, назви екзотичних інструментів, що недавно увійшли до європейського музичного обігу, цитати композиторів, важкозрозумілі, незвичайні слова, найбільший або найменший за обсягом словниковий запас музикантів. Але не всім лексичним одиницям судилося бути довгожителами у мові. Частіше вони зникають з плином часу. Тому метою даної статті було відібрати лише ті одиниці, що зафіксовані у словниках авторитетних академічних видань, проаналізувати, підрахувати та вивчити типи словотвору, характерні для інновацій у музиці.

Виклад основного матеріалу. Вибірка інновацій у музиці становить 72 одиниці, 41 приклад зі словника інновацій [1], 21 приклад зі словника нових слів та значень [3] та 10 прикладів з інтернет-джерела [5].

У відсотковому відношенні з першого джерела інновації складають 1,8 % (загальна кількість неологізмів у словнику 2500); з другого джерела 1,9 % відсотка (загальна кількість нових слів 1034).

Одним із шляхів створення нових слів у музиці виступає деривація. Префікс anti- у лексичній одиниці anti-fan перетворює слово fan на його протилежність і новостворена одиниця позначає особу, що непідробно, щиро ненавидить знаменитостей: ...[Tara] Hunt sees Sierra as a victim of what she called the "tall poppy syndrome" meaning that the people that stand out tend to get anti-fans" – (The San Francisco Chronicle, March 28, 2007). Суфікс -ism утворює іменник playlistism, що вживається зі значенням своєрідної дискримінації тих, хто має інший смак у музиці і немодні твори у своїй музичній бібліотеці: There are new social implications to sharing music: playlistism (Playlist, Nov, 2, 2005).

Складні слова створюються з двох та більше елементів. Bluegrass – багатозначне слово. У першому значенні – це блуграсс, народна музика півдня США, що характеризується швидким ритмом, а також використанням таких інструментів, як банджо та гітара, це один із варіантів "кантрі". У другому значенні – це назва штату Кентуккі. Як прикметник слово позначає 1) що має відношення до музики в стилі блуграсс; 2) що має відношення до Кентуккі.

Серед новостворених слів певне місце займають ті, що утворилися за допомогою злиття (blending). Слово actorvист створене за допомогою злиття двох іменників, з яких перше використовується у своїй повній формі, а друге лише зберігає кінцеву частину actorvист = actor + activist та позначає добре відому особистість, що

бере участь у політичних дискусіях та дебатах. Добре фінансований мюзикл, що супроводжується спеціальними ефектами, але низькопробний за якістю виконання, позначається словом McTheatre, дві частини слова об'єднуючись нагадують власну назву McDonald's, що натякає на високі доходи, але посередню якість. Лексична одиниця plunderphonics позначає написання музичного твору шляхом синтезу уривків з інших творів: Side 2, however, due to the duo's running out of money for studio time, was a bizarre, abstract collision of previously recorded music being looped, repeated, mangled and played at incorrect speeds – the first rock remix, perhaps, or an early example of plunderphonics. (Phoenix New Times, July 12, 2001). Прикладами злиття можуть бути також ropaganda (pop + propaganda), експлуатація поп-музики, поп-літератури, поп-мистецтва з метою впровадження певних ідей: Increasingly, young people's music is filled with ropaganda, and it will affect profoundly the way American society evolves. (The Daily Mail, Oct. 15, 2004). Аналогічним чином створено слово roporetta (pop + operetta), музичний жанр, що поєднує елементи поп-музики з оперною.

Серед музичних інновацій зустрічаються однокорінні слова (root / stem words): phat, adj. чудовий, миловидний, гарний: Hip-hop is not about “bling-bling”, Pharrell trucker hats and “phat” beats. (The Daily Texan, Sept. 26, 2003); krump, a style of dancing, perfect to hip-hop music, characterized by rapid exaggerated movements of the arms and legs.

Значно рідше зустрічаються специфічні способи створення нових слів. Це може бути заміна однієї літери у слові: himbo. У мові вже існує інновація, зафіксована у словниках: bimbo, в той час як заміна ініціальної літери дає нове утворення зі значенням красивий, але позбавлений інтелекту молодик: After three Garbage albums Manson hasn't yet become a tedious pop princess. Undeniably charismatic, she can be distinguished from most of thrusting teens and vainglorious himbos by one easy test: she has opinions (Sydney Morning Herald, Jan. 25, 2002). Заміна у вже відомому складному слові другої його частини: від слова proofread – виправляти помилки у тексті – утворено prooflisten – виправляти помилки у запису.

Конверсія представлена словом soul n амер. негр. розм. 1) джазова народна музика американських негрів-містян, ритмічна, має як риси блюзу, так і релігійних негритянських піснопіснів; 2) дух американських негрів, їх самосвідомість; 3) щире, глибоке почуття; 4) негритянська культура: It was

British groups like the Beatles and the Rolling Stones, with their heavy and acknowledged debt to American soul and Blues, who revitalized rock by getting back to its roots. (Time, Sept. 28, 1970) Слово soul вживається і як прикметник 1) негритянський, чорний; 2) що належить афро-американцям. Soul City = Soulville Гарлем, та входить у атрибутивний функції до словосполучень soul music негритянська музика; soul appeal: ... Sonny Charles, the organist, took over singing with a soul appeal that caught up even this predominantly white audience. (The New York Times, June 17, 1968). Зустрічаються також поодинокі випадки акронімії: YOLO, що є ініціальними літерами фрази You only live once та позначає погляди, згідно яких людина живе раз, повинна взяти від життя все, не задумуючись про майбутнє.

Слід звернути увагу на те, що способи словотвору дуже рідко виступають у чистому вигляді. Зазвичай відбувається їх поєднання для утворення нових слів. Так, початкове слово утворюється за допомогою усічення: celeb від celebrity. Слово celeb вживається за принципом конверсії-явища характерного для англійської мови, – як дієслово зі значеннями 1) Запрошувати знаменитостей (на форум, фестиваль і т. п.); 2) Послати поштівку відомій особі; 3) Використовувати популярні імена для реклами: TOM JONES “He's brilliant. We had our annual Man of the Year party at the Opera House in London's Covent Garden about three years ago. He turned up at the after show party. It was really celebbed up. There was designer Tom Ford and Paul McCartney, lots of people, a brilliant evening”. (The Western Mail, March 15, 2003). Celeb виступає як початковий елемент ряду слів: celebblog, celeblogger (celeb blogger), celebology, celebrader, celebrealty (celebrity + reality), celebriphilia, celebritology, celebutante, celebutard (celebutante + retard) та словосполучень: celebrity advocacy, celebrity worship syndrome. Новотвір у вигляді складного слова songlift означає переписувати пісенні твори нелегально. Від даного дієслова утворено два іменники шляхом деривації: songlifter та songlifting.

Знайомі слова набувають нових значень: happening n хеппенінг (вид авангардистського драматичного дійства, часто із залученням глядачів). Особливий інтерес викликає явище переходу лексичної одиниці в іншу сферу та набуття нового значення шляхом переносу. Так, політичний термін Quartet позначає умовне об'єднання США, ООН, Європейського Союзу і Росії: The United States, the United Nations, the European Union, and Russia – labeled, collectively, the “Quartet” – have devised a plan called the “Road Map” (U. S. News

and World Report, July 14, 2003). Слова, що належать до сфери музики, опинилися у сфері працевлаштування та розподілу робочої сили: musical-chair county для позначення районів США, в яких відбувається «обмін» робочої сили, коли частини мешканців одного району відправляється на роботу в інші частини міста або інші міста, а у даний район прибувають люди із сусідніх місць. У системі працевлаштування функціонує інша одиниця зі сфери музики: accordion-like staffing або management, працевлаштування та звільнення за необхідністю. Словосполучення orchestra model позначає ієрархічну структуру, в якій єдиний керівник видає розпорядження.

Музичні терміни з'являються і у позначеннях політичних понять, отримують інше значення у сфері політики: drum-beater 1) представник (певного політичного чи громадського діяча), що підтримує зв'язок з пресою, громадськістю; 2) активний прибічник. Keypnote позначає програмну промову на з'їзді партії, а його дериват Keynoter має два значення: 1) оратор, що виступає з програмною промовою на з'їзді партії; 2) основний доповідач. Музичні терміни зустрічаються у сфері соціології та психології: rap group амер. жарг. дискусійний гурток, де зустрічаються для обговорення особистих проблем учасників, rap session амер. жарг. дискусія на певну тему: In every major city, women, most of them young, gather for "consciousness-raising" rap sessions, (Time, Aug. 24, 1970).

Музичні інновації включають словосполучення: conscientious rap лірична музика, що проникнута високим моральним духом і пропагує почуття відповідальності; conscientious rapper, conscientious rapping); fan edit- нові варіанти і версії існуючих фільмів, творів мистецтва, пісень, створених аматорами за допомогою комп'ютерних технологій; Hip Hop generation, молоде покоління афроамериканців: The Hip Hop generation defines itself with its distinctive music, dress and outlook on the word, (On Campus, Apr. 18, 2003).

Спосіб словоформування сучасних музичних термінів може значно впливати на детермінологізоване використання терміна, тобто, термін може мати у своєму складі потенційно експресивний компонент. Наприклад, додавання префікса може надати термінологічній одиниці відтінок значення, який в подальшому складе основу для детермінологізованого використання в немусичному контексті. В якості ілюстрації розглянемо 3 термінологічні одиниці, сформовані префіксальним способом (upbeat, downbeat, offbeat), де до

основи beat додається прийменник (прислівник (up, down, off)).

Так, слово upbeat набуває в різних контекстах значення:

– веселий, життєрадісний (Upbeat treatments of topics that interest everybody are the reason Coronel's circulation is just about to break the three-million mark);

– успішний (The big news of 1951 was the end of the decline and the beginning of new hope for the future. It was an upbeat year) [4, с. 47].

Одиниця downbeat, детермінологізуючись, може набувати значення "невдалий", "сумний", "тужливий": (They have been tagged downbeat films, as distinct, of course, from the upbeats that end triumphantly) [4, с. 48].

Тут фільми з трагічним кінцем протиставляються фільмам з щепі ендом, на що явно вказує використання антитези downbeat – upbeat.

Поза музичним контекстом слово offbeat може означати щось незвичайне, але, в той же час, з деяким відтінком покращення: "My own reaction was a little offbeat in that article acted as (S) and my (R) was to shy away from a study of what appeared to be a screened, selected group of pupils [4, с. 49].

Однак, в деяких ситуаціях offbeat може набувати конотативного значення помилкового, неправдоподібного, неправильного. Наприклад, в заголовку статті про британського композитора "Vaughan Williams Taps Drum Even for Offbeats" [4, с. 51] можемо перекласти offbeats як "другорядні музиканти".

Словники інновацій включають, крім слів та словосполучень, фразеологічні одиниці, такі як beat the drum, цитати з пісень: we shall overcome. Новоутворення в музиці характеризуються з одного боку, різноманіттям шляхів створення, а з другого боку, в них можна знайти певні аналогії та системність.

Висновки із дослідження і перспективи у цьому напрямку. До питання інновацій у музиці завжди звертались лінгвісти, оскільки кожне нове явище потребує пояснень, аналізу та дослідження. Способами створення нових слів у музиці виступають деривація, складні слова, злиття, усичення. Значно менше прикладів заміни частини слова або літери, конверсії, акронімії. Зазвичай нове слово поєднує у собі кілька шляхів створення. Зі сфери музики слово може бути перенесене у політику, менеджмент, соціологію, набути там нового значення. Перспективами дослідження виступає аналіз вживання музичних інновацій у текстах різних стилів.

Список літератури:

1. Зацний Ю. А., Янков А. В. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття : англо-український словник. Вінниця : Нова Книга, 2008 р. 360 с.
2. Степанова О. Структурно-семантичний аналіз музичної термінології виконавського мистецтва. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки, Мовознавство*. 1. 2013. С. 122–126.
3. Трофимова З. С. Dictionary of New Words and Meanings. Словарь новых слов и значений в английском языке АСТ: Восток – Запад, 2006. 320 с.
4. The American Dialect Society. Upbeat, Downbeat, Offbeat Source: American Speech. Vol. 33. No. 2. Part 2 (May, 1958). Duke University Press. P. 46–53.
5. Fraser McAlpine. 10 long-awaited albums that will be the soundtrack of 2019. Articles – BBC Music. January 2019. URL: <https://www.bbc.co.uk/music/articles>
6. Matt Daniels. The largest vocabulary in hip hop. The Pudding digital publication. URL: <https://pudding.cool/2017/02/vocabulary/>

Muradkhanian I. S., Hladkoskok L. H., Semen H. Ya. LEXICAL INNOVATIONS IN MUSIC

The article is devoted to the issue of lexical innovations in the sphere of music. The material for the analysis was 72 units selected from English-Ukrainian Dictionary of Innovations in the Vocabulary of the English language at the beginning of the XXI-st century by Yu. A. Zatsnyi and A. V. Yankov (41 examples), Dictionary of New Words and Meanings by Z. S. Trofimova (21 examples) and Internet sources (10 examples). Lexical innovations in the sphere of music constitute a small part of new words, fixed in the academic dictionaries – only $\approx 2\%$, but the value of them lies in the reflecting the changes that occurred in the field of music during the recent time. The problem was tackled by O. Stepanova, L. S. Peretsman, J. M. Crotty, F. McAlpine, M. Daniels, but the development of new technologies, changes in the society need new nominations for different phenomena, music including. One of the ways of new words formation in the world of music is derivation, both prefixation and suffixation. Compound words are coined by means of two or more lexemes that constitute the terminological unity. Both two-member and three-member word combinations are observed. Some words are formed with the help of blending: ethnomusicology = ethnic + musicology. Among music innovations occur root/stem words. Fairly less such ways of new words coinage as the change of a letter in the word, conversion, the change of the second part in the known lexical unit, acronymy are observed. Ways of innovations wordbuilding are very rarely found in their pure form. Mostly there is a combination of different kinds for the coinage of new words. A vivid example of it may be words, the root of which is the element celeb-. Known words acquire new meanings. Special interest arises the phenomenon of transference of a lexical unit into another sphere and obtaining some new meaning by means of transference. Words that belong to music sphere are used in politics, job placement, work management, sociology and psychology. The dictionaries of innovations include, besides the words and word combinations, certain phraseological units and citations from the songs. The article regards only verbal music terms, graphical music terms (symbols, letters, numbers) were not found. The perspectives of the research are the usage of music terminology in the text of modern English sources.

Key words: music terminology, innovations, blending, derivation, word-building.

Нежива О. М.

Національний університет харчових технологій

СПЕЦИФІКА ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

У статті проаналізовано особливості формування економічних термінів в англійській мові. Показано, що знання якостей економічної термінології є доволі вагомим у професійній діяльності та впливає на її ефективність. Тому, необхідно орієнтуватись в специфічних економічних термінах в англійській мові, а також, щоб вести бізнес з іноземними партнерами, необхідно знати специфіку формування економічних термінів в англійській мові. У статті розглянуто конверсія, а також субстантивация, яка пов'язана з найбільшою цінністю іменника з метою номінації. І автор вважає це один із ефективних способів формування англійських економічних термінів. Крім того, автор зазначає, що англійська економічна термінологія – це складним механізмом, у якому існують слова, котрі запозичені з інших сфер діяльності. Втім, у статті акцентується, що інтернаціоналізми посідають вагомим місце в англійській економічній термінології. У статті відображено, що у результаті високої частотності вживання складних економічних термінологічних одиниць призвело до необхідності формування скорочень та абревіатур в англійській мові. Відповідно до аналізу наукової літератури з лінгвістики, існують такі способи утворення скорочень та абревіатур як: буквені скорочення, складові і часткові, змішані та усічені слова. Крім того, автор показує, що скорочення та абревіатура розрізняють за способом вживання як: лексичні та графічні. При аналізі словотвору особливістю формування економічних термінологічних одиниць в англійській мові виділяють похідні префікси (un-, under-, over-, re-) та суфікси (-ing, -ion, -ment, -y, -ee, -able(-ible), -ant, -or, -er, -ive). У статті зазначено, що є значна кількість економічних термінів в англійській мові, які утворюються особливим способом відокремлення форми множини іменника, тобто у цих термінах закінчення -s перетворюється у словотвірний суфікс. Більшість цих термінів відносяться до фінансових операцій, роботи, пов'язану з нею. Це дослідження сприяє у допомозі щодо уникнення помилок вживання економічних термінів в англійській мові.

Ключові слова: англійська мова, термін, словотворення, слово, скорочення, абревіатура.

Постановка проблеми. Україна прагне увійти у єдиний європейський загальноосвітній простір та, щоб досягти цього, вона тримає стратегічний курс на інтеграцію в Європейський Союз. Зважаючи на спільні кордони України з Європейським Союзом, а також на культурно-цивілізаційну, історичну й територіальну наближеність України, доречно виникає необхідність у вивченні процесів європейської інтеграції та їх перспектив для розвитку України. Адже здобувши незалежність, Україна стала на шлях розвитку інтеграційних процесів.

Так, приєднання України до Болонського процесу відбулося 19 травня 2005 року, коли було підписано Болонську декларацію у місті Бергені (Норвегія). Відтоді, якісне володіння іноземною мовою у період інтеграції України в Європейське та світове співтовариство сприяє поширенню ділових зв'язків та контактів, надає можливість вивчати та ефективно використовувати іноземний досвід, користуватися сучасними інформаційними технологіями, брати участь у міжнародних

конференцій, семінарах та конгресах, проходити стажування в іноземних державах з метою вдосконалення фахової підготовки, проводити письмовий обмін діловою інформацією, виводити власний бізнес на міжнародний рівень тощо.

У зв'язку з цим, знання особливостей економічної термінології є доволі вагомим у професійній діяльності та впливає на її ефективність. Таким чином, необхідно орієнтуватись в специфічних економічних термінах в англійській мові.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Про актуальність проблеми свідчать також велика кількість публікацій та досліджень з теми як вітчизняних, так і зарубіжних учених серед яких Дмитрій Лотте, Ойген Вюстерн, Єлена Земская, Віктор Віноградов, Н. Александрова, В. Даниленко, В. Карабан, Т. Кияк, Л. Борисова, та багато інших науковців.

Мета дослідження полягає у здійсненні комплексного аналізу особливості формування економічних термінів в англійській мові.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Термін являє собою слово, що характеризується не лише стильовою співвіднесеністю, а й певною замкненістю в системі лексики на означення понять якоїсь окресленої галузі знань. Він утворюється на засадах рідної мови або запозичений із нейтрального термінологічного банку, тобто являється міжнародним греко-латинським терміноелементом), так і із іншої мови, він повинен відображати ознаки даного поняття; значення терміну для спеціаліста рівняється значенню поняття [1].

Одним із ефективних способів формування англійських економічних термінів являється собою конверсія, а саме: субстантивація, яка пов'язана з найбільшою цінністю іменника з метою номінації. Особливої уваги заслуговують конверсійні утворення – іменники, утворені від дієслів із постпозитивами. Наприклад, *check-in* – місце, де споживачі платять за товар у супермаркеті; *takeover* – злиття компаній; *bail out* – вихід з економічних труднощів з чимось допомогою, тощо.

Крім того, англійська економічна термінологія є складним механізмом, де функціонують слова, які запозичені з інших галузей. Наприклад, з біології (*mature* – зрілий, високорозвинутий; *to survive* – виживати; *hybrid* – гібридний, той, що включає різні елементи), з медицини (*honor* – особа, що жертвує, фінансуюча організація), *injection* – вступ, вклад (наприклад, грошей в економіку); *dead* – недіючий, мертвий, застійний; *body* – орган, організація, суспільство; *суть, зміст (документа)*; з політики і права (*legal* – юридичний; *crisis* – криза; *law n закон*; *intervention* – інтервенція;), з статистики (*coefficient* – коефіцієнт; *bound* – оцінка, межа, границя;), з математики (*derivative* – похідна; *constant* – постійна величина; *ratio* – відношення; *matrix* – матриця) та інші.

Проте, найдинамічнішою частиною англійської економічної термінології, що займає левову частину у неї, є інтернаціоналізми, такі як: *business, management, boss, partner, broker, contract, firm, marketing, finance, credit, assortment*, тощо.

Також у результаті високої частотності вживання складних економічних термінологічних одиниць призвело до необхідності формування скорочень та аббревіатур. Відповідно до аналізу лінгвістичних досліджень, існують такі способи утворення скорочень та аббревіатур:

- буквені скорочення (*ltd* – *limited* – з обмеженою відповідальністю; *VAT* – *value-added tax* – податок на додану вартість);

- складові і часткові, що складаються з букви або складу й повного слова (*Co* – *company* – компанія; *Incoterms* – *International Commercial Terms* – прийняті в міжнародній практиці визначення комерційних термінів, які найчастіше зустрічаються в зовнішньоторгових контрактах; *еsoefficiency* – *еsonomic efficiency* – економічна ефективність; *Fco* – *franco* – франко);

- змішані, що складаються з букв або складів, знаків і цифр (*US\$ United States dollar* – долар США; *£ cash* – готівка, виражена у фунтах стерлінгах);

- усічені слова (*advert* – *advertisement* – реклама; *memo* – *memorandum* – службова записка);

За способом уживання розрізняють:

- лексичні, що є повноцінними одиницями професійного усного та письмового спілкування;

- графічні, які не мають власної звукової форми, не є словами, не мають граматичних категорій і вживаються лише в письмовому мовленні [2].

Крім того, при аналізі утворення економічних термінологічних одиниць відокремлюють похідні такі префікси та суфікси. А саме:

- *in-* у термінах має заперечне значення якості та властивості основного дієслова. Наприклад, *unbalance* – нерівновага; *unbiasedness* – незміцуваність; *unemployment* – безробіття, незайнятість ресурсів, *unadjusted* – нескоректований, нерегульований;

- *re-* вживається із економічними термінами показуючи повторювальну дію, а саме: *rebate* – повернення переплати (за товари чи послуги), *reappraisal* – переоцінка, перерахунок; *recoupment* – окупність капітало-вкладень; *repay* – повернення (кредиту).

- *over-* показує на надмірність того, на що вказує твірне слово (термін): *overconsumption* – надмірне споживання; *overproduction* – перевиробництво, створення більшого обсягу продукції, ніж спроможно спожити суспільство; *overcharge* – завищення цін; *overtime* – позаурочна додаткова робота, яка повинна оплачуватися за спеціальними, вищими тарифами.

- *under-* визначає недостатність властивості, недовершеність дії, вираженої у твірній основі. Наприклад, *underimporting* – недостатній імпорт; *underinsurance* – неповне страхування (страхування на малі суми); *underdevelopment* – низький рівень економічного розвитку; *underemployment* – неповна зайнятість (робочої сили).

- *-ing* вживається у більшості випадків для позначення різноманітних торгових операцій, пла-

тежів, розрахунків: *clearing* – виконання клірингу чеків чи векселів; *advertising* – процес інформації, покликаної допомогти виробнику вигідно реалізувати свою продукцію (товар, послуги, ідею), а покупцеві із користю придбати її; матеріальне вираження реклами у вигляді рекламної листівки, телевізійного ролика; *trading* – продаж товарів, торгівля; укладання торговельних угод.

- *-er* за допомогою даного суфікса створюються економічні терміни для позначення осіб за виконуваною роботою: *adviser* – консультант; *consumer* – споживач; *adjuster* – диспашер (спеціаліст з оцінення збитків загальної аварії та їх розподілу між учасниками рейсу); *subscriber* – передплатник цінних паперів; *affreighter* – фрахтувальник, винаймач судна.

- *-or* виконує схожу семантичну функцію як і суфікс *-er*: *bailor* – депонент (особа, яка віддала майно на зберігання); *acceptor* – акцептант (особа, що взяла на себе зобов'язання заплатити за пред'явленим рахунком); *accelerator* – акселератор; *agistor* – власник, який здає в оренду пасовище.

- *-able(-ible)* вживається, щоб показати власності економічних реалій, якісні характеристики економічних процесів: *ostensible* – показний, удаваний (про споживання); *negotiable* – відчужуваний (про чек або вексель), той, що може бути переданим; *payable* – той, що підлягає оплаті, оплачуваний; *obtainable* – доступний (про ціну).

- *-ment* та *-ion* – це синонімічні суфікси, які показують конкретні дії, стан чи результат процесу: *advertisement* – рекламне оголошення, реклама; *investment* – капіталовкладення, інвестування; *management* – керівництво, менеджмент, організація виробництва; *devaluation* – девальвація, зменшення купівельної спроможності грошової одиниці; *intermediation* – посередництво, опосередкування угоди; *redemption* – викуп, погашення; *cooperation* – співробітництво, спільні дії.

- *-у* та *-ту* вживаються у економічних термінах для позначення певних економічних реалій: *surrency* – грошова одиниця країни і тип грошової системи держави (валюта золота, паперова), *activity* – активність; *accountancy* – бухгалтерія.

- *-ee* характеризується тим, що в основі назви особи завжди лежить назва дії, що є головною рисою сигніфікації: *obligee* – кредитор; *offerer* – особа, якій робиться пропозиція; *absentee* – відсутній земельний власник; *allottee* – дрібний орендар; особа, що отримує земельний наділ.

- *-ive* відрізняється семантичним забарвленням в економічній термінології, тим що воно більш конкретніший і чіткіший: *active* – активний, пожвавлений (про попит); *cooperative* – кооперативний, спільний, об'єднаний; *aggregative* – збірний, укрупнений (про показники).

- *-ant*, який характеризується менш продуктивністю у формуванні економічних термінів: *annuitant* – особа, якій виплачується страхова рента (як джерело доходу), *accountant* – кваліфікований бухгалтер, експерт з аналізу балансів і фінансової звітності [7].

Також існує певна кількість економічних термінів в англійській мові, що утворюються особливим способом відокремлення форми множини іменника, тобто у цих термінах закінчення *-s* перетворюється у словотвірний суфікс. Наприклад, *arrears* – прострочення (платежу); *consols* – консолідована рента; *attends* – винагорода (компенсація за збитки). Переважно ці терміни позначають певну фінансову операцію, роботу, пов'язану з нею.

Отже, у сфері афіксального словотвору особливістю формування економічних термінологічних одиниць в англійській мові є утворення термінів переважно з суфіксами *-ing*, *-ion*, *-ment*, *-у*, *-ee*, *-able(-ible)*, *-ant*, *-or*, *-er*, *-ive* та префіксами *un-*, *under-*, *over-*, *re-*, які, як правило, додаються до кореневих основ слова.

Висновки. Таким чином, щоб вести бізнес з іноземними партнерами, необхідно знати особливості економічних термінів в англійській мові. Тому провівши аналіз словотвору економічних термінологічних одиниць в англійській мові можемо зробити висновок, що основними способами формування термінів є: 1) конверсія; 2) запозичення з інших галузей; 3) інтернаціоналізми; 4) похідні; 5) аббревіатури та сполучення. Це дослідження допоможе уникнути помилок вживання економічних термінів в англійській мові.

Список літератури:

1. Борщовецька В. Особливості англійських економічних термінів у процесі професійного спілкування. *Матеріали Міжнародн. наук.-практ. конф.* (Львів, 1–2 червня 2007 р.). Львів, 2007. Ч. 1. С. 240–241.
2. Булычева В. П. Образные экономические термины, содержащие обозначение цвета. *Гуманитарные исследования.* 2008. № 2. С. 17–22.
3. Нежива О. Концепт «гроші» в українській та німецькій фразеології / О. М. Нежива // *Новачі і традиції перекладу: українські студії в європейському вимірі* (присвячена року Європи в Україні) : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, Київ 12–13 листопада 2020 р. / Міністерство

освіти і науки України, Національний університет біоресурсів і природокористування України. – Київ : НУБІП, 2020. С. 58–60.

4. Нежива О. М. Мовна економія в німецькій мові на прикладах складних і скорочених слів. *Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах. наук. фах. вид.* К. : Національний авіаційний університет, 2020. № 41. С. 25–31. <http://dx.doi.org/10.18372/2520-6818.41.14583>

5. Нежива О. М. *Феномен освітньої політики: національний та міжнародний виміри: монографія.* Київ : Зовнішня торгівля, 2017. 280 с.

6. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.

7. Суперанская А. В. и др. Общая терминология. Вопросы теории / А. В. Суперанская, Н. В. Подольская, Н. В. Васильева. М. : ЛИБРОКОМ, 2012, 248 с.

8. Тимченко І. І., Головченко Г. Т., Дерев'яно І. В., Остапенко Г. І. *Теорія і практика перекладу.* Харків, 2006. 284 с.

9. Чорновол Г. В. Новітня економічна термінологія та її стилістичне вживання в сучасній українській мові (на матеріалі періодичних видань) : автореф. дис. ... канд. філол. наук: 10.02.01 / Г. В. Чорновол. Київ, 2004. 23 с.

10. Brewer's Dictionary of Phrase and Fable / [ed. by Evans I. H.]. London : Cassell Publishers Ltd., 1991. 1220 + xxi p.

11. Cambridge International Dictionary of English. Cambridge : Cambridge University Press, 2005. 1774 p.

12. Collins Russian Dictionary / [ed. by Catherine Love]. Great Britain : Harper Collins Publishers, 2009. 734 p.

Nezhyva O. M. SPECIFICITY OF ECONOMIC TERMINOLOGY IN ENGLISH

The article analyzes the peculiarities of the formation of economic terms in English. It is shown that knowledge of the qualities of economic terminology is quite important in professional activities and affects its effectiveness. Therefore, it is necessary to be guided in specific economic terms in English, and also to conduct business with foreign partners, it is necessary to know specifics of formation of economic terms in English. The article discusses the conversion, as well as the substantivization, which is associated with the greatest value of the noun for the purpose of nomination. And the author considers it is the one of the effective ways of forming English economic terms. In addition, the author notes that English economic terminology is a complex mechanism in which there are words that are borrowed from other areas of activity. However, the article emphasizes that internationalisms occupy an important place in English economic terminology. The article shows that as a result of the high frequency of use of complex economic terminological units has led to the need to form abbreviations and acronyms in English. According to the analysis of the scientific literature on linguistics, there are such ways of forming abbreviations and acronyms as: letter abbreviations, compound and partial, mixed and truncated words. In addition, the author shows that abbreviations and acronyms are distinguished by the method of use as: lexical and graphic. In the analysis of word formation, the peculiarity of the formation of economic terminological units in English is the derived prefixes (un-, under-, over-, re-) and suffixes--ing, -ion, -ment, -y, -ee, -able (-ible)), -ant, -or, -er, -ive). The article notes that there are a negligible number of economic terms in English, which are formed by a special way of separating the plural form of the noun, i.e. in these terms the ending -s becomes a word-forming suffix. Most of these terms refer to financial transactions, work related to it. This study helps to avoid mistakes in the use of economic terms in English.

Key words: English language, term, word formation, word, abbreviation, acronyms, abbreviation.

П'єцух О. І.

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ДИСКРЕДИТАЦІЙНА ТАКТИКА КРИТИКИ В ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ БРИТАНСЬКИХ ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ДЕБАТІВ

Статтю присвячено дослідженню особливостей втілення стратегії дискредитації опонента, що реалізується за допомогою тактики критики під час проведення парламентських дебатів у Сполученому Королівстві. У ході дослідження вербальної репрезентації дискредитаційної тактики критики детально проаналізовано комунікативні ходи, мовленнєві акти та перформативи, які сприяють посиленню влучності, виразності та послідовності аргументації комунікантів, метою яких стає гостро негативна характеристика діяльності опонентів політичної комунікації. Розглянуто специфічні мовні та стилістичні засоби, якими оперують учасники дебатів, які належать до офіційного уряду та опозиції, під час засідань Палати Громад британського парламенту у період пост-Тетчеризму. Зокрема, у цьому дослідженні обґрунтовано використання різних метафоричних репрезентацій, які сприяють ефективності та результативності висловлень комунікантів, формують певний імідж політичних лідерів, акцентують увагу на представлений під час обговорень у парламентській залі інформації. Численними є також й інші влучні стилістичні засоби, які увиразнюють мовлення комунікантів парламентських дебатів, надають необхідного конотативного забарвлення. Залучення оцінно-емоційної та експресивної лексики, термінологічних позначень з юридичної та фінансової сфер сприяють посиленню впливу як на безпосередніх адресатів, які знаходяться у залі парламенту під час дебатів, так і на кінцевих адресатів парламентських дебатів, а саме потенційних виборців, для яких учасники дебатів намагаються створити підвищено позитивний імідж власної політичної сили і максимально дискредитувати опонентів політичної комунікації.

Ключові слова: парламентські дебати, стратегія, тактика, негативна оцінка, перформатив, комунікативний хід, мовленнєвий акт, метафора, стилістична фігура.

Постановка проблеми. Взаємодетермінованим є зв'язок між мовними процесами та соціальною реальністю людини, до якої належить політична діяльність, що проникає до усіх аспектів життєдіяльності та структурує владні відносини в суспільстві. Досягнення успішності, результативності комунікативної взаємодії, спрямованої на вирішення ключових питань соціально-політичного й економічного життя суспільства, лежить в основі інтеракцій учасників парламентських дебатів. На думку Р. Водак і Т. А. ван Дейка, парламентські дебати символізують обговорення й прийняття рішень у суспільстві, суспільством і в ім'я суспільства [9, с. 124]. Учасники дебатів постійно демонструють обмін протилежними думками, тому неможливо уникнути конфліктної взаємодії, характерної в разі протилежності, неузгодженості цілей і стратегічних програм комунікантів, а також асиметричного відношення між ними, встановленням дисбалансу статусів обличч учасників дебатів за рахунок підвищення власного та руйнування статусу опонентів політичної комунікації. Взаємодія ключових політичних лідерів,

які належать до різних партій та знаходяться в опозиції один до одного яскраво демонструє особливості мовної особистості комунікантів, їхнє вміння влучно оперувати даними та скеровувати комунікацію, представляючи інформацію у вигідному для них руслі та з метою максимального зниження або погіршення статусу політичних опонентів в очах потенційних виборців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідники конфліктогенної та кооперативної комунікативної взаємодії всебічно розглядають стратегічний потенціал різноманітних стратегій і тактик, задіяних для досягнення цілей інтеракцій. У наукових працях багатьох лінгвістів стратегічність аналізують у зв'язку із встановленням комунікативного порозуміння або суперництва (К. Кандлін, Дж. Каспер, С. Кордер, Ч. Ларсен, Дж. Маоз, О. Фадєєва, К. Фач, Д. Шиффрін та ін.). Результативність комунікативних стратегій і тактик, їхній прагматичний потенціал, який знаходить вираження в мовленнєвій поведінці комунікантів, знаходяться у фокусі уваги дослідників Ш. Баллі, А. М. Баранова, Р. М. Блакара, А. Вежбицької,

Т. ван Дейка, О. Іссерс, Дж. Лакоффа, Ч. Морріса, Ч. Пірса, О. Сковороднікова, І. Фролової та ін.

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні реалізації комунікативної тактики критики як провідної для втілення стратегії дискредитації в політичному дискурсі парламентських дебатів у Сполученому Королівстві Великої Британії та Північній Ірландії. До завдань статті належать визначення специфіки, комунікативних ходів та мовних засобів, які сприяють ефективності використання вищезазначеної тактики в політичному дискурсі парламентських дебатів у Сполученому Королівстві.

Виклад основного матеріалу. Парламентські дебати складають складну багатоаспектну комунікативну подію, що проводиться в формі поступового розгортання та із чітким встановленням часових і тематичних меж, передбачає залучення великої кількості комунікантів, які мають чітко детерміновані статусно-ієрархічні ролі та входять до дискурсивного поля дебатів, об'єднуючись на основі спільних інтересів та вирішуючи обговорювані суспільно-політичні проблеми [3, с. 46].

Інтеракція комунікантів парламентських дебатів представляє собою сукупність комунікативних подій, які послідовно або паралельно розгортаються за допомогою мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення цілей політичної комунікації. Під час дебатів, побудованих у формі прямого діалогу, відбувається не лише обґрунтування певного шляху вирішення існуючих проблем, а і спроби роз'яснити свою позицію щодо обговорюваної теми й аргументувати її правильність, шукаючи підтримки інших комунікантів та намагаючись спрямувати обговорення у потрібному напрямку. Дж. Фут стверджує, що мова політиків повинна бути дуже переконливою, оскільки сутність політичної діяльності зводиться до бесіди, розмови, до необхідності переконати протилежну сторону, інтерпретувати, оцінювати й діяти [8, с. 17]. Опоненти політичної комунікації демонструють сприйняття та погодження з точкою зору доповідача або заперечення висловленої точки зору із вказівкою на незгоду зі словами чи діями інших комунікантів, а також посилення на слабкі сторони такої позиції, а подекуди висловлюють і гостру критику опонентів. Для реалізації цілей політичної комунікації мовці залучають різні види знань, особистісних, соціальних та культурних, які сприяють посиленню аргументації, розширенню кола однодумців, покращенню впливу на адресатів.

На думку С. Дацюка, якщо із самого початку комунікації постає ціль створити конфлікт, тоді

мова йде про конфліктні комунікативні стратегії [1]. Парламентський конфлікт можна розглядати як зіткнення проблемних, таких, що не співпадають, дій, інтересів, думок політиків, представників різних політичних партій тощо [5, с. 412; 6]. Дієвою стратегією, що сприяє погіршенню іміджу опонентів політичної комунікації та покращенню власного іміджу, виступає стратегія дискредитації, яка в парламентських дебатах Сполученого Королівства представлена у першу чергу зіткненням офіційного уряду й опозиції, що знаходить вираження в вербальній агресії, активному обміні діаметрально протилежними точками зору.

О. С. Іссерс вважає, що дієвість стратегії дискредитації варто оцінювати за результатами мовленнєвого впливу, коли адресат стає об'єктом образи, насмішки або піддається незаслуженому обвинуваченню [2, с. 160–162]. В основі стратегії дискредитації, покликаної знизити статус обличчя усіх комунікантів, які знаходяться по інший бік у залі парламенту, тобто виступають опонентами під час парламентських дебатів у Сполученому Королівстві, лежить гостра негативна оцінка та критика діяльності опонентів, що призводить до максимального зниження статусу обличчя опонента та підвищення власного статусу [4, с. 93].

Тактика критики базується на критичній, негативно конотованій оцінці діяльності опонентів політичної комунікації та провокативних діях для руйнування їхнього іміджу.

Так, критичні ремарки представника опозиційної Лейбористської партії стосовно Консервативного уряду підкріплені різко негативно конотованими лексичними одиницями, які забезпечують реалізацію тактики критики:

***Ms Hodge:** A In the dying moments of the Conservative Government, will the Home Secretary break his right to silence and confess that the figures that are in Hansard of 28 February demonstrate that, year on year, police strength in the capital has gone down; confess that, this year, Londoners are paying more for their police service but are getting less; and confess that this is yet another in a long string of broken promises that Londoners have had to bear from a discredited Government (HC Deb 20 Mar 1997: Column 1061).*

Фокусивним комунікативним ходом А комунікант від Лейбористської партії зосереджується на недоліках органів внутрішніх справ, які виникли під час правління Консервативної партії, що втілюється директивним мовленнєвим актом для підкреслення вказівки на визнання опонентом комунікації існуючих проблем. Залучення перформативу зізнання

confess, який повторюється тричі, надає більшій виразності комунікативному ходу та виступає спонуканням до дії у відповідь. Тут також задіяна метафорична репрезентація ПОЛІТИКИ як СМЕРТІ, представлена запозиченням нетипового для політичної сфери мовного знаку *dying*, що провокує асоціативні натяки на закінчення повноважень функціонуючого уряду з його майбутньою політичною смертю. Ця метафора виконує прогностичну функцію щодо прогнату діючого уряду на парламентських виборах через два місяці після проведеного засідання парламенту. Наступним є використання під час дебатів термінологічної лексики з юридичної сфери про право мовчати для свого захисту. Вираз *попущити право на мовчання* (*break one's right to silence*) у цьому контексті є іронічним, оскільки встановлює асоціацію між захистом людини в разі обвинувачення під час кримінального провадження та необхідністю захищати свою партію від критичних зауважень від Опозиції. Також ще одним мовним засобом є створення контрасту шляхом використання стилістичної фігури антитези, яка, ґрунтуючись на протилежності порівнюваних понять, підкріплює висловлену точку зору та є виявом мовної економії. Завдяки цій стилістичній фігурі у фразі *Londoners are paying more for their police service but are getting less*, стверджується про те, що зменшення витрат на органи внутрішніх справ не означає нічого доброго, окрім зменшення рівня національної безпеки. Ця фраза є короткою, влучною й експресивною. Комунікант залучає антитезу *are paying more – are getting less*, тобто протиставлення *більше платиш : менше отримуєш*, лексичною базою якої є антонімія, а синтаксичною – паралелізм. Ця стилістична фігура є частотною у вживанні в політичному дискурсі, слугуючи посиленню протиставлення порівнюваних політичних об'єктів та надаючи влучності, оцінно-емотивного забарвлення й експресивності висловленню. В аналізованому фрагменті посилення ознаки відбувається завдяки зверненню до проблеми сплати податків, відповідно, незважаючи на збільшення відсотку податку, який витрачається на послуги поліції, жителі Лондону отримують все менше захисту від неї. Критика діяльності уряду підкріплена ще однією метафорою політики як рукоділля (*string “a set of objects joined together in a row on a single rope or thread”* [7]) завдяки створенню асоціативного зв'язку між великою кількістю проблем, які своєрідно «нализуються», тобто збираються та не вирішуються урядом, а також обіцянок, які не виконуються. Цим фокусуючим комунікативним ходом учасник дебатів акцентує увагу на тому факті, що велику низку невиконаних обіцянок електорат

в Лондоні «має нести на собі» (*bear*), тобто гіпербола в цій репліці надає інтенсивності з метою посилення аргументації, оскільки виборцям доводиться страждати від невирішених проблем. Оцінно-емотивна лексична одиниця *discredited* підводить до логічного висновку щодо некомпетентності уряду через втрату довіри до його роботи.

В іншій комунікативній ситуації під час обговорення рівня обслуговування в медичній сфері лідер Опозиції оперує тактикою критики, яку поєднує з іронізуванням для посилення ефекту:

Mr. Cameron: *Let us look at what happened. Of the 1,000 prisoners who were released and who should have been deported, only 86 have been sent home. A Let us look at another thing the Government said. B The Secretary of State for Health told us that this was the best year ever for the NHS. C Will the Prime Minister confirm that, since then, 20,000 jobs are being cut, 80 community hospitals are under threat and 60 major hospitals face cutbacks? D Would he describe it as the best ever year for the NHS?* (HC Deb 11 Oct 2006: Column 293).

Так, у першому комунікативному фокусивному ході А, який одночасно є перемикачем щодо головного ходу, що кардинально змінює тему, сприяючи привертанню уваги усіх учасників дебатів, фокус уваги переміщується від обговорення стану пенітенціарної сфери до інших сфер. Комунікативний хід В містить мовленнєвий акт констативу та продовжує тему дискусії. Цей хід характеризується інтертекстуальністю завдяки непрямому цитуванню слів іншого співрозмовника, що слугує базисом для майбутньої критичної оцінки роботи уряду. Наступний комунікативний хід С у формі квеситиву із залученням квантитативних аргументів і перерахуванням посилює значення попередніх ходів. Використання в цьому ході лексики з фінансової сфери *cutback* (*a reduction in something, made in order to save money* [7]) надає ґрунтовності аргументації. Останній комунікативний хід D конкретизує тему розмови у формі квеситиву з іронією, яка містить імпліцитно виражену негативну оцінку стану національної системи охорони здоров'я, яка знаходить у мовленні антонімічну форму вираження *best year*. У цьому ході комунікант знову повертається до процитованих раніше слів іншого доповідача (у комунікативному ході В), підводячи до критичної іронічної оцінки за допомогою структурно-синтаксичної фігури рондо, обрамляючи цим стилістичним засобом тему обговорення (*the best year ever for the NHS*).

Критичні ремарки у бік співрозмовників, які мають іншу партійну приналежність, у поєднанні

з іронічними зауваженнями, є ефективним способом зниження статусу обличчя комунікантів і руйнування їхнього позитивного іміджу.

Одним із гострих нагальних питань сучасної політики є апелювання до політкоректності, а саме статусу етнічних меншин, права яких проурядові та опозиційні сили завжди обіцяють захищати та розширювати. У дебатах з питань працевлаштування етнічних меншин в органи місцевої поліції опозиціонер знаходить слабкі сторони в роботі уряду:

Lembit Öpik (Montgomeryshire) (LD): *Since everybody now agrees that anti-Catholic discrimination is at an end in the police service, why do the Government insist on institutionalising prejudice in the form of positive discrimination, which has done little to allow ethnic minorities into the police?* (HC Deb 27 Jun 2007: Column 315).

Комунікант, який належить до офіційної опозиції, критикує політику провладної партії, яка не забезпечує достатній захист прав етнічних меншин, частка зайнятості яких у поліції Північної Ірландії є невеликою. Ініціальний комунікативний хід містить мовленнєві акти констативу, що виражає ствердження щодо припинення дискримінаційних процесів, а також наголошує на відсутності фактичних змін, і квеситив для запиту інформації щодо перспективи змін. Ключовою сталою сполукою для обвинувачення опонента, яка ґрунтується на стилістичній фігурі оксюморон і слугує привертанню уваги є тенденційний принцип *positive discrimination (the act of giving advantage to those groups in society that are often treated unfairly because of their race, sex, etc. [7])*, який, хоч і містить у своєму значенні позитивну конотацію, не гарантує захист прав етнічних меншин.

Під час дебатів, присвячених кризовій ситуації в медичній сфері, представник від Опозиції різко критикує та засуджує роботу провладної партії:

Heidi Alexander (Lewisham East) (Lab): *A The Health Secretary should think about how it will look to patients if the Secretary of State spends the next four weeks sitting on his hands, instead of trying avert this action. B Was the Government's former patient safety adviser, Don Berwick, not right to have called on Ministers to de-escalate the situation? C How does describing the junior doctor element of the BMA as "radicalised", as the Minister did on Monday, help to de-escalate things? D May I gently suggest to him that his tone and choice of words are making a resolution harder, not easier, to achieve? E Finally, may I simply ask the Government to start listening to patients? F The Government have 32 days to prevent a full walkout*

of junior doctors. G The Secretary of State may think that the matter is closed; I say that that is arrogant and dangerous in the extreme. H This is an awful game of brinkmanship and the Government must press the pause button before it is too late (HC Deb 24 Mar 2016: Column 1755).

Ініціальним комунікативним ходом А учасник дебатів обвинувачує Консерваторів у бездіяльності щодо вирішення проблеми, що виражено ідіоматичним виразом *sit on one's hands* у значенні "to do nothing about a problem or a situation that needs dealing with" [7]. Цей хід представлений мовленнєвим актом директиву як пропозицією вжити заходи для усунення існуючої проблеми. У комунікативних ходах В та С, які містять мовленнєві акти квеситиву, підкресленою є критична тональність висловлень про відсутність намагань деескалації конфлікту, що інтенсифікується лексичним повтором дієслова дії *de-escalate*. Незважаючи на гостру критику у попередніх ходах, у комунікативному ході D доповідач пом'якшує її, вирівнюючи баланс обличчя комунікантів за рахунок перформативу поради *suggest* для пропозиції зміни тональності обговорення, уступка в якому підкреслюється застосуванням прислівника *gently*. Тут комунікант посилює свою аргументацію стилістичною фігурою антитезою *harder – not easier*. У комунікативному ході Е, вираженому у формі питального речення, яке містить імпліцитну директиву до дії та модус негативної оцінки діяльності уряду, комунікант намагається змусити урядовців прислуховуватися до думки електорату. Мовленнєвим актом менасиву у наступному ході F доповідач попереджає про загрозу майбутніх страйків як результат бездіяльності уряду, надаючи часові параметри вірогідності виникнення проблеми (*The Government have 32 days*). У наступному фокусивному комунікативному ході G створюється контраст між думками учасників дебатів завдяки стилістичній фігурі антитези, посилення протиставлення між позитивною оцінкою з одного боку та негативною з іншого відбувається за рахунок оцінно-емотивних прикметників *arrogant, dangerous*, які несуть різко негативну конотацію у своєму значенні. Комунікант інтенсифікує критичну оцінку за допомогою фрази *in the extreme* у значенні для позначення ступеню небезпеки від існуючої невирішеної проблеми із страйками в медичній сфері, які опонент вважає вирішеними. У завершуючому комунікативному ході H для максимально критичної аргументації щодо роботи уряду комунікант застосовує метафоричну модель ПОЛІТИКИ як ГРИ, негативний модус оцінки якої підкреслюється оцінно-емотивним прикметником *awful* та іменником, що належить

до термінологічної політичної лексики на позначення стану балансування на межі війни. У цьому фрагменті також наявна інша метафора політики як техніки завдяки виразу *press the pause button* у метафоричному значенні “*stop some actions*” для експресивності висловлення щодо можливості загрози та відсутності намагань її попередити із боку провладної партії.

Висновки і пропозиції. Конфліктна взаємодія виникає в разі протилежності, неузгодженості цілей і стратегічних програм комунікантів, а також асиметричного відношення між ними, встановлення дисбалансу статусів обличч учасників дебатов. Конфліктна взаємодія під час парламентських дебатів у Сполученому Королівстві забезпечена стратегією дискредитації, яскраво втіленою тактикою критики, яка покликана зруйнувати імідж опонентів політич-

ної комунікації за рахунок вербальної агресії, вона слугує дієвим інструментом формування іміджу політичних діячів, виявляє всі недоліки, провали та помилки в діяльності опонентів політичної комунікації. Із метою підтримки уваги і зацікавлення як первинних, так і кінцевих адресатів парламентських дебатів, інтенсифікації висловлень комуніканти повсякчасно залучають влучні метафоричні моделі, а також інші стилістичні фігури, які сприяють посиленню оцінно-емотивного, експресивного смислового увиразнення реплік комунікантів. Перспективою подальших досліджень вербального протистояння у політичному дискурсі парламентських дебатів у Сполученому Королівстві Великої Британії та Північної Ірландії є вживання інших дієвих дискредитаційних тактик під час проведення засідань у парламентській залі.

Список літератури:

1. Дацюк С. Коммуникативные стратегии модерлируемых коммуникаций. URL: <http://www.uis.kiev.ua/~xyz/moderation.html>
2. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва : КомКнига, 2006. 288 с.
3. П'єцух О. І. Парламентські дебати Сполученого Королівства Великої Британії та Північної Ірландії в когнітивно-дискурсивній парадигмі: монографія. Черкаси : Видавець Чабаненко Ю. А., 2018. 388 с.
4. П'єцух О. І. Тактика обвинувачення в політичному дискурсі парламентських дебатів у Сполученому Королівстві. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія, 2017. № 27. Т. 2. С. 93–95.
5. Політологічний словник: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / за ред. М. Ф. Головатого та О. В. Антонюка. Київ: МАУП, 2005. 792 с.
6. Селина К. А. Парламентский дискурс как контекст парламентского конфликта. № 3 (107). 2014. С. 58–63.
7. Cambridge Dictionaries Online. URL: <http://dictionary.cambridge.org>
8. Foote J. S. Television Access and Political Power. The Networks, the Presidency and the “Loyal Opposition”. New York, London: Praeger, 1990. 173 p.
9. Wodak R., Dijk T. A. van. Racism at the top: Parliamentary discourses on ethnic issues in six European states. Wien, 2000. 391 p.

Pietsukh O. I. DISCREDITATION CRITICAL TACTICS IN THE POLITICAL DISCOURSE OF THE UK PARLIAMENTARY DEBATES

This article focuses on the peculiarities of the strategy of opponent's discreditation in the UK parliamentary debates that is realized via the critical tactics for creating certain negatively evaluated image of the political opponents. This tactics aims at criticising the actions of the opponents to weaken their political status and promote their loss of the support from the potential electorate. The research of the critical tactics' verbal representation demonstrates the effectiveness of usage of various communicative moves, speech acts and performatives to intensify and deepen the argumentation of the political speeches in the British parliament. The goal of the participants in the debates is to negatively represent the opponents, to destroy their political image, as the speeches of political opponents are rarely neutral, but usually directed towards expressing critical attitude, dissatisfaction, non-acceptance by means of verbal aggression. This paper analyses metaphors used in the communicants' speeches. Vivid metaphors are typical for the political communication as they accentuate the essential information, create necessary associations, form certain positively or negatively connotated images which help to reach communicative goals during the parliamentary debates in the House of Commons in the British parliament. Here the other specific language and stylistic means used by the participants to discredit opponents during the meetings of the UK House of Commons in the post-Thatcher period are highlighted. They strengthen the influence on the potential electorate as the target audience of the UK parliamentary debates.

Key words: parliamentary debates, strategy, tactics, negative evaluation, performative, communicative move, speech act, metaphor, stylistic device.

Polishchuk G. V.

Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State Pedagogical University

**GERMAN BORROWINGS IN ENGLISH IN THE EARLY 20 CENTURY
(LEXICOGRAPHIC SURVEY)**

The article focuses on a lexicographic investigation of foreign words with special focus on German borrowing in the English language in the early 20 century (E20). Language distribution of the research proved that German donated vocabulary into English in E20. Historical background was studied for better understanding of the respective cultural standards of English and German and the effect of lexical influence of German. The article proposes the qualitative and quantitative interpretation of German words: in the language distribution (out of 38 languages) 10,6 % of foreign words were borrowed from German in E20. It was proved that words from different semantic domains differ in their borrowability. As German has been estimated to be the language of the superior ethnonational group, out of all semantic groups 22 % of words were registered as belonging to politics and history of Nazi ideology. Other semantic groups of borrowing were determined due to its frequency (food, wine – 17,7 %, sport, music, art and literature – 20 %, psychology – 5 %, etc.). High borrowability of nouns has been found out due to their semantic function as designations of new things, the need for differentiation, and a general need for renewal. The prominence of nouns over non-nouns was explained by their relative frequency in the receiving language. that has been proved by data: 86% of borrowed German words in E20 are nouns, compound nouns in particular. The material clearly demonstrated that in our experimental language distribution English displays the tendency to borrow nouns more than any other parts of speech. The author hopes that the presented classification of borrowed vocabulary of E20 performed on the basis of lexicographic investigation and existing theoretical knowledge about German influence on English can serve as an effective foundation for unification of scientific views in the field of English etymology and is of direct practical relevance.

Key words: etymology, English of the early 20 century, language distribution, German borrowings, semantic groups, parts of speech.

Introduction. The paper covers foreign words in English from a synchronic perspective, with special focus on German borrowings in English. The complete list of collected terms dated 1900–1929 (early 20th century, E20) consists of words and phrases which come from different languages taken from Oxford Dictionary of Foreign Words and Phrases (2010) in order to establish an understanding of the productivity of a loan word which has stood the test of time from the early twentieth century to current contemporary English. Thus, the meaning(s) of the borrowed word as used in E20; the word class(es) it is assigned to and derived and inflected forms of the feature and their meanings were planned to establish.

424 foreign words were identified and examined in total, and an overview of their distribution across different semantic fields is presented helping to discuss relative trends in the development of modern English lexicon. As has been already stated, **the aim of this research** is to study language distribution within the English E20 lexicon with special focus on German borrowings in English determining its semantic domain. The discussed items were

grouped according to the language they come from, starting from the languages which donated the most vocabulary: 86,6 % (French, German, Latin, Italian, Russian, Yiddish, Spanish, Japanese, American Spanish, Greek, Sanskrit, Hindi) and the following popular categories have been suggested: history, politics, words of general character, administrative terms/law/government, music (dance/songs), fashion (clothes/names of fabric), military, sport, theology/religion, cookery (dishes/beverages (wine vocabulary)/ desserts), slang/colloquial usage, art/literature and others. It goes without saying that mutual enrichment of languages is a historical inevitability and these ties obligatorily brought to the enrichment of each of these languages. Consequently, the knowledge of the origins of words helps to cover the cultural background that has shaped the semantics of modern English vocabulary.

Results. Borrowings play a great role in the languages. At present there is not a single language, the vocabulary of which consists of its own words. If there is one, that means that it not a developed language. Associated with modern

development people of the world are economically, scientifically, economically, politically are closely connected with one another. This process creates a background for approaching the languages closer to one another, resulting in borrowing words from one another: “It can never happen so, that any language without being subjected to the influence of any other language could develop. On the contrary, the influence of the neighboring languages played a great role in its development” [3, p. 157–158]. As it has been stated, all languages borrow words from other languages, but some languages are more prone to borrowing, while others borrow less, and different domains of the vocabulary are unequally susceptible to borrowing. Languages typically borrow words when a new concept is introduced, but languages may also borrow a new word for an already existing concept. Linguists describe two causalities for borrowing: *need*, i.e., the internal pressure of borrowing a new term for a concept in the language, and *prestige*, i.e., the external pressure of borrowing a term from a more prestigious language [4]. As prestige is considered to be a social phenomenon, the use of loanwords is not merely a lexical act (filling a lexical gap in a given language, or using a shorter word in place of a longer expression) but also a socially meaningful one – a contextual expression of self, social identity and language regard. Thus, scientists state that recent lexical borrowing research has drawn attention to this social meaning potential of loanwords; the interface between speakers (the social dimension) and language (the linguistic dimension) with regard to lexical borrowing must be debated, and to probe how language regard and speaker identity influence and explain the use of loanwords [5].

So, it goes without saying that borrowing is a widely discussed topic in scientific literature that has recently attracted the attention of modern scholars, who have focused on the role of borrowings in the history of the English language [6; 2; 3; 7], special borrowing in English from different languages [10], the relationship between structure and meaning of borrowings [5], the investigation of interlanguage contact [8], the results of contacts among the languages [3], social meaning potential of loanwords [5], semantic field arrangement of borrowed words and differences among semantic fields [13].

Word etymology gives us a glimpse into the evolution of words in a language. Words may be adopted from a language because of cultural, scientific, economic, political or other reasons. In time these words “adjust” to the language that

adopted them – their sense may change to various degrees – but they are still semantically related to their etymological roots [6, p. 52]. So, taking into account the establishment of English as the de facto lingua franca, a great number of words have been borrowed into the English language and borrowing continues. No one will deny that nowadays English continues borrowing words from other languages with an unprecedented reach, as borrowing has played a crucial role in the history of the English lexicon – and still does. As an example, some 10,000 words were adopted from French between 1250 and 1400, and roughly 75 per cent of them are still used nowadays. We have already thoroughly analyzed huge impact of French on English [7, p. 210] covering the historical and social conditions of the time, the relations between the conquerors and conquered, the language used by the two races, their respective standards of culture etc. As it has been mentioned before, German occupies the second place out of 38 languages supplying words into English in the early 20 century, so it is considered useful to present detailed analysis of it, especially due to the fact that in scientific literature it hadn’t been carefully described. As mentioned by R. Berndt, nautical or similar terms associated with trade made their way into English from Dutch and Low German during the sixteenth and seventeenth centuries, e.g., *cruise*, *brandy*, *dollar* and others; painters’ terms such as *sketch*, *landscape* and others were adopted during the flourishing period of the Dutch school of painting in the seventeenth century and certainly, well-known German borrowings in Modern English times: *nickel*, *schnitzel*, *schnapps*, *waltz*, *kindergarten*, *leitmotiv*, *rucksack*, *blitz* and others [8, c. 66–67]. So, German according to the definition of the Oxford Concise Dictionary of Linguistics, is West Germanic, spoken mainly in Germany and in Austria, and used with others, as an official language in Switzerland and Luxembourg and as a regional form in the Italian Tyrol and elsewhere. Divided historically into two main dialect areas, Low German, roughly north of a line from south of Magdeburg to the frontier with Belgium, and High German, to the south. The criterion is whether or not forms underwent the so-called ‘Second Sound Shift’. Old High German is the language of the earliest texts (before the late 11 century). The rise and spread of the modern standard was a gradual process, from the early 16 century, when Luther translated the Bible into his own East Saxon dialect, to the 19th [9, p. 157]. For trade and commerce, exploration, colonization etc. the knowledge of foreign languages became increasingly important not only to the members

of the ruling elite, but also to an emerging middle class. At the same time, heightened nationalism on the one hand and, on the other, the invention of movable type and the resulting spread of literacy to a growing segment of the population drew attention to the native languages of Europe. Across the continent, language academies were founded by scholars, intellectuals and even politicians with the goal of regulating and purifying their national languages. It is interesting that no official academy was created in Germany, but in various cities those concerned with protecting the German language from invasion by foreign words organized language societies, the first was in Weimar in 1617 [10, p. 452], proclaiming the final authority on the national language. But the truth is that despite of great pains taken by purist to avoid foreign borrowings, German, like many other languages of the world, adopted a number of them in its vocabulary and, simultaneously, had supplied a lot of German words into English and other languages: given that both the Austrian psychotherapist Sigmund Freud and his Swiss collaborator Carl Jung were German speakers, it is appropriate that the language has furnished a number of useful terms to describe human psychology and emotions. Among these are *angst*, *Weltanschauung*, *Weitschmerz* and *Zeitgeist*. German borrowings also include words for a number of concepts for which there is no straightforward English equivalent, such as *realpolitik* (politics based on practical considerations), *Schadenfreude* (pleasure from someone's misfortune) and *wanderlust* (a strong desire to travel) [11, p. 142]. So, contrary to popular belief, the borrowing of German words is still popular in English, that is proved by our research material: in the language distribution 10,6 % of foreign words were borrowed from German in the early 20 century, some of them have not been assimilated and still feel recognizably 'German', and we hope that exactly this feature gives them popular acclaim not only in English but in many other languages of the world: *gesundheit* (used to wish good health to a person who has just sneezed), *angst* (a feeling of deep anxiety or dread, typically an unfocused one about the human condition or the state of the world in general), *kletterschuh* (a light boot with a cloth worn especially by rock climbing), *kitsch* (objects or design considered to be in poor taste), etc.

Scientific evidence indicates that in modern lexicological science it is almost axiomatic that not all borrowing is random: words from different semantic domains may differ in their borrowability: lexical items pertaining to the modern world, religion, clothing and grooming, the house, law, social and political

relations, agriculture and vegetation, food and drink, and warfare and hunting, are more frequently borrowed than words from the domains of sense perception, spatial relations, body terms, kinship, motion words, the physical world, emotions, and space and time. Within these domains, just as between languages, the overall variation is extensive [4].

German borrowings in English are becoming a popular topic in contemporary lexicology due to the fact that German is pre-eminently the language of the superior ethnonational group (German in Nazi ideology) [12]. Out of all semantic groups, 22 % of words belong to politics and history of Nazi ideology: *Drang nach Osten* (the German imperialist policy of eastward expansion, especially that espoused under Nazi rule), *Reich* (the former German state, especially the third Reich (the Nazi regime)), *Wandervogel* (a member of a German youth organization founded at the end of the 19th century for the promotion of outdoor activities and folk culture), *Anschluss* (union, annexation; specifically the annexation of Austria by Germany in 1938), *kultur* (used in the alternative of the Nazi era in a derogatory sense to suggest elements of racism, authoritarianism and militarism), etc.

The vocabulary of cooking, food and wine of German origin (17,7 %) should be paid attention to, especially terms that acquired worldwide recognition: *Sachertorte* (a chocolate gateau with apricot jam filling and chocolate icing; from Franz Sacher, Viennese pastry chef, its creator), *stollen* (a rich German fruit loaf, often with nuts added), *streusel* (a crumbly topping or filling made from fat, flour, cinnamon and sugar; a cake or pastry with a streusel topping), *bratwurst* (a type of mild-flavoured German pork sausage that is fried or grilled), *buckling* (a smoked herring); names of beverages: *Sekt* (a German sparkling white wine), *Beerenauslese* (a white wine of German origin or style made from selected individual grapes picked later than the general harvest), *goldwasser* (a liqueur containing paricles of gold leaf, originally made in Gdansk in Poland).

The vocabulary of art, literature and music is also rich in German terms (20% in the research material). E20 examples include the following: *Sprechstimme* (speech voice), *Sprechgesang* (a style of dramatic vocalization intermediate between speech and song), *Hendentenor* (a powerful tenor voice suited to heroic roles, especially in Wagnerian opera), *Sezession* (a radical art movement that started in Vienna and was contemporaneous with and related to Art Nouveau), *Jugendstil* (German Art Nouveau, Die Jugend was the name of an influential magazine started in 1896 in

Munich), *Bauhaus* (a German school of architecture and design founded in 1919 by W.Gropius and closed in 1933), *Neue Sachlichkeit* (a movement in the fine art, music and literature which developed in Germany in the 1920s and was characterized by realism and a deliberate rejection of romantic attitudes) etc.

It is worth mentioning that a number of foreign words of general character enter the English language through German undergoing different degrees of assimilation (22 %): *krummholz* (stunted wind-blown trees growing near the treeline on mountains), *wanderlust* (a strong desire to travel), *Sitzfleisch* (the ability to persist or endure the activity), *loden* (a heavy waterproof woolen cloth), etc. It is interesting to point out that German barbarisms in the field of sport enjoy universal acclaim such as *zugzwang* (chess: a position in which a player must move but cannot do so without disadvantage), *Langlauf* (cross country skiing; a cross country skiing race) etc.

Some German psychology vocabulary had been mentioned above but several terms (5 %) that became extremely popular in the majority of languages in the world are worth mentioning here: *gestalt* (an organized whole that is perceived as functionally more than the sum of its parts), *Einfühlung* (empathy, from ein-into and Fühlung-feeling). Words and phrases marked as Br/Am colloquial/slang are available in the experimental material: *putz* (a fool, a stupid person), *Sitzfleisch* (a person's buttocks), etc.

It has long been known that languages are more likely to borrow nouns than verbs, and it is not only due to the fact that languages have more nouns than verbs [13, p. 231]. We agree completely with Yaron Matras and Evangelia Adamou [14, p. 1–2] that in the discussion of the impact of language contact on structural change, the question whether structural categories differ in their susceptibility to borrowing and whether constraints can be identified on borrowability has to be addressed, i.e., how word classes react to the pressure of language contact. It has been pointed out that nouns are more easily borrowed than adjectives and that adjectives in turn are more easily borrowed than verbs. Grammatical function words, such as pronouns, articles, prepositions, conjunctions, and numerals, are even less likely to be borrowed and behave in that respect much like grammatical inflection. Pronouns and articles do not appear among the list of borrowings. The prevalence of nouns and verbs is connected to vocabulary expansion over a speaker's lifetime (potentially linked to the cultural and technological development of a community) while grammatical items belong to a fixed inventory that is established in early childhood.

So, nouns show high borrowability because of their semantic function as designations of new things, the need for affective enrichment or euphemism, the need for differentiation, and a general need for renewal. The prominence of nouns over non-nouns is explained by their relative frequency in the receiving language and so the motivation to borrow nouns must be attributed to the richness of semantic content rather than frequency or the structural properties of nouns as potential stand-alone elements [14, p. 2]. All these has been accurately proved by our experimental material: 86 % of borrowed German words in E20 are nouns, compound nouns in particular: *Langlauf*, *Gotterdammerung*, *lumpenpoletariat*, *Wandervogel* etc. Examination of the material provides evidence that noun phrases (e.g., *Drang nach Osten*) occupy the second place in frequency where the leading role in syntax is played by a noun, which most directly identifies the kind of thing to which the phrase refers [15, p. 198–199], so for similar reasons nouns in noun phrases behave this way. Thus, as Matras states [14, p. 5], nouns are prominent borrowings, representing a differentiated inventory of labels for concepts, practices, artefacts, products, human agents, and more. It is the referentiality of nouns rather than their structural features that motivates the borrowing of nouns. 'Borrowability' should therefore be considered a direct product of communicative, social and pragmatic motivations to borrow rather than a matter of formal constraint. Languages either treat borrowed nouns like native nouns and integrate them into native inflection patterns, or avoid integration and maintain a simplified representation of borrowed nouns. In some cases, nouns are integrated along with their original inflection from the source language, or else a special integration strategy is applied that marks out borrowed nouns as loans.

Adjectives as a word class whose most characteristic role is as the modifier of a noun – 6,6 % in our research: *loden* (a dark green colour), *verboten* (forbidden, especially by an authority), *echt* (authentic, typical, genuine) etc. Adjectives tend to be integrated syntactically into the position of the attribute in the recipient language, so adjectives often adopt the agreement morphology of the recipient language, thus German ein cooler Type 'a cool guy', die coolen Typen 'the cool guys'. Integration into the morphology of the host language usually also applies to comparative and superlative forms of adjectives, thus German cooler, am coolsten 'cooler, 'coolest'. [14, p. 6–7].

It should be emphasized that neither adverbs of German origin, nor verbs have been found in

the research, though 4,4 % of interjections were borrowed in E20 of mainly colloquial character: *kamerad* (expression used by a German speaking soldier notifying to an enemy a wish to surrender; became a cliché of war films), *gesundheit* (used to wish good health).

Conclusions. On the basis of the study conducted of 424 words, we can state that different languages influence differently the lexicon of English in the early 20 century. The attempt was made to analyze German borrowings as the important supplier of vocabulary into English determining various semantic groups of borrowing due to its frequency (history, military, food and drinks, art and music etc.). Only some of them were presented in a more detailed way, by taking the criterion of loanword numbers. Differentiation into word classes of borrowed words was given and it has been found out that nouns are more borrowable than adjectives or verbs (86%), nouns appear at the top of the list thanks to their

contribution to naming objects and concepts, which are key elements of the process of cross-cultural exchange that is inherently involved when languages are in contact. We believe that German presence in the history of England was important, and its impact on the evolution of the language is estimated. It is a very interesting and promising field of investigation and much is expected from the researchers in future. Presented classification of borrowed vocabulary of the early 20th century performed on the basis of lexicographic investigation and existing theoretical knowledge about German influence on English can serve as an effective foundation for unification of scientific views in the field of English etymology. Up-to-date examples presented in the article will have relevant practical educational implications, providing teachers with opportunities to practice new vocabulary etc. Our future investigations would be concerned with the significance of borrowings from other languages in the word stock of Modern English.

References:

1. The Cambridge Encyclopedia of the English Language / D. Crystal. Cambridge : Cambridge Univ. press, 1995. 489 p.
2. Howard Jackson, Etienne Ze Amvela. Words, Meaning and Vocabulary: An Introduction to Modern English Lexicology. London, New York : Continuum, 2001. 216 p.
3. Magami Aygun. Concepts of Borrowings in Modern Science of Linguistics, Reasons of Borrowed Words and Some of Their Theoretical Problems in General Linguistics. International Journal of English Linguistics; Vol. 5, No. 6; 2015. P. 157–163. URL: <http://dx.doi.org/10.5539/ijel.v5n6p157>
4. Gerd Carling, Sandra Cronhamn, Robert Farren, Elnur Aliyev, Johan Frid. The causality of borrowing: Lexical loans in Eurasian languages. Published: October 30, 2019. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0223588>
5. Eline Zennera, Laura Rosseelb, Andreea Simona Calude. The social meaning potential of loanwords: Empirical explorations of lexical borrowing as expression of (social) identity. 2019. Vol. 6. <https://doi.org/10.1016/j.amper.2019.100055> <https://www.sciencedirect.com/science/journal/22150390/6/supp/C>
6. Vivi Nastase and Carlo Strapparava. Bridging Languages through Etymology: The case of cross language text categorization. Proceedings of the 51st Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics, pages 651–659, Sofia, Bulgaria, August 4–9 2013. <https://aclanthology.org/P13-1064.pdf>
7. Polishchuk G. Lexicographic presentation of French borrowings in English in the early 20 century. Нова філологія. Збірник наукових праць. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2021. № 84. С. 207–215.
8. R. Berndt A History of the English Language. Verlag Enzyklopadie, Leipzig, 1989. 240 p.
9. Oxford Concise Dictionary of Linguistics. Second Edition. Oxford University Press, 2007. 443 p.
10. Julia S. Falk. To be human: A history of the study of Language. Language: Readings in Language and Culture. 6 edn. Bedford / St. Martin's, Boston, New York, 1998. P. 442–469.
11. Oxford Dictionary of Foreign Words and Phrases. Second Edition. Oxford University Press, 2008. 408 p.
12. R. Phillipson. Linguistic Imperialism. The Encyclopedia of Applied Linguistics, Edited by Carol A. Chapelle / December 2018 DOI: 10.1002/9781405198431.wbeal0718.pub2 2013 Blackwell Publishing Ltd. Published 2013 by Blackwell Publishing Ltd.
13. Uri Tadmor, Martin Haspelmath and Bradley Taylor. Borrowability and the notion of basic vocabulary. John Benjamins Publishing Company, 2010. P. 226–246. https://www.researchgate.net/publication/216842412Borrowabilityand_the_Notion_of_Basic_Vocabulary
14. Yaron Matras, Evangelia Adamou. Word classes in language contact. 2021. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-03276022/document> P. 1–2.
15. F. Heny Syntax: The structure of Sentences. Language: Readings in Language and Culture. 6 edn. Bedford/ St. Martin's, Boston, New York, 1998. P. 189–223.

Поліщук Г. В. НІМЕЦЬКІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В АНГЛІЙСЬКІ МОВІ ПОЧАТКУ 20 СТОЛІТТЯ (ЛЕКСИКОГРАФІЧНИЙ ОГЛЯД)

У статті автором запропоновано результати суцільного лексикографічного обстеження іноземних слів, зокрема німецьких запозичень, у словниковому складі слів англійської мови, зафіксованих на початку 20 століття (1900–1939 рр.). Мовна дистрибуція експериментального матеріалу доводить вплив німецької мови на словниковий склад англійської мови у 1900–1939 роках 20 століття. Значущість німецької мови проаналізовано з урахуванням історичного підґрунтя розвитку досліджуваних мов. У статті запропоновано кількісну та якісну інтерпретацію запозичень: серед 38 мов, зафіксованих у матеріалі спостереження, 10,6 % запозичень належить саме запозиченням з німецької мови. Доведено, що ступінь запозичення іноземних слів залежить від їхньої приналежності до різних семантичних груп. Оскільки німецьку мову визначено як найвищу етнонаціональну мову, 22 % запозичень у матеріалі спостереження було зафіксовано як такі, що належать до семантичного поля «політика, історія ідеології нацистів». Проаналізовано також наступні семантичні групи запозичень (їжа, напої – 17,7 %, спорт, музичні терміни, мистецтво та література – 20 %, психологія – 5 % тощо). Установлено високий ступінь запозичення іменників з німецької мови. Перевага запозичення саме цієї частини мови пояснена частотністю їх уживання: 86 % запозичень з німецької мови становлять іменники. Експериментальний матеріал роботи чітко демонструє тенденцію англійської мови до запозичення іменників, на перевагу інших частин мови, переважно складних іменників. Автор висловлює надію, що запропоноване лексикографічне обстеження та класифікація запозиченого німецького вокабуляра початку 20 століття у поєднанні з існуючим теоретичним підґрунтям послугує ефективною базою для уніфікації наукових розвідок у царині етимології англійської мови та матиме релевантне практичне застосування.

Ключові слова: етимологія, англійська мова, початок 20 століття, мовний розподіл, німецькі запозичення, семантичні групи, частини мови.

Прокоф'єв Г. Л.Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини

ІРОНІЯ ЯК КОНВЕНЦІЯ

У статті розглядаються особливості іронії як системної мовленнєвої дії, що базується на певній сукупності знань про іронічний тип спілкування. Дається визначення поняття іронічної конвенції, – зведення правил, що регулюють та описують діяльність комунікантів зі створення, передачі та сприйняття іронічного смислу, спрямовану на вирішення низки комунікативних завдань. Висловлюється думка про те, що порушення прагматичних правил є єдиним постійним маркером іронічного наміру. У разі недотримання правил іронічної гри можуть виникати різні типи іронічних невдач, або збоїв. Їх причиною можуть бути небажання або невміння комунікантів брати участь у грі, навмисні чи ненавмисні помилки її учасників. Наприклад, адресат іронії може принципово відмовитись від участі в іронічному спілкуванні, а її автор може ігнорувати обмеження соціального характеру, що накладаються на використання іронії залежно від теми розмови та статусу комунікантів. Однією з типових причин збою в іронічній грі є нездатність адресата сприймати іронію, пов'язана з його обмеженістю та невмінням користуватися іронічною технікою. До іронічних помилок призводить і недостатність контекстуальних і фонових знань адресата. Крім того, перешкодами для успішного ходу іронічної гри можуть бути неухважність або хвилювання адресата, несподіваність іронії за тих чи інших обставин, а також складність застосованого іронічного коду. Зловживання правилами іронічної гри є навмисна відмова адресата від участі в іронічному спілкуванні через його небажання вступати в конфлікт, розвивати порушену тему, а також унаслідок невпевненості у своїй здатності вести іронічну гру на рівних. Діалог, що складається з низки іронічних реплік, є найяскравішим видом іронічної гри і найкращим прикладом дотримання правил, що утворюють іронічну конвенцію, оскільки у ньому непрямыми засобами зв'язку ефективно користуються усі учасники взаємодії.

Ключові слова: іронічний намір, іронічна конвенція, іронічна гра, умови успішності, іронічна невдача.

Постановка проблеми. Іронічний мовленнєвий акт є системною мовленнєвою дією, що відсилає до певної сукупності знань про іронічний тип спілкування, іронічної конвенції – зведення правил, що регулюють та описують діяльність комунікантів зі створення, передачі та сприйняття іронічного смислу, яка спрямована на вирішення низки комунікативних завдань [7, с. 182]. У цілому, іронічна конвенція утворюється умовами успішності іронічного мовленнєвого акту, іронічного мовленнєвого ходу та іронічної гри. Реалізація автором іронічного висловлювання та її адресатами цілей, що вони ставлять собі у процесі комунікації, великою мірою залежить від того, як вони дотримуються вимог, що створюють іронічну конвенцію.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Л. Вітгенштейн, наводячи приклади різних мовних ігор, називає такі види мовленнєвої діяльності, як жарт, вдавання і т. п. [2, с. 89]. Іронія по праву займає місце у цьому ряду.

Природа та особливості механізму створення та ефективного використання іронії були і залишаються актуальними питаннями для дослідників у сфері лінгвістичної прагматики [див. 8; 10; 12]. Взаємодію не можна вважати успішною, якщо адресат неправильно зрозумів намір мовця і у будь-якій формі показав це. Є. В. Падучева серед можливих джерел невдач називає порушення речових передумов комунікації, умов успішності іллокутивних актів, постулатів комунікації, презумпцій у значенні слів та конструкцій [6, с. 144–160]. М. М. Кіасашвілі основною причиною нерозуміння вважає неадекватне співвідношення ієрархій пресуппозицій у свідомості комунікантів. Побудована автором типологія випадків нерозуміння включає «фізичне» нерозуміння, нерозуміння референції, нерозуміння змісту, нерозуміння текстових відносин, нерозуміння, що відбувається з вини слухача і свідоме, або навмисне нерозуміння [3, с. 15–20]. Аналізуючи причини перформативних невдач при здійс-

сненні мовленнєвих актів, Дж. Остін висловлює думку, що вони виникають внаслідок порушення правил звернення до процедури перформативної дії та її виконання або є результатом нещирості комунікантів під час її виконання [5, с. 31–56].

Можна говорити про успішність іронії як на рівні окремої мовленнєвої дії, так і на рівні інтеракції. Якщо умови першого типу пов'язані з процесом породження іронічного смислу, зі створенням іронічного висловлення, то правила другого типу визначають можливість іронічної гри як взаємодії автора іронії та його адресата.

Одну частину умов успішності на рівні окремої мовленнєвої дії становлять умови успішності іронічного мовленнєвого акту, які описують його типові іллокутивні характеристики, іншу їх частину – умови успішності іронічного мовленнєвого ходу, що розглядають мовленнєву дію як хід у розмові з позиції раціональної організації спілкування.

Іронічна конвенція є узагальненим абстрактним відображенням безлічі «зіграних» іронічних ігор, а вміння грати передбачає не лише здатність робити прийнятні ходи, але й грати успішно, або вигравати. Для цього, крім дотримання правил, що стосуються власне окремого акту або ходу в грі, необхідно дотримуватися і тих правил, які роблять можливим і ефективним іронічну взаємодію.

Постановка завдання. Метою статті є розгляд умов успішності іронічної гри та визначення основних типів комунікативних неузгодженостей у її ході та причин їх виникнення. Матеріалом дослідження послужили приклади з драматургічних творів англійських та американських письменників переважно другої половини ХХ століття, які є фрагментами діалогів, що включають іронічне висловлення та його безпосереднє контекстуальне оточення.

Виклад основного матеріалу. Застосуємо схему, запропоновану Дж. Остіном для дослідження перформативних висловлень [5, с. 32–33], для опису умов, що становлять іронічну конвенцію (від А.1 до Г.2), невиконання яких призводить до іронічних невдач. Вслід за Дж. Остіном, використаємо латинські літери А та В для позначення осічок (misfires), за яких мета акту не досягнута, а грецьку Γ – для опису зловживань (abuses), при яких акт ніби здійснено, але його мети досягають у неприйнятний спосіб:

(А.1) «Має існувати загальноприйнята процедура іронічної гри, що веде до певного результату».

Процедуру іронічної гри складають дії комунікантів щодо породження, передачі та сприйняття іронічного смислу, умови її успішності визначають ефективність іронії на рівні інтеракції. Вони охоплюють вимоги іронічної підготовленості комунікантів, придатності комунікантів та обставин для ведення іронічної гри. Передбачається, що учасники іронічної гри враховують контекстуальні та фонові знання одне одного, психологічний та фізичний стан співрозмовника, не вдаються до навмисного збою в іронічному спілкуванні. Внутрішня мета іронічної гри полягає в успішній передачі іронічного смислу.

Єдиним постійним маркером іронічного наміру є порушення автором висловлення прагматичних правил. На рівні мовленнєвого акту – це маніпулювання мовцем такими компонентами його сили, як іллокутивна мета, спосіб її досягнення, попередні умови, умови пропозиційного змісту та умови щирості, тоді як на рівні мовленнєвого ходу – вимогами дискурсивних постулатів якості, кількості, релевантності та способу вираження інформації.

Факультативними маркерами іронії можна вважати ті мовні засоби, які часто використовуються мовцем для передачі іронічного наміру. До них в англійській мові відносяться інвертовані синтаксичні конструкції, окличні речення, розділові питання, підсилювальна конструкція з дієсловом «to do», які роблять більш наочним факт порушення прагматичних правил. Цій же меті служить контекстуально невинуватене вживання іменників, прикметників та прислівників, що виражають високий рівень позитивної або негативної оцінки – «fine, excellent, very, much, poor, shame etc.».

Схожу функцію виконують і лексичні засоби, призначені для пом'якшення категоричності твердження: прислівники, що знижують ступінь володіння ознакою, а також дієслова та модальні слова, що відображають невпевненість того, хто говорить, у відповідності його слів дійсному стану справ. Автор іронічного висловлювання навмисно використовує ці засоби у випадках, коли, навпаки, є усі підстави для певної оцінки.

Так, у наступному прикладі «невпевненість» того, хто говорить, є явно невмотивованою:

1. Langdon: What in hell is a literary tea? Howard: An affair at which everybody has to get quite drunk in order to tell an author they like his book. Maxwell: But Alice doesn't drink. Howard: Exactly. /To Alice/ That must have been why you didn't like the book (J. Gow, A. D'Usseau. Deep are the Roots. 1951. P. 17–18).

Умисне перенесення акценту з літературних переваг книги на стан читача одночасно створює гумористичний ефект і підвищує градус критичності іронічної оцінки. Незважаючи на відносну типовість вживання низки синтаксичних, лексичних і фонологічних мовних засобів в іронічному спілкуванні, вони не є специфічно іронічними через те, що є типовими для оцінних висловлень у цілому.

Говорячи про загальноновживаність процедури, Дж. Остін наголошує на тому, що є можливість відмовитися від участі в грі, що відбувається в найвідповідніших обставинах [5, с. 42]. Адресат може не відреагувати на іронію, керуючись різними мотивами. Недотриманням умови (A.1) буде принципова відмова адресата брати участь у іронічному спілкуванні. У прикладі 2 Меріон просто вдає, що не помічає іронічний підтекст питання Ларіти:

2. Marion: He's a damned good sort – rather High Church, you know; almost ritualistic. Larita: He won't be ritualistic at dinner, will he? Marion: And you've got Sir George on the other side of you (N. Coward. Easy Virtue. 1979. Vol. 1. P. 311).

(A.2) «Учасники іронічної гри та обставини, у яких вона проходить, мають бути придатними для її проведення».

Імовірність успішної передачі іронічного наміру автором висловлення визначається як власне його здатністю до іронізування, так і існуванням низки обмежень, що накладаються на вживання іронії у мовленні залежно від теми, статусу комунікантів, стильових та жанрових обмежень. У свою чергу, ймовірність сприйняття іронії адресатом залежить як від його підготовленості, так і від дії вищезгаданих обмежень. Успішність сприйняття також залежить від збігу чи розбіжності правил, що обмежують використання іронії.

На думку Д. К. Мекі, якщо промовець та адресат належать до однієї соціальної групи, то ймовірність сприйняття іронії підвищується [13, с. 38]. Поділяючи уявлення того, хто говорить, адресат швидше зрозуміє його іронічну оцінку. Необхідно також враховувати «іронічний досвід» комунікантів, характер міжособистісних відносин між ними.

Прикладом дії обмежень, накладених соціальною групою на використання іронії залежно від теми висловлювання, може бути наступний діалог:

3. Father: Don't you go disturbing him; you hear me? Nurse: Why, I should think the mayor would be delighted if the daughter of one of his closest friends was to... Father: You are going to

make trouble (E. Albee. The Death of Bessy Smith. 1981. Vol. 1. P. 75).

У цьому уривку адресат відмовляється брати участь в іронічній грі, темою якої є його уявна дружба з мером міста. Група людей, у межах якої діє вето на вживання іронії, дуже невелика – це сім'я з двох осіб.

Соціальна група може бути і об'єднанням за інтересами:

4. Henry /furiously to Garry/: And kindly don't start that old threadbare argument about none of us being able to live and breathe if it wasn't for your glorious talent. Garry: How dare you allude to my talent in that nasty sarcastic tone, you ungrateful little serpent! (N. Coward. Present Laughter. 1979. Vol. 4. P. 243).

Подібну групу утворюють люди, що оточують Гаррі, відомого актора – його менеджер, секретар, близькі друзі. Їх об'єднує любов до мистецтва, уособлює яке Гаррі, і служіння його інтересам. Талант Гаррі – це те, що стало підставою для створення групи. Тому його володаря обурює іронічний тон співрозмовника.

Соціальна група, всередині якої діє тематична заборона на іронію, може бути значно більшою. Прикладом такої групи є релігійне об'єднання людей:

5. Father Clement /stiffly/: I am Monsieur le Compté's confessor. Eloise: I am sure he has deplorably little to confess. It must be so discouraging for you. Father Clement: I trust you slept well (N. Coward. The Marquise. 1979. Vol. 2. P. 224).

Отець Клемент відмовляється вести розмову про сповідь на жартівливій ноті, що для віруючих і клерикалів є блюзнірством.

Накладати тематичне обмеження на вживання іронії може не лише соціальна група, а й одна людина:

6. Tilley: To hell with your blasted moment or two. I'm going home. John: To Hampsted? Babe: What's the matter with Hampsted? That's what I want to know. What's the matter with Hampsted? John: The air's good, anyhow (N. Coward. Post-Mortem. 1979. Vol. 2. P. 354).

Іронічне уточнення Джона виводить із себе одного з його друзів, для яких Хемпстед (назва містечка, де живе Тіллі) є символом миру, рідного щастя та домашнього вогнища, тоді як для Джона воно означає боягузтво, міщанську самозаспокоєність, зраду ідеалів та пам'яті друзів. Вважаючи іронію недоречною, Бейб захищає право кожного на тихе щастя, на яке намагається зазіхнути Джон.

Ще однією причиною іронічної невдачі може бути те, що той, хто говорить, не враховує статусних відмінностей між співрозмовниками:

7. Sergeant /sarcastically/: That is, Mister Chuckles, if you don't mind. Chuckles: I do mind and *you* mind... mind your own bleedin' business (B. Behan. *The Big House*. 1978. P. 371).

Сержант іронічно звертається до містера Чакльза, керуючого великим маєтком. Відповідь адресата висловлення є по суті доганою за недотримання статусних обмежень, згідно з якими комунікантам, що мають нижчий статус, небезпечно робити об'єктом іронії людину, яка займає більш високе положення в суспільстві.

Причиною іронічної невдачі може бути відмова адресата сприймати певного мовця як автора іронічного висловлення:

8. Girl: You're pretty bloody loathsome. Marek: Such insight! Girl: Such cheap sarcasm! (D. Mercer. *Find Me*. 1974. P. 135).

У цьому випадку осічка є результатом міжособистісних стосунків, що склалися між комунікантами.

Однією з типових причин «збою» у ході іронічної взаємодії можна вважати нездатність адресата сприймати іронію, що не дозволяє розшифрувати навіть таке послання, пряме значення якого явно не відповідає істині:

9. Martha: You think I'm kidding? You think I'm joking? I never joke... I don't have a sense of humor. I have a fine sense of the ridiculous, but no sense of humor. I have no sense of humor! Honey: I haven't either. Nick: Yes, you have, Honey... a quiet one (E. Albee. *Who's Afraid of Virginia Wolf?* 1962. P. 76–77).

Хані виявляється просто нездатною сприйняти іронічний смисл слів Марти.

Адресат може утриматися від участі в іронічній грі і в тому випадку, якщо вважає, що застосування іронії недоречно за обставин, що склалися:

10. Tobias: I told you! She's in hysterics! <...> Twisted on your bed, lots of breathing and the great wide eyes? <...> How's that? Claire /pause/: Pretty good. Agnes /pause/: And accurate, I imagine. Tobias: You're damned right! Now why? (E. Albee. *A Delicate Balance*. 1969. P. 70–71).

Тобіас вважає недоречним іронізувати про стан Джулії, яка доведена до істерики.

В якості ілюстрації стильового обмеження на вживання іронії можна згадати чинну в палаті громад парламенту Великобританії заборону на використання іронії під час парламентських виступів [4, с. 50].

В цілому ж, недотримання комунікантами умов успішності іронічної гри (A.1) і (A.2) пов'язано або з принциповою відмовою адресата/адресатів іронічного висловлення брати в ній участь, або зі спробами мовця розпочати іронічну гру з нездатними грати партнерами чи за невідповідних для неї, на думку адресата, умов.

Але навіть якщо припустити, що комуніканти спроможні взяти участь в іронічній грі та згодні це зробити, можливість появи іронічних невдач не зникає. Причиною будуть технічні, ненавмисні помилки комунікантів, що є порушенням умов (B.1) та (B.2).

(B.1) «Процедура іронічної гри має виконуватись усіма учасниками правильно».

Комуніканти не повинні вживати неправильні формули. Мовець повинен враховувати контекстуальні та фонові знання адресата, його систему цінностей. Що стосується адресата, то він повинен сприйняти іронічний смисл висловлення, тобто має відреагувати не на пряме, а на іронічне значення. Для цього адресат має використовувати своє знання системи цінностей мовця та його контекстуальних і фонових знань.

Найбільш очевидною помилкою, пов'язаною не зі змістом іронічного висловлювання, а з його «матеріальним» втіленням, могло би бути перформативне вживання дієслова «іронізувати». Про аномальність перформативних висловлень типу «Я висміюю тебе» говорить З. Вендлер. На його думку, такий вислів руйнує саме себе, призводить до іллокутивного самогубства [1, с. 247]. Дж. Остін називає ситуацію, що виникає при проголошенні перформативу «Я ображаю вас» ситуацією «не-гри» [5, с. 42].

Підричним фактором, що перешкоджає появі відкритого формулювання «Я іронізую», є імпліцитний характер передачі іронічного ставлення до об'єкта іронії. Висловлення такого роду можна використати для «пояснення» іронії, але тоді воно не є частиною процедури іронічної гри. Крім того, поняття іронії пов'язане з поняттям удавання і, хоча автор іронічного висловлення не приховує того, що він позує, відкрите визнання цього не дозволить досягти бажаного ефекту [11, с. 125].

Неможливість здійснення іронічного мовленевого акту з допомогою перформативної формули є однією з умов іронічної гри, що в черговий раз підкреслює її конвенціональний характер.

Однією з причин іронічної невдачі може бути недостатність фонових знань адресата:

11. George: <...> So? What'll it be? Nick: Oh, I don't know. I'll stick to bourbon, I guess. George:

(takes Nick's glass, goes to portable bar) That what you were drinking over at Parnassus? Nick: Over at...? George: Parnassus. Nick: I don't understand... George: Skip it <...> (E. Albee. *Who's Afraid of Virginia Wolf?* 1962. P. 30).

Нік не розуміє іронію Джорджа, оскільки в нього не виникають необхідні для цього асоціації з горою Парнас як певним символічним центром поезії та творчості.

Незнання адресатом ставлення мовця до об'єкта іронії, також стає причиною іронічної невдачі:

12. Cassidy: <...> What would you call me but the epitome of religion, what's Baker Street station but crumb of warm loaf expansive to my leaven of perpetual devotion? Roalty and strength to His Holiness the Pope. Bathsheba: /uncomprehensively enthusiastic/ Royalty, Royalty (J. Arden. *The Waters of Babylon*. 1976. P. 42).

Іронічний смисл висловлення Кессіді не доходить до адресата іронії, який приймає уявну релігійність мовця за дійсну.

Часто приводом для помилки є те, що адресату невідомо, як до нього насправді ставиться автор іронічного висловлення. Як правило, об'єктом іронії у цьому випадку стає сам адресат:

13. Mrs. Candour: I am rejoiced you are come, Sir Peter. They have been so censorious – and Lady Teazle as bad as anyone. Sir Peter: That must be very distressing to you, indeed, Mrs. Candour. Mrs. Candour: Oh, they will allow good qualities to nobody <...> (R. B. Sheridan. *The School of Scandal*. 1949. P. 25).

Сер Піт явно іронізує, оскільки лихослів'я вирізняє насамперед його адресата. Місіс Кендер не здогадується про те, що припущення її співрозмовника може бути нещирим, оскільки справді вважає себе взірцем доброчесності і не очікує на іронічний напад з боку Сера Піта. У цьому випадку адресат вважає, що ставлення до неї краще, ніж воно є насправді. Але можливим є і зворотний варіант:

14. <...> Vases have been knocked over and spilt, sweet papers and cigarettes littered over the floor <...> Peter /gazing around the carriage/: Did you make all this mess? Frau Messner /taking him literally/: No – it was here already (S. Poliakov. *Caught on a Train*. 1982. P. 104).

Фрау Месснер не розшифровує удавано грубе звернення Пітера, яке є насправді прикладом позитивної іронії, помилково вважаючи, що він звинувачує її.

(B.2) «Процедура іронічної гри має виконуватись усіма учасниками повністю».

Мовець повинен закінчити своє висловлення, адресат же – уважно його прослухати та зуміти провести його інтерпретацію. Отже, порушення умови (B.2), як і умови (B.1), пов'язані з технічними помилками під час процедури іронічної взаємодії.

Однією з причин виникнення перешкод є те, що стан адресата в певний момент не дозволяє йому бути достатньо уважним для того, щоб сприйняти іронію. Це можуть бути хвилювання або задумливість. Наступний епізод ілюструє перешкоду, що виникає через неуважність адресата, Кейт, яка занурена у спогади про свою єдину справжню подругу:

15. Kate: She was my only friend. Deeley: Your best and only. Kate. My one and only. <...> Deeley: I didn't know you had so few friends. Kate: I had none. None at all. Except her. Deeley: Why her? Kate: I don't know. [Pause] She was a thief. She used to steal things. Deeley: Who from? Kate: Me. Deeley: What things? Kate: Bits and pieces. Underwear. <...> Deeley: Is that what attracted you to her? Kate: What? Deeley: The fact that she was a thief. Kate. No (H. Pinter. *Old Times*. 1981. Vol. 4. P. 7).

Незважаючи на те, що пряме значення висловлення сягає Кейт, іронічний підтекст слів Ділі втрачається.

Крім цього, адресат може бути фізично неспроможним сприйняти непрямий смисл мовлення. Дік у прикладі 16 ніяк не реагує на іронічну похвалу Білла, оскільки він ледве здатний зрозуміти буквально значення слів співрозмовника. Провести подальші кроки інтерпретації він не в силах:

16. Dick: <...> Words have specific meanings. You should use them exactly. Drunk means drunk. Bill: That's a memorable definition. Dick: Maybe I'm drunk (P. Ableman. *Hank's Night*. 1968. P. 62).

Ще однією перешкодою при сприйнятті іронічного смислу може бути неготовність адресата до участі у іронічній взаємодії у певній ситуації:

17. Jake: Ah, Bradshaw, I hope I haven't kept you waiting? Bob: What? /Catches on/. Oh, no-no, not at all – sir. I – er – /Assuming a Welsh accent/ I think you know why I have come, sir (P. Ableman. *Green Julia*. 1966. P. 7).

Іронічне питання Джейка застає Боба зненацька при його виході з ванної кімнати. Спочатку він не вловлює іронію, але незабаром входить у гру.

Іноді причиною іронічної невдачі стає складність іронічного коду. Так, у прикладі 18 Віктор не встигає за час, протягом якого він повинен знайти гідну відповідь, провести інтерпретацію слів Елі-

ота, що містить завуальовану іронію, побудовану на навмисно некатегоричному твердженні:

18. Victor: You think you are very clever, don't you? Elyot: I think I'm a bit cleverer than you, but apparently that's not saying much. Victor: What? (N. Coward. Private Lives. 1979. Vol. 2. P. 73).

Ще одним бар'єром для успішного проведення іронічної гри можна вважати спробу адресата симулювати нерозуміння іронії, пояснюючи його неіснуючими перешкодами:

19. Peter /quietly/: Do you often ask men on trains home with you? Frau Messner /looking past him/: I didn't hear what you said (S. Poliakoff. Caught on a Train. 1982. P. 105).

Фрау Месснер, не бажаючи відповідати на питання Пітера, іронія якого межує з грубістю, апелює до відсутньої насправді перепони.

(Г.1) «Учасники іронічної гри повинні відчувати бажання брати в ній участь і не вдаватися до навмисного «збою» в іронічній взаємодії».

Якщо недотримання умов (А) і (В) для успішного здійснення перформативних висловлень Дж. Остін розглядав як осічки в ході спілкування, то порушення умов (Г) він визначив як зловживання правилами, за яких акт здійснено, але він порожній [5, с. 35], оскільки комуніканти нещирі.

Але оскільки саме імпліцитно виражене бажання мовця передати адресату інформацію про свою нещирість при здійсненні певного ілюкутивного акту і становить частину умови щирості іронічного мовленнєвого акту, зловживанням правилами гри з боку автора висловлення була б саме щирість, відкритість іронічного наміру, відмова від маніпулювання механізмом імпліцитної передачі нещирості. Наприклад, іронічний акт буде порожнім, якщо ми оберемо такий спосіб передачі іронії: «Я щиро заявляю, що я нещирий». Такий вислів був би рівноцінним відмові від участі в іронічній грі. Тому важко знайти приклад зловживання того, хто говорить. Випадки ж зловживань адресата досить типові – адресат вдається до збою, коли йому не вигідна участь у тій чи іншій іронічній взаємодії:

20. Roote: You're very keen this morning, aren't you, Gibbs? Gibbs: I do try to keep my powers of observation well exercised, sir (H. Pinter. The Hothouse. 1980. P. 17).

У цьому епізоді Гіббс відмовляється брати участь в іронічній грі, хоча він легко розшифровує солдафонський сарказм свого недалекого начальника, тому що не хоче вступати з ним у суперечки.

Адресату також може бути не вигідним розвивати тему, яку іронічно зачіпає мовець:

21. Krank: So. Henry Ginger, is it not? Sir, I hope you found your hours well spent in the Baker Street conveniences? Henry Ginger: Oh yes, very well spent, yes, I make no doubt of that (J. Arden. The Waters of Babylon. 1976. P. 79).

Генрі вдає, що не зрозумів іронію і просто відповідає на запитання Кренка. Ще однією причиною, яка спонукає адресата уникнути участі в іронічній грі, є його невпевненість у своїй здатності вести її на рівних:

22. Dr. Macnair /sighing/: Well I can't have you interfering with Mary Todd. Macfee /sarcastically/: Och no, it would be immoral, wouldn't it? Dr. Macnair: Aye, it would (P. Ableman. Madly in Love. 1968. P. 16).

Доктор Макнейр не наважується прийняти іронічний виклик співрозмовника, імовірно припускаючи, що не зможе скласти йому гідну конкуренцію. Небажання адресата реагувати на іронію можна пояснити також тим, що він не бачить можливості змінити думку Макфі.

Таким чином, «щирість» адресата (див. приклади 20–22) є насправді «нещирістю» і зловживанням правилами, що становлять іронічну конвенцію, оскільки іронічний смисл слів мовця відкрито ігнорується.

Але можуть бути й випадки, в яких уявне ухилення адресата від іронічного зіткнення, його видима відданість буквальному значенню призводять до створення іронічного послання «другого ступеня». Як ілюстрацію розглянемо наступний приклад:

23. McLeany: She treats washing her feet as a Catholic problem. Fay: She has every right to do so. McLeany: Don't Protestants have feet then? Fay: The Holy Father hasn't given a ruling on the subject and so, as far as I'm concerned, they haven't (J. Orton. J. Loot. 1976. P. 197).

Іронічний характер питання Макліні є очевидним. Фей, вдаючи, що серйозно відповідає на поставлене питання, насправді використовує його для породження іронії вищого порядку, оскільки в якості основи її іронічного висловлення використовується іронія того, хто говорить.

У прикладі 24 на іронічну обіцянку Рут доктор Бредман відповідає іронічною погрозою, і цим іронічний заряд висловлення подвоюється, оскільки імпліцитними засобами користуються як автор іронічного послання, так і його отримувач:

24. Ruth: We'll let you know if we find any poltergeists flying about. Dr. Bradman: I should never forgive you if you don't (N. Coward. Blithe Spirit. 1979. Vol. 4. P. 40).

Доктор Бредман, не зізнаючись відкрито у тому, що розкрив непрямий характер висловлення Рут, не лише успішно сприймає іронічний напад, а й розвиває іронічну взаємодію

Як приклад невдачі іронічної гри, що полягає у недотриманні адресатом умови (Г.1), можна розглядати і надмірну увагу, яку він приділяє самому факту іронізування. Цим він перетворює на безглузду іронічну дію мовця, руйнуючи її прихованість, і знецінює той внесок, який іронічне висловлення робить у розмову. До такої невдачі призводить навмисне захоплення Кріппера іронічною майстерністю співрозмовника:

25. Doctor: What a fix we'd all be if you were indulging yourself more energetically than you are. Crippler: You wag! You joker! You awful cynic! (D. Mercer. *The Bankrupt*. 1974. P. 35).

Умова, побудована за аналогією з умовою (Г.2) для перформативів, могла б звучати так:

(Г. 2)) «Адресат, який розшифрував іронію і висловив у якийсь спосіб своє розуміння, не повинен пізніше відмовлятися від цього факту і заявляти (або вдавати), що сприйняв буквально або «інше» непряме значення висловлення. Той, хто говорить, не повинен ухилятися від відповідальності за висловлений іронічний намір».

В принципі, іронія надає можливість обійти дотримання норм, які приписують мовцю відповідальність за його слова, а адресата зобов'язують висловлювати своє розуміння слів мовця. Іронія, як і інші види непрямого зв'язку, може бути механізмом двостороннього «погашення» чи анулювання значення. М. Дескал так описує дію цього механізму: «Якщо мовець висловлює Х, маючи намір передати Y, це означає, що він насправді не має на увазі Х (хоча на нього може бути покладена відповідальність за Х), тим самим погашаючи значення Х або частину значення Х; це також означає, що хоча мовець насправді передбачає Y, на нього не може бути покладена повна відповідальність за Y, і отже, анулюється частина значення Y» [9, с. 160].

Виходячи з вищесказаного, слід відмовитися від умови (Г.2), що передбачає відповідальність комунікантів за дії під час іронічної гри після її закінчення. Той, хто говорить, може відмовитися від відповідальності за пряме значення, що впливає безпосередньо з мовного змісту, сказавши, наприклад, «Я зовсім не те мав на увазі», а також за іронічне значення («Я нічого такого не мав на увазі»). Адресат може у всіх випадках виправдати свою «некооперативну» поведінку словами «А я зрозумів не так». Яскравий приклад іронічного

«догляду» адресата від відповідальності можна знайти у наступному уривку:

26. Martha: Very good, George. George: Thank you, Martha. Martha: Really good. George: I'm glad you liked it. Martha: I mean... You did a good job... You really fixed it. George: Unh-hunh. Martha: It's the most... life you've shown in a long time. George: You bring out the best in me, baby. Martha: Yeah... Pigmy hunting! George: PIGMY! Martha: You're really a bastard. George: I? I? Martha: Yeah, you (E. Albee. *Who's Afraid of Virginia Wolf?* 1962. P. 150–151).

Розмова між Мартою і Джорджем, відомими своїм умінням поводитися з іронією, відбувається після того, як Джордж насміявся над беззахисною Хані. Сарказм у словах Марти він легко розшифровує від початку, оскільки сам здатний гідно оцінити свої дії. Але, роблячи вигляд, що сприймає висловлення Марти буквально, він створює цілий ряд іронічних реплік у відповідь. У результаті Марта не витримує емоційного напруження іронічної гри та переходить на «прямий зв'язок». Джордж же робить вигляд, що його дивують і ображають слова Марти, хоча, по суті, вони несуть ту саму оцінку його поведінки, що й на початку діалогу. Тим самим він заперечує, що брав участь в іронічній взаємодії, і цим ніби спустошує її зміст. Формально до нього не можна висунути претензії, оскільки він вдавав, що реагував на пряме значення висловлення.

Варто зазначити, що різні типи іронічних невдач можуть поєднуватися чи перетинатися один з одним. Так, принциповим опонентом іронічної гри може бути людина, яка не вміє іронізувати, а з перешкодами при сприйнятті іронії частіше стикаються саме ті комуніканти, які не мають іронічного досвіду або необхідних фонових знань.

Висновки і пропозиції. Те, що комуніканти орієнтуються на певну систему знань про іронічний тип спілкування і що існують різні маркери іронії, підтверджує конвенціональний статус процедури іронічної гри, що починається з породження і завершується сприйняттям іронічного смислу. Розглядаючи перешкоди для проведення іронічної гри, ми могли б поставити собі те саме питання, на яке намагається відповісти Дж. Остін, описуючи умови успішності перформативу, – якою мірою акти можуть бути односторонніми? [5, с. 46]. Ситуації, у яких єдиним адресатом іронії виступає сам мовець, є можливими і навіть достатньо типовими, але в такому випадку іронічна гра стає грою з самим собою,

дією одного актора. Нас же цікавить іронічне спілкування як спільна діяльність комунікантів. Отже, діалог, що складається з низки зустрічних іронічних реплік, слід вважати найбільш яскравим видом іронічної гри і взірцем дотримання правил, що утворюють іронічну конвенцію, оскільки у ньому непрямыми засобами зв'язку

свідомо та ефективно користуються обидва учасники взаємодії. У такому діалозі послідовно відображається і реалізується імпліцитний прагматичний характер іронії як навмисної передачі комунікантами нещирості по відношенню до прямого значення висловлень, що лежить в основі їх мовленнєвих актів.

Список літератури:

1. Вендлер З. Иллокутивное самоубийство. *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва, 1985. Вып. 16: Лингвистическая прагматика. С. 238–250.
2. Витгенштейн Л. Философские исследования. *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва, 1985. Вып. 16: Лингвистическая прагматика. С. 79–128.
3. Киасашвили М. Н. Семантика и прагматика вопросо-ответного диалогического единства и феномен непонимания : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Тбилиси, 1977. 21 с.
4. Макаров М. Л. Прагматика, стилистика и риторика: *Язык парламента. Языковое общение: единицы и регулятивы*. Калинин, 1987. С. 45–51.
5. Остин Дж. Л. Слово как действие. *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва, 1986. Вып. 17: Теория речевых актов. С. 22–130.
6. Падучева Е. В. Проблема коммуникативной неудачи в сказках Льюиса Кэрролла. *Tekst i Zdanie*. Wroclaw, 1983. S. 139–160.
7. Прокофьев Г. Л. Успешность иронической игры и иронические неудачи. «*Scientific Achievements 2015*». Vienna: The International Scientific Association «Science & Genesis». 2015. Vol. 1. P. 181–187.
8. Amante D. J. The theory of ironic speech acts. *Poetics Today*. 2 (2). 1981. P. 77–96.
9. Dascal M. Pragmatics and the Philosophy of Mind. Amsterdam: Benjamins, 1983. 207 p.
10. Garmendia J. Irony. Cambridge: Cambridge University Press, 2018. 166 p.
11. Grice H. P. Further Notes on Logic and Conversation. *Syntax and Semantics*. New York, 1978. Vol. 9: Pragmatics. P. 121–128.
12. Irony in Language and Thought: A Cognitive Science Reader / ed. by H. L. Colston & R. W. Gibbs / N. Y. : Lawrence Erlbaum Associates, 2007. 619 p.
13. Muecke D. C. The Communication of Verbal Irony. *Journal of Literary Semantics*. 1973. Vol. 2. № 1. P. 35–42.

Джерела ілюстративного матеріалу:

1. Ableman P. Blue Comedy. London : Methuen, 1968. 65 p.
2. Ableman P. Green Julia. London : Methuen, 1966. 61 p.
3. Albee E. A Delicate Balance. Harmondsworth : Penguin Books, 1969. 107 p.
4. Albee E. Plays. Vol. 1. New York : Coward, McCann and Georgehegan, 1981. 230 p.
5. Albee E. Who's Afraid of Virginia Wolf? New York : Athenium, 1962. 242 p.
6. Arden J. Three Plays. Harmondsworth : Penguin Books, 1976. 272 p.
7. Behan B. The Complete Plays. London : Eyre Methuen, 1978. 384 p.
8. Coward N. Plays. Vol. 1. London : Eyre Methuen, 1979. 358 p.
9. Coward N. Plays. Vol. 2. London : Eyre Methuen, 1979. 361 p.
10. Coward N. Plays. Vol. 4. London : Eyre Methuen, 1979. 482 p.
11. Gow J., D'Usseau A. Deep are the Roots. Москва : Издательство литературы на иностранных языках, 1951. 110 с.
12. Mercer D. The Bankrupt and Other Plays. London : Methuen, 1974. 168 p.
13. Orton J. The Complete Plays. London : Eyre Methuen, 1976. 448 p.
14. Pinter H. Plays. Vol. 4. London : Methuen, 1981. 296 p.
15. Pinter H. The Hothouse. London : Methuen, 1980. 154 p.
16. Poliakov S. Favorite Nights and Caught on a Train. London : Methuen, 1982. 106 p.
17. Sheridan R. B. The School of Scandal. Moscow: Foreign Languages Publishing House, 1949. 92 p.

Prokofiev G. L. IRONY AS A CONVENTION

The article considers peculiarities of irony as a systemic speech act based on a certain set of knowledge about the ironic type of communication. The ironic convention is defined as a set of rules governing and describing the activity of interlocutors aimed at creating, transmitting and perceiving ironic meaning, which seeks to solve a number of communicative tasks. The article argues that violation of pragmatic rules is the only constitutive marker of ironic intention. Non-compliance with the rules of ironic game can lead to various types of ironic infelicities or setbacks. Among their reasons one can mention the reluctance or inability of participants of the act of communication to take part in the game as well as their intentional or unintentional mistakes. Thus, the addressee of irony may refuse to participate in ironic communication in principle, and its author may ignore social restrictions imposed on the use of irony depending on topic of conversation and status of interlocutors. One of typical causes of failure in ironic game is inability to perceive irony on the part of the recipient, associated with his narrow-mindedness and inability to use ironic techniques. Lack of contextual and background knowledge of the addressee also leads to ironic mistakes. Besides, obstacles to success of ironic interaction can be brought about by inattention or excitement of the recipient, unexpectedness of irony in certain circumstances, as well as complexity of the ironic code. Abuse of the rules of ironic game means a deliberate refusal of the addressee to participate in ironic communication either due to unwillingness to enter into a conflict, to develop the topic, or because of lack of confidence about one's ability to play with irony on equal terms. The dialogue which consists of a series of successive ironic remarks is the most vivid kind of ironic game and the best example of observing the rules that form the ironic convention, as indirect means of communication are being effectively used by all the actors involved in interaction.

Key words: *ironic intention, ironic convention, ironic game, felicity conditions, ironic failure.*

Талавіра Н. М.

Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя

НОВИННЕ ВИСВІТЛЕННЯ І НАВГУРАЦІЙНОЇ ПРОМОВИ ДЖ. БАЙДЕНА: МОДЕЛІ ВПЛИВУ НА АДРЕСАТА

У статті подано моделі трансформації інаугураційної промови Дж. Байдена під час висвітлення її змісту у новинному повідомленні. Обидва види текстів зараховуємо до медійного дискурсу, адже публічний виступ і стаття, що його висвітлює, поширюються технічними засобами задля представлення ідей політика та впливу на масового адресата.

Спершу було виокремлено конструкції, використані президентом у промові, та відповідні їм лінгвальні засоби у новинних статтях американського та британського онлайн-видань. При зіставленні отриманих конструкцій їх було поділено на дві групи: ідентичні при максимально подібній структурі та семантиці й модифіковані, якщо форма і / або значення були трансформовані під час реконтекстуалізації у статті. Співвіднесення значення конструкцій, як ідентичних, так і модифікованих, з образ-схемами дозволило нам встановити ефекти, яких досягають журналісти під час передачі змісту публічного виступу у новинному тексті.

Американське видання послуговується підсилювальною моделлю для покращення іміджу новообраного політика, представлення його як лідера, здатного до рішучих дій в період труднощів, з якими зіткнулася нація. У новинному тексті журналіст вживає ідентичні та модифіковані конструкції, котрі апелюють до силових образ-схем ПРИМУШЕННЯ, ПЕРЕШКОДА, ПОЗБАВЛЕННЯ МОЖЛИВОСТІ та ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОЖЛИВОСТІ. Апеляція до ПЕРЕШКОДИ представлена при зображенні викликів, які стоять перед політиком і країною, тоді як ПРИМУШЕННЯ, ПОЗБАВЛЕННЯ / ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОЖЛИВОСТІ указують на дії Байдена під час керівництва країною, спрямовані на подолання чисельних труднощів.

Британський новинний текст побудований за допомогою акцентувальної моделі, згідно з якою цільовій аудиторії представлено фрагменти промови, що висвітлюють окремі аспекти. У проаналізованому повідомленні увага адресатів сфокусована на проблемах, які постали перед президентом. При цьому вжиті ідентичні та модифіковані конструкції співвідносні з ПЕРЕШКОДОЮ. Лише в кінці статті журналіст апелює до ПРИМУШЕННЯ та ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОЖЛИВОСТІ, що відображають заклик лідера нації до боротьби з кризами та здатність країни рухатися вперед відповідно.

Ключові слова: інаугураційна промова, новинний текст, модель трансформації, конструкція, вплив на адресата.

Постановка проблеми. Сучасне дискурсоведство спрямоване на дослідження різних видів комунікації, жанрів текстів та їхньої специфіки. При цьому увагу науковців привертають як традиційні жанри, так і нові, зокрема медійні онлайн-тексти, а також взаємодія між ними. Необхідність вивчення міжжанрових модифікацій, що відбуваються під час передачі змісту промови у новинних текстах, та виокремлення варіантів трансформацій зумовлює актуальність статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Генологія, або жанрознавство давно перебуває у полі зору лінгвістів. Функціональна стилістика вивчає жанро-стилістичні особливості текстів, засоби оформлення й реалізації функціональних стилів [10]. З лінгвокогнітивної перспективи жанри розглядаються у вигляді фреймів [11], суперструктур [9], що забезпечують

ідентифікацію жанру, активізацію відповідних попередніх знань та формування перцептивної та діяльносної орієнтації реципієнтів [4, с. 12]. Сучасні мовознавці тлумачать його як цілеспрямоване багатоетапне упізнаване явище, котре розвивається як тимчасово стабільна, але гнучка реакція на повторювані соціориторичні ситуації [13, с. 31]. Функціонування жанрів відтворює, підтримує та водночас формує різні структури суспільного життя [4, с. 11]. При цьому жанр накладає обмеження на використання лексико-граматичних та дискурсивних ресурсів [5, с. 241]. Зміни у соціальних ситуаціях, контекстах та їх інтерпретаціях призводять до трансформації жанрів [4, с. 11], утворень нових та переосмислення вже наявних.

Метою даного дослідження є встановлення риторичних моделей трансформації, задіяних журналістами під час вербалізації змісту інаугураційної промови Дж. Байдена у 2021 році у двох онлайн виданнях: американському та британському. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**: виокремити моделі текстобудови інаугураційного звернення Дж. Байдена (1) та новинних текстів; зіставити моделі для встановлення особливостей передачі змісту промови в американському (2) та британському (3) виданнях; встановити засоби впливу на читачів під час реконтекстуалізації змісту інаугураційної промови у статтях.

Для досягнення поставленої мети в роботі було використано методи компонентного, лінгвокогнітивного та контекстуально-інтерпретаційного аналізу. За допомогою методу *компонентного аналізу* в значенні зіставляваних мовних засобів виявлено семи, які вказують на семантику одиниць. Лінгвокогнітивний підхід представлений апаратом образ-схем як доконцептуальних структур [14, с. 245]. За допомогою *контекстуально-інтерпретаційного аналізу* встановлено функції досліджуваних конструкцій у англomовних журнальних статтях.

Методологія аналізу полягає у застосуванні трьох процедур. Перша процедура полягає у виокремленні мовних одиниць, використаних президентом у промові, та відповідних їм лінгвальних засобів у новинних статтях. Друга процедура дозволяє класифікувати виокремлені одиниці на ідентичні, які мають однакову лінгвальну форму, тобто максимально подібну структуру і значення, та модифіковані, що вирізняються трансформацією форми та/або семантики [21, с. 102]. За третьої процедури співвідносимо значення конструкцій з доконцептуальними відношеннями, які вони активують у свідомості адресатів для встановлення ефектів об'єктивності або суб'єктивності [2, с. 150], які досягають журналісти відфільтровуючи зміст промови та трансформуючи вжиті мовні одиниці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зіставлення публічних промов та новинних повідомлень уможливлене тим фактом, що обидва види тексту зараховують до медійного дискурсу, адже вони є засобами впливу на масового реципієнта і транслуються за допомогою сучасних технічних засобів.

Як відомо, інаугураційна промова займає особливе місце у жанровій структурі політичного дискурсу. Їй притаманні всі риси епідейктичної

мови: вона є найважливішою складовою урочистій церемонії, в ній поєднується осмислення минулого і майбутнього нації на тлі справжнього, віддається хвала всьому, що об'єднує цю спільність, використовується елегантний літературний стиль і прийоми посилення, перебільшеного акцентування того, що вже відомо аудиторії [7]. Інаугураційне звернення не містить полемічних висловлювань, які б кидали виклик чи передбачали альтернативні цінності. Все це свідчить про високий ступінь ритуальності даного жанру [3, с. 247]. Відсутність новизни в повідомленні неминує фокусує увагу учасників комунікації на інших його компонентах: важливим виявляється не стільки зміст висловлювання, скільки сам факт його проголошення. У цьому полягає найважливіша і унікальна особливість інаугураційної промови як жанру: вона є не просто мовленнєвою дією, але дією політичною [ibid].

Змісту інаугураційного звернення приділяється велика увага, адже воно несе закодовану інформацію про історію розвитку країни і служить засобом вираження ідеологічних установок та ідейно-політичної позиції лідера; а також є першим офіційним програмним зверненням новообраного глави держави до багатокультурної аудиторії, тобто не тільки до нації, а й до всього іншого світу [1, с. 3; 22, с. 276]. Новинні сайти репрезентують зміст цього виступу, при цьому ЗМІ не нейтральні. Вони застосовують свої власні судження і правила, таким чином трансформуючи політику [19, с. 57], вирішуючи, яка інформація потрапить до аудиторії, приймаючи рішення, котрі факти повинні бути подані, сприяючи певному політичному порядку денному [ibid, с. 62–63]. Як наслідок, структура і мовне оформлення статті зазнають змін [20, с. 244–245], а промова політиків експліцитно подається через пряме та непряме цитування [16, с. 17, 19]. Модифікації висхідного повідомлення включають структурні зміни тексту, субституцію за рахунок різних лінгвістичних одиниць та доповнення шляхом використання нових елементів для репрезентації різноманітних реалій [6, с. 580].

Трансформації інаугураційного звернення можна аналізувати із залученням когнітивно-риторичного підходу. Риторичний підхід, який ураховує намір однієї людини словесно вплинути на іншу [17, с. 1], спирається на канони інвенції, тобто відбору теми, диспозиції, котра пов'язана з тестовою організацією ідей, та елокуції, що полягає у вербалізації змісту [15]. За другого, ког-

нітивного підходу, застосовуємо конструкції, що є поєднанням форми, значення і функції та укорінюються у свідомості мовців у готовому вигляді [12]. З урахуванням структури виокремлюємо ідентичні конструкції, якщо форма і значення одиниць, вжитих в обох текстах, співпадають, та модифіковані, коли структура і/або семантика конструкції з медійного виступу були змінені при висвітленні його змісту в новині. При цьому, обираючи тип конструкцій та порядок подання тем, представлених у виступі, журналіст впливає на читачів, апелюючи до їхнього спільного досвіду, сформованого внаслідок узагальнення перцептивно-моторних відношень, представлених у свідомості образ-схемами як доконцептуальними структурами [14, с. 2245]. Тому звертання до образ-схем під час дослідження дає можливість виявити трансформації медійного виступу не лише на диспозиційно-елокутивному рівні, але й на інвентивному.

Американський та британський новинні тексти репрезентують дві моделі впливу на масового читача під час вербалізації змісту цієї промови: підсилювальна та акцентувальна.

Як відомо, Дж. Байдена розглядали як одного з найслабших кандидатів на початку передвиборчої кампанії в США. Трансформація його інаугураційного звернення у повідомлення на сайті американського видання www.nytimes.com послуговується підсилювальною моделлю для створення позитивного, покращеного іміджу президента як людини, здатної до рішучих дій у скрутні часи, за рахунок ідентичних та модифікованих конструкцій, котрі апелюють до силових образ-схем ПРИМУШЕННЯ, ПЕРЕШКОДА, ПОЗБАВЛЕННЯ МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОЖЛИВОСТІ.

У диспозиційному плані основний блок тексту новин представляє заклики Байдена до єдності; відновлення демократії; надає перелік викликів, що стоять перед нацією; бажання політика покінчити з кризами у країні; містить попередження іншим державам не сприймати попередні чотири роки як слабкість та обіцянку відновити союзи і статус країни за рахунок єдності (2).

В елокутивному плані трансформації представлені вже на етапі заголовку новинного тексту *A Call for Unity to a Nation Facing a Pandemic and Division*. У ньому модифіковані конструкції *a call for unity* та *facing a pandemic and division* активують ПРИМУШЕННЯ й ПЕРЕШКОДУ відповідно, указуючи на апеляцію лідера країни до нації про об'єднання в період кризи.

В основному блоці новини вжиті журналістом модифіковані конструкції указують на заклики лідера до покращення життя в країні, апелюючи до ПРИМУШЕННЯ, що ми встановлюємо за рахунок сем у дефініціях лінгвальних одиниць: *plea for national unity*; *a call for the restoration*; *require an end to partisan self-delusion*; *calls for Americans to listen*.

Крім того, в новинному повідомленні наявна апеляція до ПЕРЕШКОДИ при зображенні викликів, які стоять перед нацією, що включають пандемію, кризу в економіці, расових питаннях, демократії, а також перевагу білої раси та домашній тероризм: *a devastating pandemic*; *an economic downturn*; *a crisis of racial justice*; *a collapse in their faith in democracy*; *white supremacy*; *domestic terrorism*.

У проаналізованому новинному тексті новообраний президент поданий як джерело сили за рахунок вжитих лінгвальних одиниць. По-перше, ідентична конструкція *end this uncivil war* відображає засіб боротьби з кризою, корелюючи з ПЕРЕШКОДОЮ. По-друге, ідентична конструкція *reject the culture* апелює до ПОЗБАВЛЕННЯ МОЖЛИВОСТІ, за рахунок семи «відмовити» (*“refuse”*) тобто «не дозволити комусь зробити те, що вони хочуть» (*“not allow someone something that they want”* [18]). По-третє, модифікована конструкція *Mr. Biden cautioned* подає спосіб впливу президента на союзників за рахунок емоційного страху як ПРИМУШЕННЯ. Крім того, дві ідентичні конструкції *come out stronger* та *repair our alliances*, а також модифікована одиниця *status could only be restored* указують на бачення президента можливих засобів розвитку країни, що корелюють з образ-схемою ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОЖЛИВОСТІ.

Новинний текст на британському сайті www.bbc.com фокусується більше на викликах, що стоять перед американською нацією та лише в кінці указує на здатність Байдена вирішити їх. Таке представлення подій потрактуємо позицією видання, яке намагається створити ефект об'єктивного відображення промови політика.

У диспозиційному плані британська новина подає такі теми: проблеми, які стоять перед суспільством; заклики об'єднатися у боротьбі з ними; фонову інформацію про ситуацію у політичному житті країни; необхідність зіткнутися з найбільшою кризою та вирішити її (3).

На елокутивному рівні британське повідомлення виносить у заголовок загальну ідею за допомогою модифікованих конструкцій *calls for*

unity та *won't be easy*, котрі співвідносні відповідно з ПРИМУШЕННЯМ та ПЕРЕШКОДОЮ, остання активована запереченням.

Основний текст на сайті Бі-Бі-Сі акцентує увагу на труднощах, з якими зіткнулося американське суспільство, за допомогою ідентичних конструкцій, співвідносних з ПЕРЕШКОДОЮ. При цьому зазначене відношення може бути представлено двома видами ідентичних конструкцій.

За першого варіанту ПЕРЕШКОДА втілена семами окремих компонентів: *winter of peril; uncivil war; moment of crisis and challenge; a constant struggle; competing factions; political extremism; white supremacy; domestic terrorism; lies told for power and for profit*.

За другого варіанту ПЕРЕШКОДА представлена заперечною часткою *no*: *there is no peace, only bitterness and fury; no progress, only exhausting outrage; no nation, only a state of chaos*.

Модифіковані конструкції, що апелюють до ПЕРЕШКОДИ, називають окремі аспекти кризи, яка охопила країну: *massive job losses; business closures; a threatened environment*, а також указують на виклики, котрі стоять перед нацією: *how daunting a task he – and the nation – have ahead*, де прикметник *daunting* указує на завдання, яке становить загрозу людині (*“dangerous to do”* [18]).

ПРОТИДІЯ пересічних людей всім названим вище кризам активована модифікованими конструкціями *face one of the most challenging times* та *facing a devastating pandemic*, у яких дієслово *face* відображає неприємну ситуацію, з котрою необхідно мати справу (*“you have to deal with it”* [8]).

Президент поданий як людина, що закликає націю до рішучих дій, апелюючи до ПРИМУ-

ШЕННЯ, що активоване модальним дієсловом *must*: *the nation must be united; America must not “turn inward”*, або відображено в модифікованій конструкції *urgent cries for racial justice* іменником *cries*, який указує на емоціональний заклик (*“plead in an intense, emotional way”* [8]). Крім того, ПРИМУШЕННЯ втілено пасивною конструкцією *we will be judged*.

Новообраний лідер представлений у британській статті як джерело ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОЖЛИВОСТІ за допомогою чотирьох конструкцій, що відображають здатність рухатися вперед і вирішувати нагальні проблеми: *unity is the path forward; repair our alliances; engage with the world; we resolve these cascading crises*.

Висновки. Аналіз трансформацій інаугураційного звернення Дж. Байдена у двох міжнародних виданнях свідчить про різні варіанти диспозиційно-елокутивного висвітлення промови у новинному тексті, представлені двома моделями трансформації, котрі відображають засоби впливу на масового читача новинних сайтів. В американській статті задіяна підсилювальна модель, згідно з якою покращено образ новообраного президента, котрий поданий як сильний лідер нації, здатний долати труднощі, впливати на інші країни та забезпечити розвиток власної держави. Натомість у британському виданні використано акцентувальну модель для фокусування на окремих аспектах інаугураційного звернення. Як наслідок, у новинному тексті деталізовано труднощі, з якими зіткнулася країна, а роль президента представлена його закликом до дій та узагальненою можливістю подолати кризу. Перспективи подальших досліджень вбачаємо в дослідженні моделей трансформації публічних виступів інших політиків.

Список літератури:

1. Моргун Е. А. *Когнитивно-прагматический анализ системы концептов в инаугурационных речах американских президентов* : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Санкт-Петербург, 2011. 21 с.
2. Набок А. І. Риторичний ракурс композиційного втілення ефекту суб'єктивності в англомовних інтернет-новинах: стратегія конструювання псевдоподій. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації»*. 2020, Т. 31 (70). № 3. Ч. 2, С. 82–86.
3. Шейгал Е. И. *Семиотика политического дискурса* : [монография]. М. : Гнозис, 2004. 326 с.
4. Яхонтова Т. В. *Лінгвістична генологія наукової комунікації*. Л. : Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2009. 420 с.
5. Bhatia V. Professional written genres. *The Routledge handbook of discourse analysis*. London and New York : Routledge, 2014. P. 239–251.
6. Busch B. Media, politics and discourse interactions. *Concise Encyclopedia of pragmatics*. Oxford : Elsevier, 2009. P. 577–583.
7. Campbell K. K., Jamieson K. H. *Inaugurating the Presidency. Form, Genre and the Study of Political Discourse*. Columbia (S. Car.), 1986.
8. *Collins Online Dictionary*. URL: <https://www.collinsdictionary.com/> (дата звернення: 26.01.2022).

9. Dijk van T. A. Structures of news in the press. *Discourse and Communication*. Berlin : Mouton de Gruyter, 1985. P. 69–93.
10. Halliday M. A. K., Matthiessen Ch. *An Introduction to Functional Grammar*. L. : Routledge, 2014. 808 p.
11. Fillmore, C. J. Frames and the semantics of understanding. *Quaderni di Semantica*. 1985. Vol. VI, № 2, P. 222–254.
12. Goldberg A. E. *Explain Me This. Creativity, Competition, and the Partial Productivity of Constructions*. Princeton University Press, Princeton, 2019. 216 p.
13. Gruber H. Genres in political discourse: The case of the ‘inaugural speech’ of Austrian chancellors. *Analyzing genres in political communication*. Amsterdam: John Benjamins, 2013. P. 29–72.
14. Johnson M., Lakoff G. Why cognitive linguistics requires embodied realism. *Cognitive Linguistics*. 2002. Vol. 13, № 3. P. 245–263.
15. Lauer J. M. 2004. *Invention in Rhetoric and Composition*. Parlor Press. 240 p.
16. Lauerbach G. E., Fetzner A. Introduction. Political Discourse in the Media: Cross-cultural Perspectives. *Political Discourse in the Media: Cross-cultural Perspectives*. Amsterdam / Philadelphia : John Benjamins Publishing, 2007. P. 3–30.
17. Leith S. *You Talkin’ to me?* London : Profiles Books, 2012. 304 p.
18. *Macmillan dictionary*. URL: <https://www.macmillandictionary.com/> (дата звернення: 26.01.2022).
19. Perloff R. M. *The Dynamics of Political Communication: Media and Politics in a Digital Age*. N. Y. : Routledge, 2018 p. 512 p.
20. Strömbäck J., Esser F. Introduction. *Journalism Studies*. 2014. Vol. 15, № 3. P. 243–255.
21. Talavira N. English orientating constructions denoting location: classification and article use. *Lingua Posnaniensis*. 2017. Vol. 59, Issue 2. P. 101–120.
22. Widiatmoko P. Analysis of presidential inaugural addresses using Searle’s taxonomy of speech acts. *English Review: Journal of English Education*. 2017. Vol. 5, Issue 2. P. 275–282.

Список джерел ілюстративного матеріалу:

1. Inaugural address by President Joseph R. Biden, Jr. <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2021/01/20/inaugural-address-by-president-joseph-r-biden-jr/>
2. Sanger D. E. A Call for Unity to a Nation Facing a Pandemic and Division <https://www.nytimes.com/2021/01/20/us/politics/biden-inauguration-coronavirus-economy-security.html>
3. Zurcher A. Biden’s inauguration speech calls for unity – it won’t be easy <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-55656823>

Talavira N. M. REPRESENTING J. BIDEN’S INAUGURAL IN NEWS TEXTS: MODELS OF INFLUENCE ON THE ADDRESSEE

The article describes models of transformation of J. Biden’s inaugural address when its key arguments are represented in news articles. Both types of texts are part of media discourse as a public speech and an online article, reflecting its contents, are spread by technical means in order to reflect leader’s ideas and to influence mass audience.

Several procedures were carried out during the analysis. First, there were singled out constructions used by the president in his inaugural and corresponding pairings in American and British news texts. Second, the correlated constructions were divided into two groups: identical, if the form and the meaning of the related pairings were maximally similar, and modified when the structure and / or the semantics were transformed during recontextualisation in the article. Correlation of the meaning of both identical and modified pairings with image-schemes made it possible to establish the effects, achieved by journalists when they reflect the contents of the public speech in the news text.

The American issue relies on the intensifying model in order to improve the image of the newly elected politician, representing him as a leader who can act decisively against the crises and challenges facing the nation. In the analysed news text, the journalist used identical and modified constructions, appealing to COMPULSION, BLOCKAGE, DISABLEMENT and ENABLEMENT. BLOCKAGE correlates with the problems and crises the leader and the country are facing, while COMPULSION, DISABLEMENT and ENABLEMENT indicate the actions Biden is going to take to overcome them.

The British news text is based on the accentuating model, according to which the target audience is presented with fragments of speech that highlight certain aspects. In the analysed article the addressees’ attention is mainly drawn to the problems the president has to face. The identical and modified constructions correlate with BLOCKAGE. Only at the end of the article the journalist appeals to COMPULSION and ENABLEMENT, which reflect the president’s call to fight crises and the country’s ability to move forward accordingly.

Key words: inaugural address, news text, model of transformation, construction, influence on the addressee.

РОМАНСЬКІ МОВИ

УДК 811.111-342

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.1-1/35>**Zhuk V. A.**

Odessa I. I. Mechnikov National University

OVERCOMING BARRIERS IN INTERCULTURAL COMMUNICATION

The article reveals the problem of overcoming barriers within intercultural communication. The author analyzes different types of barriers, defines their specific features, causes and effective ways to overcome obstacles in the process of communication. The article focuses on the necessity to form linguocultural competence contributing to efficiency of ethnocultural interaction.

In today's cultural space, intercultural communication is of great importance, so it is especially important to achieve mutual understanding and overcome obstacles in various areas of communication. In the process of communication within intercultural environment, it is necessary to take into account the linguistic and cultural characteristics of different countries, the differences and varieties of which can lead to certain difficulties in mutual understanding, the so-called language barriers. The urgency of the problem is due to the need to form the linguistic and cultural competence of the individual, which will contribute to the effectiveness of language communication, overcoming various types of communication barriers. Communication barriers that arise in the process of intercultural interaction lead to ineffective communication as well as have certain preconditions and reasons, one of which is the lack of understanding of interlocutor's linguistic and cultural characteristics. The purpose of this article is to consider the types of communication barriers, analyze their specifics and causes, outline ways of overcoming them. In general, barriers are understood as problems that arise in the process of interaction, hinder it, and reduce its effectiveness. Obstacles include stereotypes, language errors, and various abilities of world perception. Thus, the article analyzes different types of barriers, outlines their specific features, causes and effective ways of overcoming them. The need to form linguistic and cultural competence, which will contribute to the effectiveness of international cooperation, is emphasized. Having reviewed various classifications of barriers, it should be recognized that the formation of linguistic and cultural competence as well as increasing the role of communication between people of different nationalities can be only achieved with careful consideration of socio-cultural factors.

Key words: barrier, linguistic and cultural communication, obstacle, socio-cultural, cultural space, competence, culture.

Formulation of the problem. In the contemporary cultural space, intercultural communication is becoming extremely topical, so it is especially important to achieve mutual understanding and overcome obstacles in various areas of communication. In times of rapid globalization, communication opportunities are expanding, some common information space is being formed, and intercultural ties in economics, politics, science, culture, and education are being strengthened. In the process of communication in the intercultural environment, it is necessary to take into account the linguistic and cultural characteristics of different countries, the differences and varieties of which can lead to certain difficulties in mutual understanding, the so-called language barriers.

Modern linguistic studies hold the view that “the effectiveness of language communication largely depends on cultural factors that significantly affect not only the elements of the language code (e.g., semantics of individual words or phrases), but also the actual communication process, its components, principles and rules of communication as well as communicative strategies and tactics” [8, p. 191].

Therefore, modern science recognizes the need to form linguistic and cultural competence by involving the national-cultural component into the foreign language communication as one of the most important means of transmitting national culture and developing communicative consciousness of the individual, which provides the process of his/her speech.

Psychological, sociological and linguistic directions can be distinguished in the research of intercultural communication. This distribution depends on both the object of the study and the used methods. Linguists are primarily interested in how the communication process takes place. What in the language message signals on the presence of intercultural interaction? What exactly characterizes the messages of people from different cultures? In what communicative contexts does this manifest itself? How do any misunderstandings occur? What language features and mechanisms allow or do not allow to avoid misunderstandings?

Analysis of recent researches and publications.

Consideration of the phenomena of culture and communication in their inseparable connection is carried out in the works of such philosophers as: L. Wittgenstein, J. Habermas, G. Gadamer, O. Spengler and others. The concept of intercultural communication emerges in the middle of the XXth century and is associated with the names of such scientists as: E. Goll, C. Kluckhohn, A. Kroeber, R. Porter, D. Trager, L. Samovar. Mention should be also made of some Western researchers who developed theories of intercultural communication that tried to explain this phenomenon from different points of view: K. Berger, S. Huntington, E. Hirsch, E. Goll, G. Hofstede, S. Dahl [5, p. 1]. In addition, some researchers are actively exploring the training of future professionals in various fields of intercultural communication. Problems of speech activity and communication attracted the attention of L. Vygotsky, V. Humboldt, and V. Skalkin. Subject field of domestic researches in the field of intercultural communication today is in the process of formation; N. Vysotska, L. Gubersky, I. Dziuba, P. Donets, G. Kasyanov, M. Kushnaryova, O. Cherednichenko and others are working on it [5, p. 2]. The urgency of the problem is due to the need to form the linguistic and cultural competence of the individual, which will contribute to the effectiveness of language communication, overcoming various types of communication barriers. A review of contemporary Ukrainian and foreign literature shows that communication barriers that arise in the process of intercultural interaction lead to ineffective communication, have certain preconditions and reasons, one of which is the lack of understanding of linguistic and cultural features of the interlocutor. The purpose of this scientific research is to consider the types of communication barriers, to analyze the specifics and causes of their occurrence as well as to outline ways to overcome them. In general, barriers are understood as problems

that arise in the process of interaction, hinder this interaction and reduce its effectiveness.

Presenting the main part. The current level of understanding of the problem is limited to various attempts to classify barriers to communication. Thus, according to some researchers, there are six barriers within intercultural communication: the assumption of similarities (people think they are the same); linguistic differences (ignoring the ambiguity of words); misinterpretation of nonverbal behavior; influence of stereotypes; the desire to evaluate unfamiliar cultural phenomena; anxiety due to the uncertainty of the behavior of another communicator [4, p. 34]. Proponents of the other view divide all the barriers into two major groups: barriers of comprehension (phonetic, semantic, stylistic, sociocultural) and barriers of communication (temperament, fear, shame, and other emotional states). Another classification of communication barriers was proposed by the Russian researchers S. Bobrova and O. Smirnova, who identify historical, geographical, political, departmental, economic, technical, linguistic, psychological, etc. barriers [3, p. 95]. This analysis shows the lack of a single point of view on the definition of the concept and types of communication barriers.

Scientific articles use the term “barriers” or “boundaries” to describe the reasons that disrupt communication. The researcher O. Sadokhin believes that this distinction is justified by the following circumstance: different types of communication barriers are caused by different reasons, have different effects as well as different consequences, both minor and those that cause global conflicts [7:15]. In the first case, the communication process decreases qualitatively, but does not stop. Here we should talk about obstacles that do not create unbreakable boundaries between partners. For example, when communicators lack vocabulary in foreign language communication, they do not stop communicating, but turn to nonverbal or paraverbal means. Therefore, barriers should be considered as factors that only reduce the quality of communication, but do not stop it.

Obstacles include stereotypes, language errors, and various abilities of worldview. Barriers significantly hinder the interaction and mutual understanding of partners. The causes of communication barriers can be religious, social differences, differences in traditions, norms and values that determine the means and goals of communication. Ignoring communication barriers can be a serious obstacle to effective intercultural

interaction. One way to overcome and eliminate them is to develop personal linguistic and cultural competence. "Linguistic and cultural competence is one of the most important concepts of intercultural communication; knowledge of basic elements of culture (national customs, traditions, realities, etc.) of the country in whose language the communication is carried out; the ability of the speaker to discover local information and use it in order to achieve the planned communicative goal; ability to carry out intercultural communication, which involves knowledge of lexical units with national-cultural (ethnocultural) component, semantics and skills of their adequate use in situations of intercultural communication, as well as the ability to use background knowledge to achieve mutual understanding in situations of indirect and direct intercultural communication" [2:35]. In the direct interaction of partners, intercultural barriers between them are manifested as misunderstanding of the interlocutor, caused by different levels of communicators' intercultural competence. At the same time, as O. Sadokhin explains, communicative competence involves not only the grammatical correspondence of the language, but also acceptability of statements in accordance with the rules of interaction and behavior in a particular culture.

The emergence of a situation of misunderstanding involves two ways of overcoming intercultural barriers: the cessation of communication and its continuation after a series of necessary agreements. The way in which communicators assess the situation of communication and determine their attitude to each other will depend on the choice of how to overcome barriers. Intercultural barriers at the level of relationships in practice manifest themselves as misunderstandings, mutual mistrust, alienation. When personal life experience is used as a basis for communication, it can be completely unacceptable for a particular partner. In addition, as some researchers believe, in intercultural communication it is impossible to expect from a partner identical rules of conduct, which are determined by the characteristics of his/her culture. As a result, situations of insecurity arise during communication, for example, when using forms of greeting or forgiveness, apology and other common forms of behavior. For example, the Americans who spoke Japanese well and lived in Japan for some time, noted communication barriers caused by differences in "Western" and "Eastern" communication styles: the Japanese consistently developed expressions linearly, adhered to age or seniority,

and waited patiently until the interlocutor completes the statement; the Western culture representatives consider it perfectly normal to express their point of view at any time, to present counterarguments, to discuss, and to insist on their own. To overcome this type of intercultural barrier, scholars believe, it is necessary to have knowledge about cultural differences and the possibility of their appearance during communication. In such situations, it is necessary to take measures to make communicators be aware of these barriers and to show mutual interest in continuing the communication process.

Stereotypes have a great influence on the communication process. From the early 70's of the XXth century, a more detailed study of specific forms and types of stereotypes starts. However, stereotypes continue to be perceived as carriers of false information, which negatively affects the ability to be properly understood in the process of intercultural communication. As a result, such bias contradicts the main function of communication – to establish interaction between countries and ethnic groups, national groups, religious organizations in order to maintain the integrity of the world socio-cultural structure. It is clear that at the initial stage of communication quite a significant information load causes a certain protective reaction on the part of the brain in the form of appropriate stereotypes.

These are mechanisms for the formation of stereotypes, the basis for which is a person's tendency to accept the situation of a stranger, based on their cultural experience. However, it would be wrong to perceive the concept of "stereotype" only in a negative sense. Thus, being aware of the traditions and customs of another culture, a person can easily and much faster adapt to a new language environment. He will be free from misconceptions about the rules of conduct in a broad sense in an unfamiliar society; will not try to transfer their stereotypical standards of perception to the environment. However, in most situations, stereotypes lead to negative consequences in the process of communication, prevent the correct understanding of the motives of interlocutor's behavior, even with a sufficient level of language training. Thus, when communicating with native English speakers, for example, the Americans, especially if it is a common acquaintance, the Ukrainians, based on their own understanding of the correct model of behavior, may ask such a question as: "Did he earn a lot of money?", which is completely incorrect from the point of view of grammar as well as the rules of conduct in a given society. In the last resort, you can ask about a US

citizen's financial situation in the form: "Did he come out all right? / Did he do well?"

There are a large number of such examples that show the existence of real problems among the foreigners in trying to establish an adequate communication process. Thus, there is a transfer of certain laws of their culture to another, despite the fact that in a new society, completely different household stereotypes may function for us. That is, stereotypes are inherent in any culture, because they mature within the culture, and then influence the minds of people, hindering or helping to build interethnic contacts. In contrast to the levels, the types of intercultural barriers are determined by the presence in intercultural communication of the following main areas within which the interaction of communicators unfolds: language, ethnocultural, communicative and psychological areas. Based on this, O. Sadokhin also identifies four main groups of intercultural communication barriers: language, ethnocultural, communicative and psychological. Each species has its own characteristics, requiring appropriate ways to overcome these barriers. The linguistic aspect of intercultural communication has a complex structure and is represented by a variety of components (genre diversity, dialects, literary language, slang, etc.).

To achieve effective communication, it is necessary to choose from a wide range of means of communication that are acceptable for a particular communication situation. A person with inherent linguistic competence is able to use common language forms that are accessible and understandable to all those involved in intercultural communication. When participants have different levels of language competence, phonetic, semantic and stylistic barriers arise. The stylistic barrier of misunderstanding can destroy normal interpersonal communication. It occurs when there is a mismatch between the communicator's language style and communication situation or the language style and the current psychological state of the communication partner.

Thus, the scientific style of speech is inappropriate in resolving working moments with employees at the enterprise, or the official-business style of speech – in a situation of confidential conversation. The semantic barrier to comprehension is related to the fact that participants use different meanings of words. The reasons may be: limited vocabulary of one of the interlocutors; national, religious, social, cultural, psychological, professional, group and other differences; discrepancy between the language means used by the communicator and the language

resources of the recipient; individual characteristics of the recipient, especially the ability to operate with the language as a means of thinking.

In the process of intercultural communication, according to L. E. Orban-Lembrick, "the semantic barrier consists of different systems of meanings in the language of communication partners – thesauri" [6, p. 25]. Thesaurus is a plurality of semantic units with a given system of semantic relations, a linguistic dictionary of the language. The variety of meanings of words and the situationality of their use is a difficulty faced by speakers in the process of intercultural communication.

The researchers have estimated that, for example, the average American adult often uses 500 words, each with a meaning of 20 to 25. In the process of communicating with so many words, we have to distinguish 12,500 different meanings.

Semantically incorrect use of words can be illustrated by the following examples: Mr. Brown is keeping a stick in his hand (Mr. Brown holds a stick in his hand). Mr. Brown holds horses at the farm. As you know, the meaning of the verb "to keep" – to keep in possession, care, support. The verb "to hold" has a different semantic connotation – to hold (in hand), to keep from falling. There are similar examples in the Ukrainian language.

Polysemy (ambiguity) of the word "horn" contributes to the fact that the interpretation of this word differs in different conditions. For example, a peasant is more likely to interpret the word "horn" as "a solid growth on an animal's head", and a citizen in terms of the density of buildings, the word "horn" will be interpreted as "angle". The reason for this phenomenon is "the use of the same words by partners to denote different things, the differences between their thesauri", – says L. E. Orban-Lembrick [6, p. 26].

In the communication between a military man and an art critic, the use of professional terms can lead to a complete misunderstanding of communicators. Thus, we emphasize once again the need to form linguistic and cultural competence as the main means of overcoming the communication barrier. The barrier of phonetic misunderstanding arises from the communicator's use of slurred pronunciation at an accelerated pace or speech with a large number of parasitic sounds. One of the main reasons for this barrier (especially when perceiving a foreign language) is the underdevelopment of skills in perceiving a foreign language by ear. Phonetic barriers to perception arise due to incorrect pronunciation and incorrect division of morphemes, words, and sentences.

The difficulty of reproducing the sounds of the foreign language is due to some differences in the structure of the speech apparatus. These differences explain erroneous accentuations as well as confusion of words in phrases and sentences, which creates difficulty in understanding verbal information. Improper use of sounds (phonemes) in the flow of speech can lead to some misunderstanding and even misinterpretation of information on both sides. For example, in English, as in Ukrainian, there are cases in which words differ by only one phoneme: pen (pen) – Ben (male name Ben); cap – cab (taxi), etc. In colloquial speech, the nouns given in the examples are often confused: Could you catch a cab? Could you catch a cap?

Unlike language, ethnocultural communication barriers are based on ethnic, religious, social and cultural differences. Here the main reason is one communicator's lack of knowledge about the culture of another communicator. Barriers of this type are due to the peculiarities of mentality, spiritual values and stereotypes that are manifested in communication. Each subject of communication interacts with other people in accordance with the norms, traditions as well as perception of the culture of which he is a carrier.

The language of each nation reflects the world around it, reflects reality and creates its own picture of the world, specific and unique to each language and, accordingly, the people, ethnic group, language group that uses the language as a means of communication.

Overcoming the language barrier is not enough to ensure effective communication between people of different cultures. This requires overcoming the cultural barrier. There are so-called national-specific components of cultures, that is, what creates problems of intercultural communication.

The researchers emphasize that language does not exist outside of culture as a socially inherited set of practical skills and ideas. As one of the types of human activity, language is an integral part of culture, due to the set of results of human activity in various spheres of life: production, social, spiritual. However, as a form of functioning of thinking and, most importantly, as a means of communication, language is inseparable from culture.

At the same time, scientists emphasize, the concept of culture is not just certain cultural information communicated in the language. This is an integral feature of the language, inherent in all its levels and all branches. Thus, in the process of intercultural communication there are many problems, a number of difficulties, among which the language difference

is not the only one. Discrepancies in the perception of the world around the bearers of different cultures can lead to misunderstandings, conflicts. The ethnic specificity of the communicative behavior of other peoples is misinterpreted from the standpoint of their own culture.

Appropriate intercultural communication is impossible without acquaintance with the cognitive basis of the linguistic and cultural community in which the language of communication takes place. G. M. Andreeva distinguishes between communicative barriers of social and psychological nature. On the one hand, such barriers may arise due to a lack of understanding of: a) communication situations caused not only by the different languages spoken by participants in the communication process, but also by b) deeper differences, namely socio-psychological differences between the partners. Such barriers are caused by objective social reasons, the affiliation of communication partners to different social groups, and when they appear, the inclusion of communication in a broader system of common relations is particularly clear. On the other hand, communication barriers may be more psychological. They can occur either c) due to the individual psychological characteristics of those who communicate (eg, excessive shyness, secrecy etc.), or d) due to special psychological relationships that have developed between communication partners: hostility, mistrust of each other etc [1].

Having reviewed the various classifications of barriers, analyzing possible ways to overcome them, it should be recognized that the formation of linguistic and cultural competence, increasing the role of learning communication, communication between people of different nationalities can be achieved only with careful consideration of socio-cultural factors. Many years of practice of teaching foreign languages in isolation from the actual process of communication has led to the fact that the cultural aspects of the language appeared to be in the shadow remaining unclaimed.

There were some significant omissions in the teaching foreign languages in the post-Soviet space. As one of the most important and effective conditions for overcoming this shortcoming, experts see the expansion and deepening of the role of the intercultural component in the development of communication skills of communication participants. All the subtleties and the depth of the problems of interlingual and intercultural communication become especially obvious, and sometimes just conscious, when comparing

foreign languages with native ones, foreign cultures – with national cultures. The key issue in overcoming the urgent problem of overcoming barriers in the process of communication between people of different peoples and cultures is that languages should be studied in inseparable unity with the world and culture of the peoples who speak these languages. Teaching people to communicate (orally and in writing), teaching to produce, create, maintain communication, and not just understand a foreign language – is a major problem, complicated by the need for deeper and more thorough study of native speakers' worldview, their culture in a broad ethnographic sense, their way of life as well as national character, mentality etc.

The ability to use all linguistic means, styles of communication, unimpeded interaction and mutual understanding of the communicators is largely determined by the knowledge of social and cultural life of the community that speaks this language.

It is worth noting that now a very popular and extremely necessary is a modern scientific field, called "social psychology of difficult communication". It was formed on the border of sociology, psychology,

philosophy, ethnography, culturology and conflict. In a broad context, this field of knowledge explores current issues of communication and social interaction, namely difficulties, failures, barriers, conflicts etc. These are all types and forms of communication that cause destructive changes in the behavior of partners: the severance of contacts and termination of communication, low awareness of barriers to communication, inability or unwillingness to overcome them on their own. The parameters of the analysis are the degree, depth, intensity of expression of obstacles. Difficult communication is characterized by the continuity of contacts between partners; a certain degree of awareness of the participants of the interaction about the existing difficulties; search for reasons that complicate communication; attempts to overcome social-perceptual, communicative and interactive difficulties on their own.

It is impossible to determine all the scientific achievements on this problem within one article. But the need to find ways to reduce and overcome communication barriers in intercultural communication in the context of globalization is extremely relevant today.

References:

1. Андреева Г. М. Социальная психология. М., 1998. 432 с.
2. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації. К. : Довіра, 2017. 205 с.
3. Боброва С. П., Смирнова Е. Л. Основы теории коммуникации. Иваново : Иван. гос. энерг. ун-т, 2015. 123 с.
4. Культура взаимопонимания и взаимопонимание культур. Коллективная монография: В 2-х ч. Ч. 1. Воронеж : Воронежский гос. ун-т, 2014. 219 с.
5. М'язова І. Ю. Міжкультурна комунікація: зміст, сутність та особливості прояву (соціально-філософський аналіз) : автореф. дис. на здобуття ступеня канд. філос. наук: спец. 09.00.03 «Соціальна філософія та філософія історії». К., 2018. 18 с.
6. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія особистості і спілкування. К. : Либідь, 2014. 576 с.
7. Садохин А. П. Введение в теорию межкультурной коммуникации. М. : Высшая школа, 2015. 310 с.
8. Яшенкова О. В. Основы теории мовой комунікації: навч. посібник. К. : ВЦ «Академія», 2014. 312 с.

Жук В. А. ПОДОЛАННЯ БАР'ЄРІВ В МІЖКУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

У статті розглядається проблема подолання бар'єрів у міжкультурній комунікації. Проаналізовано різні типи бар'єрів, окреслено їх специфічні риси, причини виникнення та ефективні шляхи подолання перешкод міжкультурного спілкування. Акцентується потреба формування лінгвокультурної компетенції, що сприятиме ефективності міжнародної взаємодії.

У сучасному культурному просторі міжкультурна комунікація набуває великого значення, тому особливо важливим є досягнення взаєморозуміння і подолання перепон у різних сферах спілкування. В процесі комунікації в міжкультурному середовищі необхідно брати до уваги лінгвокультурні особливості представників різних країн, відмінності і різновиди яких можуть призвести до певних труднощів у взаєморозумінні, до так званих мовних бар'єрів. Актуальність порушеної проблеми зумовлена потребою формування лінгвокультурної компетенції особистості, що сприятиме ефективності мовної комунікації, подоланню різних видів комунікативних бар'єрів. Комунікативні бар'єри, які виникають в процесі міжкультурної взаємодії призводять до неефективного спілкування, мають певні передумови і причини, однією з яких є брак розуміння лінгвокультурних особливостей співрозмовника. Мета даної статті – розглянути види комунікативних бар'єрів, проаналізувати специфіку та причини виникнення, окреслити шляхи їх подолання. У загальному значенні бар'єри розуміють як проблеми, що виникають в процесі взаємодії, перешкоджають їй,

знижують її ефективність. До перешкод вчені відносять стереотипи, мовні помилки, різні здібності світосприйняття.

Проаналізовано різні типи бар'єрів, окреслено їх специфічні риси, причини виникнення та ефективні шляхи подолання перешкод міжкультурного спілкування. Акцентується потреба формування лінгвокультурної компетенції, що сприятиме ефективності міжнародної взаємодії. Оглянувши різні класифікації бар'єрів, проаналізувавши можливі шляхи їх подолання, варто визнати, що формування лінгвокультурної компетенції, підвищення ролі навчання комунікації, спілкуванню між людьми різних національностей може бути досягнуто тільки при чіткому врахуванні соціокультурного фактору.

Ключові слова: бар'єр, лінгвокультурна комунікація, перешкода, соціокультурний, культурний простір, компетенція, культура.

Попова Н. М.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Кузьменко Д. В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ЛІНГВОКОМУНІКАТИВНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ ІСПАНОМОВНОЇ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ

У статті досліджуються лінгвокомунікативні особливості сучасної іспаномовної Інтернет-реклами, які характеризують взаємодію мисленнєвих та мовленнєвих механізмів людської свідомості в процесі її сприйняття користувачами всесвітньої мережі; охарактеризовано стратегії впливу на цільову аудиторію за допомогою мовних одиниць різних функціональних рівнів. Шляхом кількісного аналізу встановлено та описано найбільш частотні лексичні, морфологічні та синтаксичні засоби, які в контексті інтерактивної взаємодії зі споживачем чинять вплив на раціональну та психо-емоційну сфери людської свідомості. Лінгвістичні методи суцільної вибірки, лінгвістичного спостереження, семантичного та контекстуального аналізів дозволили визначити особливості значення мовних одиниць, їх ціннісні властивості та оцінні конотації у відповідних комунікативних ситуаціях.

Заклична, інформативна, аргументативна стратегії та стратегії позиціонування, нагадування й оптимізації будуються шляхом використання значної кількості афективної та емоційної лексики, неологізмів та запозичень, яким властиве значення новизни, метафоричних перенесень, здатних характеризувати цілі фрагменти оточуючого світу. Поширеним є використання найвищих ступенів порівняння прикметників та прислівників, другої особи однини з метою зближення з адресатом, дієслів у наказовій формі, коротких і влучних висловлювань, здатних актуалізувати асоціативні зв'язки у свідомості реципієнта.

У статті встановлено характерні риси, які відрізняють іспаномовну Інтернет-рекламу від телевізійних та друкованих аналогів, що зумовлено особливостями спілкування в інтерактивному просторі та потребою вирізнятися поміж широкого інформативного потоку, властивого сучасній глобальній мережі. Підвищенню рівня ефективності Інтернет-реклами слугує поєднання невербальних та вербальних засобів комунікації, перші з яких здатні сфокусувати увагу адресата на мовному наповненні.

Ключові слова: рекламний дискурс, Інтернет-реклама, цільова аудиторія, рекламні стратегії, мовні одиниці, контекст.

Постановка проблеми. З розвитком новітніх технологій реклама перетворилася на один із найбільш поширених засобів комунікації, що має на меті вплив на масову свідомість та спонукає адресата до вчинення певних дій. Широке використання Інтернету як рекламодавцями, так і споживачами, розширило можливості впливу на громадську думку до небачених раніше меж. Сучасна глобальна Інтернет-мережа дає можливість оцінити та зібрати цільову аудиторію, користуватися можливостями семантичного пошуку для відслідковування потреб і вподобань споживачів, а також визначати найбільш впливові мовні засоби, що відповідають світоглядним переконанням користувача мережі, здатні вплинути на його емоційний стан та спонукати його до дії.

Тож, актуальність нашого дослідження визначається потребою визначення найбільш типових рис Інтернет-реклами, які характеризують взаємодію мисленнєвих та мовленнєвих механізмів у процесі її сприйняття користувачами всесвітньої мережі. Окрім того, зацікавленість лінгвістів у визначенні специфіки сприйняття світу носіями різних мов вимагає врахування рівня лінгвокультурної компетенції цільової аудиторії, зокрема для іспаномовної реклами, яка займає значну частку інтерактивного простору. Іншим важливим складником Інтернет-реклами є психологічний чинник [6, с. 12], який вимагає від мовознавців виокремлення тих мовних одиниць та контекстів, у яких вони здатні впливати та психо-емоційну сферу адресата та механізми їх функціонування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. За свою тривалу історію реклама пройшла кілька еволюційних сходинок: від інформування до умовляння, від умовляння – до вироблення умовного рефлексу, від вироблення рефлексу – до підсвідомого навіювання, від підсвідомого навіювання – до проєктування символічного зображення [6, с. 16]. Вивчення способів створення такого типу реклами стало об'єктом дослідження в значній кількості лінгвістичних праць, адже розуміння тонкощів використання мовних одиниць є важливим інструментом, дію якого можна спрямувати в потрібне русло, та важливим засобом комунікації в сучасному суспільстві. Дослідженню рекламного дискурсу як зразка комунікативно-прагматичної мовленнєвої поведінки присвячено праці М. Діас Орміго, М. Кабрера Помміц, Х. Вельйон Лаос. Британський лінгвіст Девід Крістал ввів термін «Інтернет-лінгвістика» та вивчає нові мовні форми та стилі, які з'явилися під впливом розвитку цифрового світу.

Описом лінгвістичних засобів рекламних текстів займалися К. Бове, О. І. Зелінська, М. М. Кохтєв, Дж. Н. Ліч, О. В. Медведєва, Д. Е. Розенталь. Лінгвопрагматичні дослідження Ю. Б. Корнева, Т. М. Лівшиц, І. П. Мойсеєнко, Ю. В. Сильвестрова, Е. С. Тернера спрямовані на встановлення механізмів взаємодії між адресатом та адресантом у процесі породження та сприйняття рекламного тексту. Особливостям когнітивного сприйняття модальності рекламних мовних засобів присвячено праці В. І. Охріменко, тоді як психолінгвістичні параметри рекламного дискурсу розглядають у своїх дослідженнях Е. Макгрегор, Ю. О. Сорокін, Є. Ф. Тарасов.

Оскільки структура мови дозволяє створювати нові смисли в процесі поєднання мовних одиниць та маніпулювати ними, одиниці морфо-синтаксичного рівня також відіграють важливу роль у рекламній комунікації, що відображено у працях О. І. Зелінської, В. В. Зірки, Є. П. Ісакової, Н. Л. Коваленко, Ю. Б. Корневої, О. В. Медведєвої.

Інтернет-реклама, що спрямовується на цільову аудиторію, характеризується також лінгвокультурологічною, гендерною та соціально комунікативною спрямованістю, що зумовлюють вибір певних мовних одиниць. Окрім того, вона поєднує в собі вербальні та невербальні засоби комунікації, що разом здатні формувати в свідомості адресата стійкий образ, який надовго запам'ятовується завдяки поєднанню інформації, отриманої різними каналами сприйняття [9, с. 43]. Тож, поглибленого вивчення вимагає поєднання прагматичних влас-

тивостей мовних засобів з особливостями інтерактивного середовища, яке безпосереднім чином впливає на їхні комунікативні властивості.

Постановка завдання. Метою нашого дослідження є аналіз лінгвокомунікативних особливостей іспаномовної Інтернет-реклами, а саме виявлення найбільш ефективних засобів впливу на свідомість цільової аудиторії та механізмів здійснення цього впливу. Об'єкт дослідження – іспаномовний рекламний Інтернет-дискурс, який має певні особливості у порівнянні із телевізійною та друкованою рекламою. Предмет дослідження – лексико-семантичні та морфолого-синтаксичні мовні одиниці, що здійснюють комунікативний вплив на адресата і слугують ефективним засобом активації механізмів пам'яті в людській свідомості. Матеріалом дослідження слугувала іспаномовна Інтернет-реклама, у якій рекламується 500 одиниць споживчих товарів та послуг, відібрана з іспаномовних web-сторінок методом суцільної вибірки.

Наукове дослідження ґрунтується на поєднанні різних лінгвістичних методів дослідження, що зумовлено багатогранністю об'єкта дослідження та необхідністю верифікації отриманих результатів. За допомогою методів суцільної вибірки та лінгвістичного спостереження було відібрано мовні одиниці з іспаномовної Інтернет-реклами, проаналізовано їх та співвіднесено з парадигмою вивчення рекламного дискурсу та Інтернет-дискурсу. Кількісний аналіз дозволив визначити частотність використання певних груп мовних одиниць у дискурсі, тоді як семантичний та контекстуальний аналізи дозволили виявити їх ціннісні конотації та емотивність. Психологічний аналіз у поєднанні з контекстуальним дозволили виявити мотиви використання певних мовних одиниць – лексем, морфологічних слівформ, типів речень – у рекламі, спрямованій на певну цільову аудиторію.

Виклад основного матеріалу. За підсумками дослідників мовних засобів впливу в рекламному дискурсі, а саме Ю. С. Бернадської, найбільш вживаною частиною мови при створенні реклами є дієслово, тому що воно символізує дію, динаміку руху, спонукає та закликає. За думкою дослідниці, використання дієслова в якості основної мовної одиниці рекламного повідомлення в півтора рази підвищує рівень запам'ятовування [1, с. 73]. Саме ця частина мови відіграє домінуючу роль у побудові різноманітних комунікативних стратегій у іспаномовній Інтернет-рекламі. Найпоширенішими з них є заклична, інформативна та аргументативна стратегії.

Заклична стратегія передбачає, що текст повідомлення буде динамічним, живим та легким, тому актуальним є залучення скорочених, ритмічних слоганів, використання службових частин мови, які надають дискурсу емоційності. Інформативна стратегія, що розрахована на широке коло споживачів, реалізується через інформування шляхом апеляції до інтересів адресата. У контексті інформативної стратегії використовуються стилістично нетривіальні мовні одиниці, що містять фактичну інформацію про продукт. Аргументативна стратегія вибудовується на логічному доведенні відповідності якостей продукту потребам адресата, формуючи осмислене ставлення до реклами. Вона реалізується за допомогою позитивно маркованих лексичних одиниць для оцінювання рекламованого товару, лексем із негативним конотативним значенням, порівняльних конструкцій, риторичних питань. Характерними мовними рисами є відсутність багатоскладових слів, вживання чисел, власних назв, професійно маркованої лексики.

Зважаючи на особливості комунікації в інтерактивному просторі, поширеними стають комунікативні стратегії позиціонування, нагадування та оптимізації. Стратегія позиціонування полягає у виділенні рекламованого об'єкта з-поміж подібних задля утвердження вже визначеного місця у конкурентній ієрархії, зміцнення його позиції на ринку. Увага адресата зазвичай акцентується на надійності, перевірності, хронологічній та фактичній зрілості об'єкту реклами, на що вказує вживання лексики зі значенням перманентності. Нагадувальна стратегія спрямована на утримання в пам'яті адресата інформації про торгову марку, товар, послугу шляхом багаторазового повтору різними засобами, часто із активним залученням невербальних елементів. Вербальними засобами вираження нагадувальної стратегії є власні назви, що номінують торгові марки; висловлювання, що виконують функції слоганів рекламної кампанії. Стратегія оптимізації полягає в удосконаленні інтенційного впливу рекламного повідомлення, подоланні несприятливих умов, необхідних для досягнення прагматичних цілей комунікації. Вона має на меті узгодження мови та картини світу адресанта і реципієнта шляхом спрощення, звуження тематики рекламного повідомлення, збільшення пізнаваності реклами, що вимагає певних лінгвістичних характеристик тексту [2, с. 117]: використання загальнозвуженої короткоскладової лексики, простих граматичних форм та називних речень.

Лексико-семантичні засоби. Зазвичай у рекламному тексті поширене використання емо-

ційно-оцінної та стилістично забарвленої лексики [4, с. 14]: *la forma perfecta, ubicación ideal*. Окрім того, задля створення відчуття надійності, якості та стабільності товару або послуги, нерідко вживається лексика зі значенням сталості, незмінюваності, перманентності: *a través de los años*. Інколи у рекламний текст додають лексику із негативним значенням, що викликає у людини неприємні асоціації та спонукає її шукати засіб боротьби із цими емоціями чи станами: *estrés, ansiedad, insomnio*. Дуже часто такий метод використовується у рекламі лікарських засобів, ліків, дієтичних добавок. Досить популярним є використання контекстуальних антонімів: *rendimiento máximo, precio bajo; calidad premium a un precio justo*. Рекламодавці користуються ними для опозиції, щоб акцентувати увагу на позитивній характеристиці товару.

У рекламному тексті з метою акцентування уваги розповсюджені метафори (*el sabor de vida*), епітети (*el rico sabor*), запозичені слова (*recibe un 50 % de descuento al hacer upgrade..., comprando tu ticket*). Зустрічається навмисна гіперболізація якостей товару – гіпербола (*¿no te parece la BOMBA?*) та її протилежність – літота (*a precios reducidos*), емоційні конструкції для відокремлення товару від загальної кількості, виділення з-поміж інших (*Son esos magníficos videos que ves en las redes sociales*). Також варто зауважити, що зазвичай у рекламному тексті використовується розмовний стиль мови: *¿Ah, sabes quién va más rápido que FLASH?* Нерідко у рекламному тексті застосовують риторичні запитання (*¿quieres algo mágico?*), які зазвичай використовують для імпліцитного вводу інформації [11, с. 74] або привертання уваги.

Морфолого-синтаксичні засоби. Аналізуючи приклади реклами в інтернеті, ми помітили тенденцію до використанню дієслів, що є характерною узуальною тенденцією іспанської мови. Проте, особливістю використання дієслів у іспаномовній Інтернет-рекламі є наказовий спосіб дієслова у другій особі однини (*disfrútalo, demuestra tu talento, pásate, prepara las maletas*), що слугує закликом до дії та впливає на емоційний стан реципієнта [12, с. 5]. Популярним є використання еліптичних речень задля загострення уваги споживача та економії часу (*Rendimiento máximo, precio bajo*). Подекуди зустрічаються складнопідрядні речення із припустимою, нереальною або можливою умовою: *Si vives online, éstos son tus hipotecarios*. Називні речення використовуються з метою швидкого, точного та лаконічного інформування реципієнта: *Lentas polarizadas. Protección total. Calidad premium*. У іспаномовній Інтернет-рекламі пере-

важають окличні речення, деякі із закликом: *¡Date prisa!*; *¡Las rebajas terminan en 24 horas!*; *¡Apúrate!*; *¡La oferta termina pronto!* Окрім наказового способу дієслова, у рекламі використовують дійсний, зокрема у комунікативній стратегії інформування: *Es hora de experiencias nuevas*. Вищий та найвищий ступені порівняння прикметників зазвичай намагаються сформулювати у свідомості адресата відповідне оцінне значення: *los mejores pasos*. З метою економії часу і простору також використовуються скорочення речень за допомогою математичних знаків та інших символів, що є привабливим візуальним ефектом в Інтернет-рекламі: *Vuelos+Hotel*. Інколи, задля мотивування адресата власним прикладом у рекламному тексті вживається займенник уо в якості присудка речення, слугуючи емпазою (зазвичай займенники-підмети пропускаються в іспанській мові [15, с. 212]): *¡Yo quiero!*

Таблиця 1

Частотність використання мовних одиниць у іспаномовній Інтернет-рекламі

Мовна одиниця	Частотність використання на 1000 одиниць
<i>Лексико-семантичний мовний рівень</i>	
Лексеми з позитивними конотаціями	740
Лексеми з негативними конотаціями	55
Емотивна лексика	750
Полісемантична лексика	170
Неологізми	130
Запозичення	190
Метафоричні порівняння	50
Фразеологічні звороти	7
<i>Морфологічний мовний рівень</i>	
Абстрактні іменники	312
Прикметники	370
Прислівники	55
Ступені порівняння прикметників та прислівників	120
Дієслова у наказовій формі	298
<i>Синтаксичний мовний рівень</i>	
Називні речення	612
Окличні речення	462
<i>Стилістичний мовний рівень</i>	
Тропи	296
Гіпербола	98
Літота	32
Риторичні запитання	205

Комунікативні особливості Інтернет-реклами. Іспаномовний рекламний Інтернет-

дискурс складається з використанням натхненних, мотивуючих, емоційних висловів (*Nunca es tarde para empezar a vivir la vida que queremos*; *Hay preguntas que da miedo hacernos porque ya conocemos la respuesta*), після яких рекламодавець наче пропонує допомогу у вирішенні проблеми шляхом використання його товару або послуги. Дуже популярним, улюбленим методом адресанта для привертання уваги реципієнта є емоційно забарвлені лексичні одиниці [13], які створюють атмосферу дому, традицій, навіюють спогади (*¡Siéntete como Papá Noel!*). Цим методом також користується компанія Coca Cola. Основа її реклами – емоції щастя, відчуття свята. Головна думка, яку намагається донести рекламодавець – «Хочеш бути щасливим – пий Coca Cola». Цього року компанія запустила рекламу із фразою: «*La Navidad es mágica cuando la compartimos*».

Реклама у соціальних мережах характеризується також тенденцією до повтору ключових слів, на яких зосереджено увагу: *Vuelve la Black Week*, *Black Monday*, *Black Tuesday*... Такий метод застосовується для утримання в пам'яті адресата інформації про торгову марку, товар, послугу шляхом багаторазового повтору рекламного тексту [3, с. 32]. Крім того, розповсюдженим є використання іменників та прикметників, що здатні позитивно характеризувати об'єкт реклами та інформувати споживача про його основні переваги (*cómodo*, *duradero*), зменшено-пестлива лексика (*calientito*), позитивна лексика зі значенням унікальності, винятковості, рідкісності (*único*, *auténtico*).

Рекламодавці обожають додавати ефект оригінальності, новизни, закликати до змін та експериментів у буденному житті, кидати виклик, використовуючи лексичні конструкції відповідного значення: *Es hora de experiencias nuevas*; *Firme en las raíces de la aventura*.

Характеристика цільових аудиторій. Варто зазначити, що реклама в Інтернеті завжди створюється з оглядом на свою цільову аудиторію. Для успішного запуску реклами кожен бренд мусить чітко розуміти на кого спрямоване його повідомлення. Розподіл цільової аудиторії відбувається за віком, географічними та демографічними показниками, психологічною характеристикою споживача та призначенням покупки. За останніми даними дослідників, найбільш активними користувачами мережі Інтернет є підлітки та аудиторія від 18 до 35 років [5, с. 8]. Саме ця вікова категорія найбільш активно купує товар в Інтернеті, тому найчастіше реклама спрямована на користувачів від 18 до 35 років.

Здебільшого це жінки, тому що процент чоловіків, які купують товари в інтернеті, набагато менший (*prepara tu cesta para rebajas, tendencias*). Серед жіночої аудиторії реклама часто націлена на домогосподарок (*renueva tu espacio*). Це може бути реклама кухонного обладнання з «*envíos hasta tu casa*». Головна мета домогосподарок – швидко, надійно, якісно, недорого, комфортно. В цілому, особливості рекламного тексту націленого на жіночу аудиторію – це використання прикметників, епітетів, метафор, емоційно-забарвленої лексики, емфатичних конструкцій (*nuevo PC con tecnología intel, energía verde*).

Чоловіча аудиторія рідше купує товари в Інтернеті. Для рекламного тексту цієї категорії характерна лаконічність, стислість, використання іменників, лексики із значенням надійності, престижу, професіональності, використання термінів, числових даних (*500 unidades a precios increíbles, máquina profesional*).

Інший підвид реклами націлено на молодь: активну, мотивовану до навчання, нових видів трудової діяльності. Це нерідко студенти або учні старших класів (*¡Gana tu beca! Codere Apuestas*), активні користувачі соціальних мереж (*música limitada para tus videos, la manera más fácil de hacer videos*). Для цієї реклами характерно використання дієслів у наказовому способі (*Demuestra tu talento en marketing digital*), використання літоти та гіперболи (*Rebajas hasta 75%. La propuesta mejor*), антонімів; заклик до активних та сміливих дій, до змін (*Vende tus servicios y tu marca personal*).

Реклама модного одягу за доступними цінами, нових моделей смартфонів, мовних курсів, сучасної літератури розрахована на підлітків, як основну цільову аудиторію (вони ухвалюють первинне рішення і передають його на розгляд непрямой цільової аудиторії – батьків) та на студентів. Її лінгвістична особливість – використання стилістичних засобів, а саме емоційно-забарвленої лексики, задля надання рекламному тексту емоційності, новітності (*para recorrer el mundo*), прислівників часу із значенням невиконаної дії (дія ще не відбулась), наприклад, «*ya*», «*aún*» (*¿Aún no has visto?*). Зацікавити підлітка або студента нескладно, якщо проаналізувати психологічні характеристики цієї групи споживачів [8, с. 80]. Зазвичай товар має бути модним, якісним та коштувати не дуже дорого. Можна зробити акцент на унікальності (*el unico, un auténtico par de calzado*), реклама має бути лаконічною та без зайвої інформації (*cómodo, duradero, realizado cuidadosamente en piel*).

Висновки. Отже, іспаномовна Інтернет-реklamний дискурс є складним і багатограним явищем, функція якого полягає швидше у «купівлі» клієнтів, ніж у продажу товару. Основна мета рекламодавця – зацікавити споживача, привернути увагу до товару або послуги, надихнути його на купівлю товару та зробити своїм постійним клієнтом. Використання майже всіх лексичних одиниць на всіх рівнях мови обумовлене саме цією метою. У процесі дослідження встановлено, що Інтернет-реклама на відміну від телевізійних та друкованих аналогів характеризується недосконалістю, оскільки через великий обсяг інформації в інтерактивному просторі та швидкість її зміни вона не проходить ретельну перевірку, та автори рекламного контенту, в цілому, не завжди приділяють увагу глибокому лінгвокомунікативному аналізу своїх текстів.

Основні особливості, які відрізняють Інтернет-рекламу від інших видів рекламного дискурсу – орієнтованість на конкретну цільову аудиторію, постійний контакт із споживачем, можливість впливати на широку аудиторію за межами своєї країни, налагодження емоційного зв'язку із покупцем за допомогою використання певних типів мовних одиниць, які мають викликати асоціації новизни, актуальності, унікальності у свідомості адресата та мотивувати його. Граматичними особливості інтерактивного рекламного дискурсу спрямовані на економію часу та простору, швидку мотивацію та наближення до адресата.

Установлено, що причиною переваги коротких текстів є комунікативна ситуація, у якій увага адресата частіше за все утримується лише на кілька перших секунд, за які він має зацікавитися інформацією, щоб натиснути посилання рекламодавця. Тож, ефективними методами комунікації є емфатичні конструкції, зміна порядку слів у реченні, у яких зменшено-пестливі форми, використання емоційно забарвленої лексики, збагаченої метафоричними перенесеннями та гіперболи впливають на емотивне або мотиваційне сприйняття цільової аудиторії. Поєднання вербальних засобів комунікації із невербальними, зокрема використання різних шрифтів, великих літер для написання цілого слова або тексту, різних кольорів, емотиконів, зображень, мультиплікаційних ефектів сприяють підсиленню та запам'ятовуванню конотативних та емотивних значень, актуалізованих у дискурсі.

У сучасній іспаномовній Інтернет-рекламі не застосовують римовані форми, проте часто вживають лексичні одиниці, які створюють асоціативний ряд у свідомості споживача. Зазвичай це атмосфера свята, традицій, родинного затишку, новизни

та змін. Іспаномовна Інтернет-реклама закликає до змін у буденному житті, що свідчить про велику потребу та бажання іспанців отримувати нові враження та емоції від життя, тоді як актуалізація рекламодавцями ціннісних асоціацій свідчить про

їхню важливу роль у свідомості народу. **Подальшими перспективами дослідження** є вивчення реклами в різних соціальних мережах та дослідження особливостей сприйняття рекламного тексту різними цільовими аудиторіями.

Список літератури:

1. Бернадская Ю. С. Текст в рекламе. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. 288 с.
2. Гулиева С. А. Роль ситуации в коммуникации. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 2021. Том 32 (71). № 3 Ч. 1. С. 115–120.
3. Іщенко Н. Г. Рекламний текст як форма соціального впливу. *Advanced education*, 2014. Вип. 1. С. 30–35.
4. Кравець Т. В. Український рекламний текст в прагмалінгвістичному аспекті. К. : Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2012. 25 с.
5. Македонова О. Д. Лінгвостилістична організація та прагматичне функціонування англійськомовного рекламного дискурсу: автореф. дис. ... к. філол. н. Запоріжжя, 2017. 19 с.
6. Мокшанцев Р. И. Психология рекламы. Новосибирск, 2007. 230 с.
7. Казакова Н. О. Просодичні засоби виділеності в рекламному слогані. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 2020. Том 31 (70). № 3. Ч. 1. С. 120–124.
8. Попова Н. М., Асфар А. Відмінності лексичних засобів актуалізації ціннісної складової національно-маркованих концептів у чоловічому та жіночому мовленні іспанців. *Південний архів (філологічні науки)*, 2018. Вип. 75. С. 79–82.
9. Попова Н. М. Поліапелятивність мовних одиниць у контексті синхронно-діахронного аналізу національної концептосфери Іспанії. *Science and Education a New Dimension. Philology*, 2018. VI (43), Issue 150. P. 42–45.
10. Рекламный дискурс и рекламный текст. М. : ФЛИНГА, 2016. 296 с.
11. Тищенко О. О. Комунікативно-прагматичний аспект грецької телевізійної реклами. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Перекладознавство та міжкультурна комунікація»*, 2017. Вип. 1. С. 72–76.
12. Jimenez Ruiz J. Lenguaje Publicitario. Nivel léxico semántico. Málaga: Universidad de Málaga. 2020. 10 p.
13. Hitesh B. Top 11 Important Features of Advertising that every Marketer should know. 2019. URL: <https://www.jeffbullas.com/best-small-business-marketing-channels/> (Дата звернення: 2.02.2019).
15. Vellón Lahoz J. La prefijación como estrategia de la persuasión publicitaria: de la neología a la argumentación. *Pensar la Publicidad*, 2012. Issue 101. Vol. 6 (1). P. 101–113.

Popova N. M., Kuzmenko D. V. LINGUISTIC AND COMMUNICATIVE CHARACTERISTICS OF MODERN ONLINE-ADVERTISEMENTS IN SPANISH

This article investigates the linguistic and communicative characteristics of modern online-advertisements in the Spanish language, which describe the interaction of mental and speech mechanisms of human consciousness in the process of users' global network perception; the strategies of influencing the target audience due to linguistic units of different functional levels have been characterized. Applying the quantitative analysis, we have chosen and analyzed the most frequent lexical, morphological and syntactic approaches that impact on rational, psychological and emotional spheres of human consciousness in the context of interactive engagement with the consumer. Linguistic methods of continuous sampling, linguistic observation, semantic and contextual analysis allowed determining peculiarities of language units' meaning in certain communicative situations which are appropriate for Internet-advertising.

Appealing, informative, argumentative, positioning, remaindering and optimizing advertisement strategies are built by using a significant number of affective words, positive connotations, neologisms and borrowings characterized by novelty, metaphorical transferences that can characterize entire fragments of the world. It is common to use the highest degrees of comparison of adjectives and adverbs, the second person singular in order to get closer to the addressee, verbs in the imperative form, short and concise statements actualizing associative series in recipient's mind.

The features that distinguish Spanish online-advertising from television and printed counterparts, provoked by the peculiarities of communication in the interactive space and the necessity to attract recipient's attention within broad information flow inherent to the modern global network, have been determined in the research. The combination of non-verbal and verbal means of communication, the first of which are able to focus addressee's attention on the language content, serves to increase the level of effectiveness of Internet-advertising.

Key words: advertising discourse, online-advertisements, target audience, advertising strategy, language unit, context.

Чистяк Д. О.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

МІФОПОЕТИЧНА КАРТИНА СВІТУ У ДРАМІ МОРІСА МЕТЕРЛІНКА «НЕПРОХАНА» (1890)

У статті проведено аналіз міфопоетичної картини світу у творі «Непрохана» (1890) визначного франкомовного бельгійського драматурга Моріса Метерлінка, який справив разючий вплив на розвиток драматичного мистецтва межі XIX – XX ст. Зроблено критичний аналіз досліджень міфопоетичного семіозису з виділенням перспектив, виявлено структурно-семантичні маркери міфологічної картини світу в художньому тексті, визначено семантичне навантаження й ієрархічність вербалізованих мовних структур у формуванні основних образних парадигм у драмі М. Метерлінка «Непрохана» з подальшою реконструкцією міфопоетичної картини світу. Виділено негативну семантизацію природного довкілля та атмосфери у садибі як міфічних дескрипторів комплексу Аїд (міфема Кипарис, Геката, Персефона, Еринії, Цербер), актанти Дядько, Батько та Дід, концепт НЕДОЛЯ. При цьому актанти Дід і Породілля постають медіаторами із небесно-божественним світом (метаобрази СВІТЛО, міфема Тиресій, Едип, Геката, Артеміда та Іліфія, вербалізований образ «місячний промінь») як актуалізатори метаобразної ізоморфії доби родового ладу СМЕРТЬ = НЕДОЛЯ та пізньоанімістичної метаобразної ізоморфії СМЕРТЬ = СВІТЛО (міфема Гекати, вербалізований образ «відчинені двері»). Водночас присутня семантизація поцейбічного світу як СВІТЛА (актант Урсула, образ «діва-провідниця», міфема Антигона, а також актант Немовля, архаїчний корелят дескриптора СВІТЛО). У тексті драми присутній такий міфопоетичний сценарій: перехід із позитивно маркованої міфічно конотованої метаобразної ізоморфії «СМЕРТЬ» у негативно марковану МКМОІ «ЖИТТЯ-СМЕРТЬ». Проведений аналіз засвідчує перспективність застосування його на ширші текстові масиви для виявлення структурно-семантичних закономірностей міфопоетичного текстотвірного ядра, що лежить в основі формування авторської міфопоетичної картини світу.

Ключові слова: міф, інтертекст, символізм, концептосистема, концепт, образ, картина світу.

Постановка проблеми. Проблема виявлення особливостей міфопоетичного семіозису залишається актуальним напрямком новітніх гуманітарних досліджень, зокрібно в царині постструктуралістської філології, коли розширилися межі наукового пошуку на суміжні наукові дисципліни. На особливу увагу реміфологізація заслуговує у сфері функціонування концептуальної картини світу, оскільки постає базою для нуклеарних структур художньої концептуалізації, включеної в широкі процеси культурного знакоутворення – міфологічну картину світу етносу в інтертекстуальній поліфонії, що генерує структурно-семантичний інваріант художнього текстотворення. Вироблена нами в попередніх розвідках [9; 10; 12] методика лінгвоміфопоетичного інтертекстуального аналізу концептуалізації застосована в цій статті на матеріалі всесвітньо відомого твору «Непрохана» (1890) франкомовного бельгійського письменника Моріса Метерлінка, адже саме цей знаковий текст привернув

увагу Лесі Українки для перекладу українською й став органічною частиною українського культурного семіозису в період розквіту модерністського художнього експерименту поч. XX ст. й подальших мистецьких пошуків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. М. Метерлінк залишив цінні концептуальні спостереження щодо міфопоетичної структури авторського символу, які згодом були частково ідентифіковані й розглянуті в дослідженнях сучасних метерлінкознавців виявити на рівні поодиноких міфічних дескрипторів та інтертекстом (праці Ф. Ван де Керкхове. Г. Компера, М. Декан, М. Куврер, К. Люто, М. Мазоччі Дольйо, Е. Стед, І. Шкунаєвої), що передбачає глибше дослідження для реконструкції єдиної міфопоетичної картини світу, актуалізованої у художніх текстах ранньої драматургії міфологічним інтертекстом. Поряд із тим слід зауважити, що саме драма «Непрохана» ще не була предметом спеціального лінгвоміфопоетичного аналізу вітчизняних і зарубіжних

дослідників, тому наша студія є першою спробою розгляду цього тексту в такому розрізі.

Формулювання мети і завдань статті.

Метою статті постає моделювання міфопоетичної картини світу у драмі М. Метерлінка «Непрохана» (1890) при досягненні таких завдань: проведення критичного аналізу метерлінкознавчих досліджень міфопоетичної концептуалізації з виділенням відповідних перспектив; виявлення структурно-семантичних маркерів міфологічної картини світу в художньому тексті на різних стадіях їхнього міфопоетичного реформулювання; визначення семантичного навантаження й ієрархічності вербалізованих мовних структур у формуванні основних образних парадигм у драмі М. Метерлінка «Непрохана» для подальшої реконструкції міфопоетичної картини світу.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Драма М. Метерлінка «Непрохана» вийшла друком у видавництві Поля Лякомблеза у 1890 р. з подальшими авторськими правками в ході перевидань у П. Лякомблеза у 1890, 1892, 1901, 1911 рр., а також в інших видавців (1901, Поль Деман у Брюсселі; 1918, Ежен Фаскель у Парижі). При записі п'єси нами використано коментоване видання драми 2009 р., за коментарями Ф. Ван де Керкхове [19] з урахуванням двох рукописного варіанту тексту автора (Ancienne Bibliothèque De Poortere (Льєж), Од. зб. № 28), а також попереднього начерку п'єси (Archives et Musées de Littérature (Брюссель): Од. зб. № MLT 998).

На першому етапі розробленої методики ідентифікації елементів міфологічного інтертексту у художньому тексті виявлено такі потенційні позитивно марковані міфологічно конотовані вербалізовані образи: «le vert», «une lampe allumée», «les étoiles» [19, с. 11], «les cygnes», «le clair de lune» [19, с. 15], «le grand-père qui distingue les grandes clartés» [19, с. 20], «la lampe qui palpète» [19, с. 30], «la clarté du dehors» [19, с. 31], «la clarté qui s'irru» [19, с. 35] та потенційні актуалізовані ними семантичні тотожності доби неоліту: ДОЛЯ = СВІТЛО (лампа, зірки, лебеді, місячне сяйво, світло), ВЕЧНА (зелень). Серед потенційно негативно маркованих міфологічно конотованих вербалізованих образів наявні такі: «un saule pleureur», «un vieux château», «une salle sombre», «une nuit humide et froide» [19, с. 11], «un enfant de cire» [19, с. 13], «un bois de cyprès», «quelqu'un» [19, с. 15], «les chiens qui ont peur» [19, с. 16], «une lampe qui brûle moins», «un grand-père vieux dans les ténèbres» [19, с. 19], «les souterrains» [19, с. 21], «la lumière éteinte» [19, с. 24], «la pâleur» [19, с. 28], «le vent

froid» [19, с. 31], «les gens enrhumés» [19, с. 32], «les feuilles qui tombent» [19, с. 34]. Серед потенційно актуалізованих ними семантичні тотожності доби неоліту фіксуємо такі: НЕДОЛЯ = ВОЛОГЕ (верба, ніч), ХОЛОДНЕ (вітер, ніч, пале листя), СТАРЕ (замок, дід), ТЕМНЕ (кімната, ніч, ліс, підземелля, згасла лампа, люди), НЕВИДИМЕ (хтось), НИЖНЄ (підземелля).

Другий етап полягає в інтертекстуальному зіставленні античних текстів із гіпертекстом, що дозволить виявити низку міфопоетичних дескрипторів, які функціонують у гіпертексті, а водночас стають медіаторами основних міфопоетичних концептів доби неоліту, а також низки пізньоанімістичних міфопоетичних концептів.

Згідно з одержаними даними у тексті драми чітко простежуються кілька інтертекстем, що їх можна зіставити з античними текстами-інтерпретантами міфу. Це актант L'Aïeul, серед ознак якого фігурують «aveugle», «étrange», «pas raisonnable», «fou», «seul dans les ténèbres» [19, с. 19, 20, 25, 26, 28, 30], серед дій – пророкування лиха своїй доньці («croit être pas bien», «croit être plus mal» [19, с. 25]), а також гостре відчуття дійсності, заказане іншим актантам («a entendu quelqu'un marcher», «distingue les grandes clartés», «a cru distinguer quelqu'un à la porte» тощо [19, с. 20, 22, 24]).

Через наявність у текстах спільної таксеми /сліпота/ можна припустити, що античними інтертекстами до «Непроханої» передусім виступатимуть трагедії Софокла «Цар Едип», «Едип у Колоні» та «Антигона». Інтертекстуальне зіставлення яскраво засвідчує зв'язки між актантом Дід і актантом Тиресій (сліпий провісник, який знає «toutes choses, permises ou défendues, ouraniennes et terrestres» [22, с. 71], але до якого не дослухається Едип, охрестивши того «aveugle des oreilles, de l'esprit et des yeux», «perdu dans une nuit éternelle», тим, кого «la vieillesse a rendu insensé» [22, с. 74-75]. Тиресій же пророкує цареві лихо, називаючи сліпим його («tu ne vois point de tes yeux» [22, с. 78]). Наприкінці ж трагедії «Цар Едип» однойменний актант осліплює себе і стає «enveloppé de ténèbres» [22, с. 127]. Відтак його донька діва Антигона веде сліпця до Колона, де перед самою смертю він спускається до Аїду, прозрівши (передсмертна репліка Едипа така: «Ô sombre lumière, qui étais à moi autrefois, tu touches pour la dernière fois mon corps!» [22, с. 217]).

Зв'язок між «Непроханою» й трагедіями Софокла – алюзивний і містить низку семантичних трансформацій, організованих довкола таксеми /сліпота/. Так, актантів Діда і Тиресія

єднає сема 'провіщення смерті, якій не ймуть віри', а Діда й Едипа – 'прозріння перед смертю' (Дід-бо зауважує, після пророкування смерті доньці: «Je sens que je ne vais plus vivre longtemps» [19, с. 27]) та 'пов'язаності з дівою-провідницею' (донька Едипа Антигона vs онука Діда Урсула, яка «l'encourage un peu trop, répond à toutes ses questions» [19, с. 20]). Водночас актантна опозиція Тиресій / Едип (варіант: Креонт у «Антигоні») замінюється опозицією Дід / Батько та Дядько. За характеристиками цих останніх, Дід, який зрячим був «raisonnable», осліпнувши, «n'y voit pas comme les autres» [19, с. 14], став «fou» (пор. епітет Тиресія «insensé»: тут спільна таксема /божевілья/). Актантна опозиція дозволяє співвіднести Дядька і Батька, яких Дід визначає як «râles», «morts», «enfermés» [19, с. 30] із актантом Едип (варіант: цар Креонт, «нерозумний» цар із трагедії «Антигона», за яким Тиресієм також закріплено означення «мертвий»: «un homme déjà mort» [22, с. 286]).

Розглянемо другу міфічну інтертекстему, перекодовану в античних текстах. Хронологічно смерть Породіллі збігається із такою дією: «un rayon de lune pénètre par un coin des vitraux <...> minuit sonne <...> il semble, à certains, qu'on entende, très vaguement, un bruit comme de quelqu'un qui se lèverait en toute hâte [de la table]» [19, с. 34]. Місяць у давньогрецькій міфології постає атрибутом зокрема таких богинь, як Геката, Артеміда й Семела. За спостереженням І. Дяконова, ці образи поставали атрибутами однієї матриархальної богині, що актуалізувала уявлення циклічної зміни життя / смерті [2, с. 150]. Так, Геката – «богиня мороку, нічних видінь і чаклунства» [4, с. 269], а також нічного полювання й вівчарства; Артеміда – покровителька лісів, мисливців, але також уособлює місяць і разом зі своєю служницею Іліфією допомагає породіллям [4, с. 107]. За «Теогонією» Гесіода, Зевс призначив Гекату «de commander sur la terre et sur la mer stérile <...> en a fait la nourrice de tous les hommes» [15, с. 16-17]. Атож, Геката «protège les couches des femmes» [18, с. 22]. Водночас відома інфернальна семантика образу Гекати: вона мешкає в підземеллі [16, с. 442], стає супутницею владарки Аїду Персефони [16, с. 454], відкриває двері до Аїду [1, с. 277]. Корелятом Гекати виступає Артеміда (та її помічниця Іліфія-Профірея), «gardienne des portes [qui] aide aux douleurs de l'enfantement» [15, с. 87].

У «Непроханій» «le clair de lune» вперше вживається поруч із «bois de cyprès» [20, с. 16], де

кипарис – символ жалоби (пор. міф про Кипариса в «Метаморфозах» Овідія). Невидимий актант Хтось лякає лебедів, солов'їв і собак, обсипає троянди, напускає холод до будинку, входить у підземелля (пор. вище підземелля як помешкання Гекати), піднімається до кімнати разом зі служницею, стоїть у дверях, сідає до столу, гасить лампу, обсипає листя і швидко піднімається з-за столу. Відома трансцендентна семантика лебедя (зокрема у Платона – атрибут Аполлона, який «prévoit le bonheur dont on jouit au sortir de la vie» [21, с. 249]), як і інфернальна конотація символу собаки (образ Цербера в міфологічному комплексі Аїд) і солов'я як атрибуту хтонічних богинь помсти Евменід в драмі Софокла «Едип у Колоні» [22, с. 140]. Асоціативні ж зв'язки типу СВІТЛО = ДОЛЯ, ХОЛОД = НЕДОЛЯ належать до семантичних тотожностей доби залізного віку. Троянда ж постає одним із атрибутів Гекати Χθονία, Потойбічної [13, с. 823]. Очевидна інтерференція між функціями Гекати й Артеміди. Епітет останньої «охоронниця дверей» [5, с. 87] перекодовується у дії – 'стояння у дверях' і 'відмикнення дверей'. Остання дія є модифікацією семи 'сходження до Аїду' [14, с. 314; 22, с. 125].

Оскільки інтретекстуальні зв'язки вважаємо очевидними, спробуємо перейти до ширшої семіотичної інтерпретації й вияснення глибших шарів міфічної семантики та їхньої реалізації у гіпертексті. Згідно зі слушною заувагою О. Фрейденберг, актант Старець-Сліпець є персоналізованою Смертю [8, с. 239]. У «Царі Едипі» Софокла такий зв'язок проектується в актанта Тиресія (віщуна Смерті), а також у Едипа (носій Смерті – винуватець мору у Фівах і вбивця батька та дружини). В «Едипі в Колоні» функцію віщуна Смерті бере на себе Едип. В «Антигоні» віщом Смерті знову постає Тиресій, а її носієм – Креонт. Вочевидь, саме з семантичного зв'язку доби неоліту НЕДОЛЯ = СТАРЕ постає спільна для Софокла і М. Метерлінка сема 'провіщення смерті' сліпим старцем і маркування тих, хто не йме віри (Едип, Креонт, Батько, Дядько) як «мерців» (варіант: «блідих», метафора смерті). Але Софокл подає авторське потрактування: сліпота фізична Едипа та Тиресія призводить до духовного прозріння, а сліпота духовна (в актантів Едип, Креонт) накликає смерть рідних (актанти Гемон, Антигона, Іокаста, Евридика, Породілля). В основі цих міфологем лежить амбівалентне відчуття опозиції СВІТЛА / ТЕМРЯВИ архаїчною людиною. Якщо для доби неоліту Смерть маркувалася негативно (її кореляти у Софокла –

СТАРЕ, ТЕМНЕ, ЧУЖЕ, НІЧ, МОРЕ, ЗАХІД, ПІДЗЕМЕЛЛЯ, що реалізуються у темі сліпоти, а також у локусі життя-смерть, конотованому як Аїд), то для доби анімізму СМЕРТЬ як перехід на НЕБО маркувалася позитивно (звідси – розуміння її корелята доби неоліту СТАРЕ та метафори смерті доби залізного віку – СЛІПОТА як СВІТЛА духовного в плані семантизації мотиву «прозріння перед смертю»). Натомість сема 'пов'язаності старця з дівою-провідницею' має підґрунтям контамінацію позитивного маркування ЮНОГО як ЖИТТЯ за доби неоліту із анімістичною тотожністю СМЕРТЬ = СВІТЛО.

Звернемося до аналізу міфічної семантики у другій інтертекстемі в текстах античних джерел-інтерпретантів міфу. За спостереженням О. Фрейденберг, у добу грецької класики «породілля називалася «оживленою», адже вона помирала і знову воскресала <...> жінка за аналогією із землею пов'язувалася зі смертю й померлими» [7, с. 88] (пор. образ «жінка = земля» у Ю. Лотмана [3]), а відтак ототожнювалася із богинею смерті. Це зокрема виявлялося в акті жертвопринесення жінок хтонічним богиням (відображення цієї практики стосовно культу Артеміді див. у трагедії Евріпіда «Іфігенія в Авліді» [14, с. 573–576]) для єднання з ними у вічному космічному житті. Звідси походить дія «сидіння [богині Смерті] при столі»: тобто «поїдання» офіруваної жертви – померлої породіллі. Відтак персоніфікаціями смерті у тексті постають міфеми Геката, Артеміда та актант Породілля, які інтегрують різну стадіальну семантику. Якщо для доби залізного віку була характерна негативна семантика Аїду («les ténèbres affreuses de la mauvaise mort» [16, с. 401]), що у свою чергу розвинулася із семантичної тотожності НЕДОЛІ = НИЖНЬОГО доби неоліту, то для пізнього етапу доби анімізму характерне ототожнення СМЕРТІ зі СВІТЛОМ (тут коріниться міфема Островів Блажених), а ЗЕМЛІ – із МОГИЛОЮ. Саме з останньою тотожністю пов'язаний епітет актанта Дитя «de сіге» [19, с. 13], що співвідноситься із образом «мерця-ляльки» [6, с. 125]: народження у цьому світі конотується як смерть у світі потойбічному, світлому.

Наступний етап передбачає інвентаризацію специфічних для гіпертексту на рівні міфічної конотації міфем і міфологем залізного віку, а також семантичних зв'язків доби неоліту та пізнього анімізму, медіаторами яких вони постають. Реконструкція рудиментів міфічної семантики інтертекстом в античних текстах-інтерпретантах

дозволяє ідентифікувати такі семантичні зв'язки. Негативно маркованими для доби родових зв'язків постають такі тотожності: НЕДОЛЯ = ТЕМНЕ («сліпі» актанти Дід, Батько, Дядько, міфеми Едипа, Креонта, образ «ліс кипарисів», міфема Кипариса, образ пса з міфемою Цербера), МІСЯЦЬ (актанти Породілля, Хтось і Служниця, міфеми Гекати, Артеміді, Іліфії), НИЖНЄ (образи «підземелля» та «відчинених дверей» з міфемою Гекати), СТАРЕ (актант Дід, міфеми Едипа та Креонта). Водночас наявні також у тексті позитивні семантичні зв'язки цієї ж доби: ДОЛЯ = СВІТЛО (актант Дід, міфеми Тиресія й Едипа), ЮНЕ (актант Урсула, міфема Антигони, актант Дитя). Водночас у тексті присутні рудименти пізньоанімістичних протоконцептуальних зв'язків СМЕРТЬ = СВІТЛО (актант Дід, міфема Едипа, актант Породілля, образи «місячний промінь», «відчинені двері», об'єднані міфемами Гекати, Артеміді й Іліфії). Саме одночасне функціонування у тексті позитивної семантизації ЖИТТЯ = СВІТЛА (як рудимент концептуальних зв'язків доби родового ладу) та СМЕРТІ = СВІТЛА (як маркер пізньоанімістичного світовідчуття) анулюють як позитивне, так і негативне маркування фіналу п'єси (смерть Породіллі).

Висновки і пропозиції. У тексті драми «Непрохана» міфічні структури виявлено на алюзивному рівні, однак їхня інвентаризація дозволяє реконструювати кілька міфічно конотованих метаобразних ізотопій міфопоетичної картини світу автора. Передусім ідеться про негативну конотацію природного довкілля та атмосфери у садибі як міфічні дескриптори Аїд (міфеми Кипарис, Геката, Персефона, Ерінії, Цербер), а також його мешканців – міфічно конотованих актантів Дядько, Батько та Дід як «сліпих» (міфеми Едип та Креонт, образ сліпоти як архаїчна метафора концепту НЕДОЛЯ). При цьому актант Дід, виступаючи носієм смерті (метаобрази СТАРЕ, ТЕМНЕ), постає також медіатором із небесно-божественним світом (метаобрази СВІТЛО, міфеми Тиресій, Едип, Геката, актант Хтось). Іншим медіатором із божеством (міфеми Геката, Артеміда та Іліфія, вербалізований образ «місячний промінь») виступає актант Породілля, смерть якої можна розглядати і як метаобразну ізотопію доби родового ладу СМЕРТЬ = НЕДОЛЯ (образи «плач дитини», дескриптор ВОЛОГЕ = НЕДОЛЯ), і як пізньоанімістичної метаобразної ізотопії СМЕРТЬ = СВІТЛО (міфема Гекати, вербалізований образ «відчинені двері»).

Водночас присутня семантизація поцейбічного світу як СВІТЛА (актант Урсула, образ «діва-провідниця», міфема Антигона, а також актант Немовля, архаїчний корелят дескриптора СВІТЛО). Таким чином, на міфопоетичному рівні тексту проєктуються три моделі образів – поцейбічний світ сліпців, конотований численними структурами Аїду, поцейбічний світ юних зрячих, а також світовідчуття потойбічного як СВІТЛА (пізньюанімістична семантика), медіаторами між якими постають актанти Дід, Породіллія і Дитя.

У тексті драми присутній такий міфопоетичний сценарій: *перехід із позитивно маркованої міфічно конотованої метаобразної ізотопії (МКМОІ) «СМЕРТЬ» у негативно марковану МКМОІ «ЖИТТЯ-СМЕРТЬ»*. Учасниками такого

ініціаційного шляху виступає актант, позначений метаобразом ЮНЕ – немовля-дитя Породіллі. З другого боку, в тексті драми наявний вектор спрямування актантів від взаємопроникних МКМОІ «ЖИТТЯ (+)» та «ЖИТТЯ (-)» до МКМОІ «СМЕРТЬ (+)», що характеризує такого актанта як *L'Accouchée*.

Таким чином, поетапне впровадження методики дослідження міфологічного інтертексту в художньому тексті на матеріалі драми М. Метерлінка «Непрохана» засвідчує перспективність застосування її на ширші текстові масиви для виявлення структурно-семантичних закономірностей міфопоетичного текстотвірного ядра, що лежить в основі формування авторської міфопоетичної картини світу.

Список літератури:

1. Античные гимны / под ред. А. А. Тахо-Годи. Москва : МГУ, 1988. 362 с.
2. Дьяконов И. М. Архаические мифы Востока и Запада. Москва : Наука, 1990. 248 с.
3. Лотман Ю. М. О мифологическом коде сюжетных текстов. *Сборник статей по вторичным моделирующим системам*. 1972. С. 86–90.
4. Мифы народов мира: Энциклопедия / гл. ред. С. А. Токарев. Москва : Советская Энциклопедия, 1980. Т. I: А–К. 672 с.
5. Франк-Каменецкий И. Г. Первобытное мышление в свете яфетической теории и философии. *Язык и литература*. 1929. Т. III. С. 70–155.
6. Фрейденберг О. М. Миф и литература древности. Москва : Восточная литература, 1998. 800 с.
7. Фрейденберг О. Поэтика сюжета и жанра: Период античной литературы. Ленинград : Художественная литература, 1936. 456 с.
8. Фрейденберг О. М. Слепец над обрывом. *Язык и литература*. 1932. Т. VIII. С. 224–244.
9. Чистяк Д. О. Міфопоетична картина світу в бельгійському символізмі. Київ : Радуга, 2016. 272 с.
10. Чистяк Д. О. Мова міфопоетичного космосу в українській та бельгійській символістській поезії. Київ : Саміт-книга, 2019. 608 с.
11. Шкунаева И. Д. Бельгийская драма от Метерлинка до наших дней. Москва : Искусство, 1973. 448 с.
12. Chystiak D. O., Mosenkis I. L. L'Intérieur et l'extérieur dans le premier théâtre de Maurice Maeterlinck. *Studii si cercetari filologice. Seria Limbi Romanice*. 2020. № 27. P. 58–73.
13. Dictionnaire des symboles / Edité par Jean Chevalier, Alain Gheerbrant. Paris : Robert Laffont, 1992. 1062 p.
14. Euripide. Hèkabè. Orestès. Les Phoinissiennes. Mèdeia. Hippolytos. Alkèstis. Andromakhè. Les Suppliantes. Iphigènèia à Aulis. Paris : Alphonse Lemerre, 1884. Vol. I. 611 p.
15. Hésiode. La Théogonie. Le bouclier de Héraklès. Les travaux et les jours. Hymnes orphiques. Les parfums. Théocrite. Idylles et épigrammes. Bion. Idylles. Moskhos. Idylles. Tyrtée. Odes anacréontiques. Paris : Alphonse Lemerre, 1869. 370 p.
16. Homère. L'Odyssée, Hymnes homériques et Batrakhomyomakhia. Paris : Alphonse Lemerre, 1893. 486 p.
17. Lutaud Ch. Le Mythe maeterlinckien de l'anneau d'or englouti. *Annales Fondation Maurice Maeterlinck*. 1978. T. XXIV. P. 57–119.
18. Lyriques grecs. Orphée. Anacréon. Sappho. Tirtée. Stésichore. Solon. Alcée. Ibycus. Alcmane. Bacchylide. Pindare. Théocrite. Bion. Callimaque. Synésius. Anthologie. Paris : Lefèvre et Charpentier, 1842. 602 p.
19. Maeterlinck M. Petite trilogie de la mort: L'Intruse. Les Aveugles. Les Sept Princesses / Edition établie et annotée par F. van de Kerckhove. Bruxelles : Luc Pire, 2009. 303 p.
20. Piettre M. Au commencement était le mythe. Bruges : Desclée de Brouwer, 1968. 272 p.
21. Platon. Euthyphron. Apologie de Socrate. Criton. Paris : Rey et Gravier, 1846. Tome 1. 325 p.
22. Sophocle. Les Trachiniennes. Oidipous-Roi. Oidipous à Kolônos. Antigone. Philoktètès. Aias. Èlektra. Paris : Alphonse Lemerre, 1877. 503 p.

**Chystiak D. O. MYTHOLOGICAL WORLDVIEW IN THE PLAY 'THE INTRUDER' (1890)
BY MAURICE MAETERLINCK**

The article deals with the reconstitution of the mythological level of the worldview in the early theatre of the well-known European French-speaking dramatist, Nobel Prize winner Maurice Maeterlinck based on his text 'The Intruder' (1890). This author became the key figure at the end of 19th century but also made a great impact on the literature of 20th century. The reconstitution revealed the peculiarities of French-speaking symbolist mythology in the fin-de-siècle semiotic context. A critical analysis of contemporary mythological studies of Maeterlinck's theatre was made with the elaboration of perspectives for further studies. The structural and semantic elements of the mythological worldview were defined in the text on different levels of their mythopoeic reformulating in order to explain their semantic peculiarities as well as their systemic hierarchy in the lexical symbolic system for the reconstitution of paradigms of images in the linguistic contexts to show the mythological worldview in the play 'The Intruder'. The negative semantics is represented by the mythical descriptors Hades (images of Hecate, Persephone, Erinies, Infernal Dog), actants Uncle, Father and Grandfather, concept BAD LUCK. Moreover, the actants Grandfather and Young Mother are characterized as mediators between the Upper World (images of LIGHT, myths of Tiresias, Hecate, Artemis, Iliphy, personifications of the Moon) as markers of the isotopy DEATH = BAD LUCK and late animistic isotopy DEATH = LIGHT (myth of Hecate, image of open door). Besides, the positive semantics of the Physical World as LIGHT is also present (actant Ursula, image of Maiden, myth of Antigone, actant Child correlated with the concept of LIGHT). The most important theme of the play is defined as the link between LIFE and DEATH with actualization of minor themes of relations between LIFE, DEATH and ETERNITY. The perspectives of the study are including the further analysis of the mythological peculiarities of the author's worldview by Maurice Maeterlinck in his other plays to define the general mythological worldview in his works in the context of French-speaking Symbolist conceptual worldview that could be compared with other national literary traditions in synchronic and diachronic perspectives.

Key words: myth, intertext, symbolism, conceptual system, concept, image, worldview.

ТЮРКСЬКІ МОВИ

UDC 94(=512.19:560)"1980/2000"

DOI <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2022.1-1/38>

Ablâtif R. M.

İvan Franko Lvivdeki milliyetçi üniversiteti

QIRIMLILARNIŇ TARİHİY VATANĖA KÜTLEVİY QAYTUVI DEVİRİNDE TÜRKİYEDEKİ QIRIMLILAR CEMİYETLERİNİŇ NEŞİR VE MEDENİY FAALİYETLERİ (80NCİ SENELERNİŇ SOŇU – 2000NCİ YILLARNIŇ BAŞI)

У статті досліджується та аналізується питання розвитку видавничої та культурної діяльності товариств кримли у Туреччині з кінця 1980-х років, тобто, з початку процесу повернення народу кримли з місць колишнього заслання на історичну Батьківщину – Крим, до початку 2000-х років, коли фактично припинилася масова репатріація кримли на територію України, а також вплив цього процесу на ці діяльності кримської діаспори Туреччини. На жаль, діяльність організацій кримської діаспори Туреччини, зокрема в інформаційній та видавничій сферах, залишається малодослідженою та потребує подальшого вивчення з боку українських дослідників.

Різноманітні аспекти діяльності кримських товариств Туреччини, зокрема діяльність засобів масової інформації, а також культурна та просвітницька діяльності, досліджували закордонні вчені Ф.Т. Айдин, А.М. Арабаджі, І. Ерсой, К. Карпат, Х. Киримли. Серед вітчизняних вчених можна виділити Е.М. Кантієву та Г.З. Юксель, які детально досліджували періодику як світової діаспори кримли різних історичних періодів, так й діаспори кримли у Туреччині.

Приділено увагу періодиці діаспори кримли у Туреччині, аналізуються причини та обставини її появи та розвитку у період, що досліджується. Наголошується на ролі засобів масової інформації та книговидавництва кримської діаспори Туреччини щодо формування інформаційної підтримки процесу повернення народу кримли до Криму як з боку самої діаспори, так й турецького суспільства загалом. Також приділено увагу культурній та просвітницькій діяльності турецьких громад кримли як фактору збереження їхньої самобутності та етнічної самоідентифікації.

Висновки. *Засоби масової інформації кримської діаспори Туреччини, що засновувалися під впливом процесу повернення народу кримли на історичну Батьківщину з кінця 1980-х – початку 2000-х років, а також книговидавництво та просвітницька діяльність, зробили значний внесок у соціальну мобілізацію кримської громади Туреччини, мобілізували її на надання моральної та фінансової підтримки процесу репатріації кримців з місць колишнього заслання до Криму.*

Ключові слова: *діаспора кримли, періодичні видання, книговидавництво, культура, Крим, Туреччина.*

Mevzunıñ meselesi. *Türkiyedeki Qırımlılar diasporası, 1783 senesi Rusiye İmperatorlığı tarafından Qırım Hanlığı topraqlarınıñ ilhaqından başlap 20-ci asırnıñ 40 senelerinde eñ soñ hicret dalğası olğance, eki asır boyunca adım-adım devam etti. Qırımlı olğan Amerikan tarihçisi Kemal Karpatğa köre, bu yıllar içinde bir millionğa yaqın Qırımlı muhacir zemaneyi Türkiye Cumhuriyetiniñ topraqlarına köçip keldi, onıñ içün*

bir qaç millionlıq Qırımlılar cemaatı peyda oldı [1, s. 244]. Birinci Qırımlı muhacirler Osmanlı Devletinde yerleşken vaqıttan itibaren, tarihiy Vatannen üzülmey şekilde bağı olğan muhacir medeniyetiniñ yır yaratacılığı, edebiyat, folklor tögerekleri ve ilâhre kibi bir tabaqası meydana kele. Lâkin, Qırımlılar diasporasınıñ medeniy ve neşir faaliyetleriniñ inkişafı meselesi ayrı alimlerniñ tetqiq mevzusu olıp qala.

Soñ tedqiqatlarınñ ve derclerniñ tahlili. Bu Türkiyedeki Qırımlılar diasporasınıñ faaliyet ceetini tefsilatlı tetqiq etken alimler arasından F.T. Aydın, H. M. Arabacı, O. Humeniuk, İ. Ersöy, K. Karpat, H. Qırımlını qayd etmek mümkündür. Ukrainalı tetqiqçilerden arsında E. Kangiyeva ve G. Yüksel hem dünya Qırımlı diasporanıñ devriy neşirlerni, hem de Türkiyedeki diasporanıñ KHVnı tafsilatlı şekilde tetqiq ete ediler.

İşbu maqaleninñ maqsadı Türkiyedeki Qırımlılar cemiyetleriniñ medeniy ve neşir faaliyetleriniñ inkişafını 1980 seneleri soñundan 2000 senelerniñ başına qadar, yani sabıq sürgünlük yerlerinden tarihiy Vatanğa Qırımlılarınñ kütleliy qaytuvına qadar ve ayrıca, cemiyet faaliyetleriniñ bu esnasqa tesir etüvi, faaliyetleriniñ esas ceetleri, Qırımlı cemiyetlerniñ yönelişleri, maqsatları ve vazifelerini tetqiq etüvden ibaret.

Metinniñ esas qısımlı. Belli olğanı kibi, bugünkü künde Türkiyede medeniy ve qarşılıqlı yardım cemiyetlerine birleşken hem de dünyada eñ büyük sayılğan Qırımlılar diasporası yaşay. Türkiyede Qırımlılarınñ kütleliy sürette yaşağan bir qaç rayonları bar – bu Ankara, Polatlı, Eskişehir, Bursa, Konya etraflarıdır. Bugünkü aňlayışımızğa köre, Qırımlılarınñ ilk ocağı – 1952 senesi *Kırım Türkleri kültür derneği* olaraq İstanbulda qurulğan [2]. Birinci Qırımlı cemiyetleri tamam böyle Qırım medeniyet ve folklor ocaqlarını kibi qurula edi. 1955 ve 1972 seneleri qurulğan Ankara ve Eskişehirdeki cemiyetler de şöyle oldı. Ankaradaki “*Kırım Türkleri kültür ve yardımlaşma derneği*” nizamnamesiniñ 3-ci maddesinde faaliyet sahaları olaraq şunlar sıralanmaqta: *Kırım Türkleriniñ* tarih, müzik, sanat, folklor, edebiyatını teşviqat ve inkişaf ettirmek. Kitap, mecmua, gazet ve risaleler neşir etilüvi haqqında 4-ci maddede söz yürsetilmekte. 5-ci maddesi her türlü siyasiy faaliyetlernen oğraşmaqnı yasaq ete [3].

Bu üç teşkilattan zımaneviy Türkiyede bugün muvafaqiyetnen çalışqan Qırımlı cemiyetlerniñ pıtaqlı sistemasınıñ ilerilemesi başlandı. 1990 yıldan başlap, itibarlı Türk siyasiy erbabı A. İ. Qırımlı [4] Ankaradaki cemiyetniñ başı olğanda, bu ocaq etrafında mevcut olğan teşkilatlar toplanmaq ve yañı cemiyetler peyda olmaq başladılar. Bugün, *Kırım Türkleri kültür ve yardımlaşma derneğine* (KTKYD) Türkiyenin şehirleri ile Avropa ülkelerinde faaliyet köstergen 27 bölük ve 8 vekâlethane kire. Bu büyük bir “şemsiye” teşkilâtından ğayrı, ülkenin farklı şehirlerinde daha 13 mustaqil Qırımlılar cemiyeti ve vaqıfları çalışmaqta. Bu teşkilatlarınñ arasında Eskişehir, Polatlı ve Kocaeli cemiyetleri ile İstanbuldaki *Emel Kırım Vakfı* eñ itibarlı

soyları dep sayıla. Olarnıñ nizamnamesindeki esas maqsat – Qırımlılarınñ medeniyet ve folklorını inkişaf ettirmek ve bu maqsatlar olarnıñ adlarında da akis olunmaqta. Belli bir derecede, bu Türkiyede 2000 senelerge qadar hüküm sürgen harbiy-siyasiy rejim ile bağılı edi. Şu rejim zamanında her içtimaiy-siyasiy hareket ciddi sınırlanıp, mahsus hizmetlerniñ sıqı nezareti astında buluna edi. Qısmen, bu Türkiyedeki Qırımlılar cemiyetleriniñ faaliyetleri haqqında malumat toplamı ne sebepten böyle sınırlı olğanını köstere. Olar faaliyet köstergen bütün sahalarınñ tetqiq etilmesi için Qırımlılar diasporasınıñ erbablarından, hususan, cemiyet ve vaqıflarınıñ sabıq ve hal-hazırda çalışqan yolbaşçıları, şura azaları, diasporanıñ devriy neşirleriniñ muharrirlerinden intervyü alındı. Bu sebepten, 2018 senesi boş ayınıñ 15-nden itibaren 2019 senesi saban ayınıñ 6-na qadar Ankara, Bursa, Eskişehir, Nevşehir, Polatlı, İstanbul ve Kıyiv şehirlerinde diasporanıñ belli 18 erbabın körüşüv ötkerildi. Tetqiq maqsadına irişmek için, tetqiq etilgen devir zarfında çıqqan Qırımlı cemiyetlerniñ *Emel* (İstanbul), *Kırım Postası* (Eskişehir), *Kırım Bülten* (Ankara), *Kalğay* (Bursa), *Kırım* (Ankara) mecmuaları kibi devriy neşirleriniñ mundericesi de tahlil etildi.

1980 senelerniñ başında Qırımlı cemiyetleriniñ faaliyet sahalarınıñ esas yönelişleri folklorını öğrenüv ile teşviq etüv çerçivesinde ilk-evelâ, Qırım halq türkileri ile oyunlarını öğrenüv, *Tepreç* ya da *Çibörek Günü* kibi folklor bayram ve tedbirlerini keçirüv oldı. 1990 senelerniñ ortasından başlap Qırımlı cemiyetler öz devriy neşirlerini ve Qırım mevzusına bağışlanğan kitaplar bastırıp çıqarmağa başlay.

1980 yıllarınıñ soñundan başlap – 2000 yıllarınıñ başına qadar Türkiyedeki Qırımlı diasporanıñ medeniy ve neşir faaliyetleriniñ inkişafı ayırılmaz şekilde Qırımlılarınñ sürgün etilgen yerlerinden tarihiy Anavatanına qaytuvınan bağılıdır ve bu esnas haqqıqaten 1987 senesi Qırımlılar milliy hareketi faalleriniñ Moskovada ötkergen kütleliy narazılıq numayışlarından soñ başlana [5, s. 95-96]. Sovet hükümetinden eyilik beklemek boş bir ümüttir, amma Vatanğa öz küçünen qaytmaq kerekligini aňlamaq – Qırımlılar milliy hareketiniñ Moskovada keçirgen tedbirlerler neticesinde çıkarılğan eñ mühim hulâsadır. 1980 senelerniñ başında Qırımlılarınñ avdeti hem Türkiyedeki Qırımlılarınñ milliy öz aınıñ coşqun inkişafına, hem de teşkilatlanğan diaspora hayatına küçlü ve duyğulu itev berdi. Bir çoq Qırımlılar cemiyetleriniñ meydana ketirüv devri tahlil etilecek olsa, olarnıñ temeli atılğan vaqtı 1990 senelerge doğru kelgenini, yani avdet etkenler ve Qırımğa qaytuv için milliy hareket faallerinen

qurulğan birinci bağlar zamanına ve Türkiyeye soñ derece qıym içtimayi-iqtisadiy ve siyasiy şaraitler haqqında haberler kelip başlağanında olğanını körmek mümkün.

O vaqıtta Osmanlı Devletiniñ toprağına 1783 senesi Qırımniñ ilhaqı zamandan itibaren hicretniñ ilk dalğasından başlap, Qırımlılarınñ bir çoq nesilleri Türkiyede doğdı ve terbiye aldılar, hem de Türkiyeni öz vatani dep saymağa başladılar. Türkiyede yaşağan Qırımlılar olarnıñ dedeleri devlet quruluşına büyük hisse qoşqanları içün gurur duylar, çünki olar Balkan cenklerinde, Çanakkale muharebesinde, hem de *İstiklâl Harbinde* uruştılar. Böyleliknen, Eskişehir Qırımlılar cemaatçılığı 2008 senesi vefat etken ve Birinci cihan cenki hem de *İstiklâl Harbinin* eñ soñ iştirakçısı olğan 115-yaşındaki doğma Qırımlı Yaqup Satar adinen pek gururlana ediler [6]. Elbette, Türkiyedeki Qırımlılarınñ milliy öz aña olar yaşağan içtimayi-siyasiy şartlar, şu cumleden Osmanlı Devleti ve Türkiye Cumhuriyeti hükümetleriniñ siyasetleri de tesir etkendir. Bir taraftan, Qırım Hanlığının ilhaqından soñ sığınacaq tapqan Qırımlılar olsun Osmanlı Devleti, olsun Türkiye Cumhuriyeti bütün tebaalarınıñ haq-huquqlarından faydalana ediler, diger taraftan ise, Qırımlılar tilini içtimaiy hayatta qullanuvı ya da Sovet Birliğinde yaşağan semetdeşleriniñ meselelerini añuvı imkânsız ola edi. Bu sebepten, olarnıñ çift kimligi bar dep aytmak mümkündür: bir taraftan, olar etnik Vatanı – Qırımnıñ üzviy bağli olalar, ikinci taraftan, özlerini Türkiye vatandaşları ve büyük Türk Dünyasınıñ bir parçası dep sayalar. Türkiyedeki Qırımlı cemiyetleriniñ bütün faaliyet sahalarında bu ekilik körünip tura. Şöyle ki, Qırımlı ya da Qırımtatar ibareleri yerine “*Kırım Türkleri*” ıstılası qullanıla, Qırımlılarınñ ana tiline dair olaraq ise – *Kırım Türk lehçesi* (yani, “Türk tiliniñ Qırım şivesi”) dep aytıla.

Keçken asırnıñ 80 senelerindeki Türkiye cemiyetini liberalleşüv ve modernleşüv devri dep tavsirlemek mümkündür. Professor Hakan Qırımlığa köre, bu vaqıtta esasen köylerde toplu yaşağan, öz dedeleriniñ arhaik tilini saqlağan ve ekseriy allarda hatta Türkçe bilmigen Qırımlılar daha ziyade köçüci ve içtimaiy şekilde faal oldılar. Bundan ğayrı, çalışmaq maqsadinen yapılğan köçüvler neticesinde ehali hep qarışıp kete: Qırımlı yaşlar oqumaq ve çalışmaq içün büyük seherlerge kete, olarnıñ yerine köy hocalığinen oğraşmaq maqsadinen başqa millet vekilleri kele ediler.¹

Dünyanıñ globalleşüvi ve Türkiyedeki cemiyetniñ liberalleşüvi şartlarında Qırımlı cemaatlar öz gençleriniñ beñzeştirüvi meselesine oğradılar. Öz

cemaatını qorumaq içün olar hareket etmege mecbur qalalar [7, s. 62]. Bu meseleni mürekkepleştirgen unsur da şu ki, işbu tehlikeli ceryanlar birleşken til ve din mühitinde keçe edi, çünki Türkiye Cumhuriyetiniñ resmiiy siyasetine binaen, yekâne bir resmiiy til ile yekâne Türk milleti mevcut edi ve tek Hristianlar ile Museviyeler azlıqları olaraq tanılgan edi.

Şunıñ içün, Qırımlı cemiyetleriniñ liderleri beñzeşüv ceryanlarına qarşı qullanmaq istigen medeniy faaliyetiniñ inkişafı esas aletlerden biridir. Yaqın keçmişteki Qırımlı diasporanıñ liderleri haqqında söz yürsetecek olsaq, Türkiyede zımaneviy Qırımlı cemiyetleriniñ temelini qoyğan bir qaç meşhur Qırımlılar milliy hareketiniñ erbablarını añıp keçmek mümkündür. Bugün Türkiyede yaşağan Qırımlılarınñ liderleri ile faalleri işte hususan olarnıñ eserlerine esasında terbiyelengendir. İlk-evelâ, bu Noman Çelebicihanıñ safdaşı, sabıq Qırım Halq Cumhuriyetiniñ harbiy naziri Cafer Seydahmet (1889–1960), “Emel” mecmuasınıñ tesisçisi, abulqat Müstecib Ülküsal (1899–1996), tetqiqatçı İsmail Otar (1911–2005), horeograf ve folklorcı Şevqiy Bektore (1888–1961), sabıq Türkiye naziri ve parlament mebusı Ahmet İhsan Qırımlı (1920–2011) olalar.

O devirde Türkiyedeki Qırımlı cemiyetleri medeniy hareketiniñ sahaları: folklor bayramları, qavmiyet tedbirleri, Qırım tarihi ve medeniyeti dersler, seminarlar, konferanslar, konserler, ana tili kursları, halq oyunlar ve yır töğereklerinden ibarettir.

Umumtürkiy Hıdırlız Bayramından soñ qayd etilgen türkiyeli diasporanıñ eñ mühim ananeviy bayramlarından biri *Tepreç* ola ve cemiyetler bu bayramnı Qırımlılar toplu yaşağan İstanbul, Bursa, Eskişehir, Polatlı kibi yerlerde qayd ete ediler [8]. Adet-üzre, *Tepreç* özüne has olğan şekilde ötkerilmeden bir qurultayğa çevirile, çünki Türkiyeniñ çeşit-türlü köşelerden yüzlernen kelip qoşulğan Qırımlı qorantalarınñ vekilleriden ğayrı, tış memleketlerde yaşağanlar da keleler. *KTKYD* İstanbul bölüğiniñ başı Celâl İçten, böyle tedbirlerge olarnıñ 7–8 bin semetdeşi toplana edi dep hatırlay.² *Tepreçte* hakimiyet vekilleri ve siyasetçileriniñ mecburiy iştiraki Türkiyede Qırımlı cemiyetiniñ yüksek itibar sahibi olğanınıñ bir delil ola: nazirler, valiler, seher başları, parlament mebusları, siyasiy fırqa liderleri mıtlaqa kele ediler [9, s. 13–14]. Afsus ki, ilk başta Ukrain diplomatik vekâlethaneleri Türkiyedeki Qırımlı diasporasını körmemezlikke urdılar, çünki Ukrain Devleti Qırımlılarınñ özü diasporası kibi tanımay edi. Birinci Ukrain diplomatları türkiyeli Qırımlı tedbirlerge 1999 senesinden, yani Ukraina Cumhuriyet Yolbaşçısına bağli Qırımtatar halq

¹ H. Qırımlı ile intervyyü, Ankarada 14.12.2018 yazıp alındı

² C. İçten ile intervyyü, İstanbulda 15.01.2019 yazıp alındı

vekilleriniñ şurası peyda olğandan soñ ziyaret etip başladılar. Lâkin *Tepreç* tantanasınıñ hasiyeti temelli olaraq tek eglence ve semetdeşlerniñ körüşüv yeri olğanından ğayrı, 1980 senelerden soñ vatanperverlik ve milliy mana qazanuvı neticesinde deñişip başladı. *KT KYD* sabıq başı Tuncer Kalkay hatırlavlarında: “Esasen, yaşlar bara ediler. 100–150 kişi. Adamlar bir-birinen içkisiz tanışqanlarını istey edik. Kelgen insanlarğa Qırımtatar milliy ğayesini añlatmaq istey edik. ... Biz Qırım haqqında laf ete edik, hatta bunen bağlı yarışlar teşkil ete edik... Milliy timsallerge diqqat celp ete edik. Daha evel adamlar içe ve oynay ediler. Qırımnı kimse aqlına bile ketirmey edi. Tek eglene ediler. Biz ise Qırım halq yırlarını, milliy türkülerini ve şiirlerni sayladıq” dey [7, s. 304, 308]. Professor H. Qırımlı: “Bu devirde köylüler türkçe bilmegeni içün, ana tilinde laf ete edi, Qırım haqqında hiç bir şey bilmey, Qırımnı añmay ediler. “Ne yerlisiñiz?”, degen sualge: “Romanyalı ya da Balkanlardanmız”, dep cevap bere ediler. Añlatıp izah eterek pek büyük iş yapmağa mecbur qaldıq”, dep hikâye ete.³

Cemiyet azalarını birleştirmek, milliy birdemlikke qoltutmaq, Vatanğa qaytqan ve qıym şaraitlerde yerleşmege ıntılğan Qırımdaki semetdeşlerge yardım etmek içün hayırseverlik tedbirlerini ötkerüvnen bağlı qavmiyet tedbirleri de bu vaqıtta ananeviy tedbirlerge çevirildi. Bu sebepten cemiyetler muntazam sürette söz kelimi, *Kırım Gecesi* [10, s. 61] yoqsa *Çibörek Günü* [11, s. 15] kibi tedbirler keçire ediler. Para toplamaq maqsadınen misal olaraq “Qırım içün ilâclar” ya da “Qırımda balalar ölmesinler” hayırseverlik kampanyaları çerçevrsinde böyle tedbirler sıq-sıq ötkerilip tura edi.

1991 senesinden itibaren yani aslında Ukraina mustaqilik qazanğan vaqıttan başlap, Qırımlı milliy hareket vekilleri, soñradan Qırımdaki icadiy kollektivler de, diaspora teşkil etken tedbirlerinde iştirak etip başladılar [12, s. 60]. Qırımdan kelgen ihtisasiy sanatkârlar ya da folklor ansamblleriniñ iştiraki *Tepreç* ile diger beñzer tedbirleriniñ ayrılmaz bir qısmı olıp qaldı. Tarihiy Vatandan kelgen yırcılar ve oyuncılar tedbirlerini ziyade zenginleştirüvi ve milliy gönüldeşlikniñ pekitilüvine hızmet etkeninden ğayrı, Vatanda bütün halqnen beraber yerleşken Qırım sanatkârlarına hem maddiy, hem maneviy yardım köstermek kibi başqa maqsatnı da közete edi [13, s. 43]. Qırımdaki *KT KYD* vekili İsmet Yüksel, *Türk Hava Yolları* ile cemiyetniñ Türkiyege Qırım sanatkârlarını imtiyazlı şartlarda taşıluvı içün tizilgen mahsus añlaşması bile bar edi, dep hatırlay.⁴

³ H. Qırımlı ile intervyü, Ankarada 14.12.2018 yazıp alındı

⁴ İ. Yüksel ile intervyü, Kıyivte 01.03.2019 yazıp alındı

1980 yıllarnıñ soñu – 2000 yıllarnıñ başında istisnasız bütün Qırımlı cemiyetleriniñ mecburiy tarzda tarihiy Anavatanda olıp keçken vaqialarını qayd etüv çerçivesinde Sürgünlik yerlerden qaytqan öz milletinen olğan maneviy gönüldeşlikni kösterüv ehemiyetli alâmetlerden biri olıp qala. Türkiyeli semetdeşleriniñ diqqatını Qırımgâ avdet etkenlerniñ meselelerini celp etmek ve yardımğa çağırmaq maqsadınen tedbirleriniñ teşkilâtçıları her fırsattan faydalanmağa hareket ete. *Kırım Gecesi* kibi tedbirler esnasında hayırseverlik tedbirlerini de sıq-sıq ötkere ve toplanğan aqçalarını yardım olaraq Qırımda yaşağan yurtdaşlarına yollay ediler [14, s. 47].

Adet-üzre, öz cemaatınıñ azaları arasında cemiyetlerbilgitarqatuvı kibi büyük bir işnen oğraşalar. Olar ilk-evelâ, gençlerni zengin Qırım medeniyeti ve tarihinen, Türk Dünyasınen de tanıştırmğa ğayret köstereler. Böyleliknen, *KT KYD* İstanbul bölügi tarafından çoq yıllar devamında teşkil etilgen Cuma konferensları haqqında Türkiyede pek yahşı bileler. Meşhur alim ve tetqiqatçılar, Qırım asıllı “Hocalarınıñ Hocası” Professor Halil İnalıcık ya da Professor İlber Ortaylı, Qırımnen bağlı dersler bermege razı oldılar. Bundan da ğayrı, Vatanğa qaytqan Qırımlı halqnıñ avdetine qoltutuv, olarnıñ haq-huquqlarınıñ tüklenüvi oğrunda mucadele kampanyalarınıñ mühim bir parçası olaraq çoqta-çoq konferans, seminar, dersler ve haber kampanyaları, çeşit-türlü tedbirler ötkerile, kütleli haber vastalarında Qırımlı diaspora erbabları sözge çıqalar [15, s. 36].

Yaşlarnı milliy ruhta terbiyelemek, Qırım medeniyet ve ürf-adetlerine aşılamaq içün bir çoq cemiyetler çerçivesinde çalışqan halq oyun ve yır taqımlarınıñ açılıvı da mühim bir rol oynay. Türkiyedeki Qırımlı diasporalar ötkergen tedbirlerde iştirak etken Eskişehir ve Ankara folklor taqımları özleriniñ icra etüv ustalığınen bilhassa ayrılıp tura ediler. Bu ansambller bir sıra Qırımlı faallerniñ nesilleriniñ yetiştirilüvinde bir nevi mekteplerge çevirildi demek mümkün. Meselâ, diasporanıñ belli erbabları, sabıq *KT KYD* başı Tuncer Kalkay, onıñ qardaşı, *KT KYD* şura azası Tuncay Kalkay ya da “*Kırım Bülteni*” muharriri, qadın-qızlar hareketiniñ faali, Oya Deniz Şahin kibileri, genç olğanda Ankaradaki cemiyetniñ halq oyunları taqımında oynağanlardan birileri ola [16, s. 46].

O vaqıt, hem bütün Türkiyege umumen, hem Qırımlı cemaatqa, diaspora teşkilâtleri uyuştırğan Sürgünlik yerlerinden qaytqan Qırım icadiy kollektivleriniñ, Qırımtatar devlet yır ve oyun ansambli “Haytarma” yoqsa Qırımtatar müzik ve drama teatrı kibileriniñ turneleri fevqulâde adiseler kibi keçe. O maalde, cemiyetler özüne bir

qaç mühim vazifeler qoya: Türkiyede Qırımlılar medeniyetini populârlaşdırmaq, Türk milleti içinde Anavatanğa avdet için Qırımlı hareketine destek mühitini yaratmaq, Qırımlılar diasporası içinde milliy duyğularını kötermek ve, aynı zamanda, bütün Qırımlı milleti kibi yañı yerde yerleşüv ve şekillenüv esnasında olğan Qırım icadiy taqımlarına bir yardım köstermek. 1990 senelerniñ başında, hem Türkiye, hem icadiy kollektivlerniñ tarihinde şu turneler birinci sefer teşkil etile. Tarihiy Vatanda tuvğan medeniyetniñ ğayrıdan tiklenüvine her türlü destek bermege tırışalar: sanatkârlar ile icadiy taqımlarınıñ yol ve oturma masraflarını töley, hanelerni kirağa alalar, müzik aletler ve sahne donatmalarını satıp ala, Türk teleyayınında numayışlarını teşkil eteler ve ilâhre.⁵ Böyleliknen, 1999 senesi Türkiye boyunca Türkiye Cumhuriyeti Medeniyet Nazirliğiniñ destegi ile KTKYD tarafından teşkil etilgen Qırımtatar devlet müzik ve drama teatriniñ turnesi ötkerile. Bu pek büyük, acayip bir vaqia kibi keçe ve bu turne milliy teatr için Qırımlılarınñ hususiy iftihar sebebi ola. Türkiye hükümetiniñ destegi ile umummilliy seviyede keçken böyle turneler Türkiyedeki Qırımlı diasporası için de pek mühim rol oynadı [17, s. 3].

Türk cemiyetiniñ “Qırım meselesi” bağı malûmat sahibi etmek için, Qırımlı teşkilâtlar Qırım tarihi ya da tarihiy Anavatanğa avdet oğrunda küreşken Qırımlılar milliy hareketiniñ şu ya da bu suallerinen oğraşqan tetqiqatçılara her türlü yardım köstere ediler. Bu şekilde, KTKYD İstanbul bölüğü Türk jurnalisti Kemal Çapraznıñ [18] tetqiqatlarına qol tuta. 1990 senesi öz ihtisasiy faaliyetinde “Qırım meselesi” büyük diqqat etken K. Çapraz “*Kırım Türk Basını ve İsmail Gaspıralı*” adlı magistr dissertasiyanı qorçalay [19, s. 46] ve çoqqa barmay “*Sürgünde yeşeren Vatan Kırım*” ve “*Kuzeydeki yavru Vatan Kırım*” kitaplarını [20] yazıp çıqara. K. Çapraz Qırımlılar diasporasınıñ yardımı ile, 1990 senesi Qırımnı ziyaret ete ve Türk oquyıcılarına Qırımlılarınñ tarihiy Vatanına qaytuvını tasvir etken birinci Türk jurnalisti ola. Tamam bu şekilde, İstanbul cemiyetiniñ destegi ile, tarihçi, İstanbul Üniversitetiniñ dosenti, Dr. Kemal Özcan, “*Sürgündeki Kırım Tatarları hakkında Ukrayna arşilerinde yer alan (1954–1967 dönemine ait) bazı belgeler ve değerlendirmeleri*” [21] adlı tetqiqi

çerçevesinde Ukrain devlet arhivlerinde çalışma fırsatına sahip ola.⁶

Diasporağa bağı teşkilâtlar arasında devriy neşirler ile kitaplarını neşir etüv – malûmat tarqatuv çerçevesinde eñ mühim vastalardan biri olup qala.

Yıllar boyunca meşhur Qırımlı dünya diasporalarınıñ erbabları Müstecib Ülküsâl ve Necip Hacı Fazıl, Mehmet Niyazi ve Tahsin İbrahim tarafından 1930 senesi Romanyada kurulğan ve 1960 senesi Türkiyege M. Ülküsâlnıñ hicretinden soñ İstanbulda çıqqan “Emel” medeniyetşinaslıq ve fikir mecmuası yekâne devriy bir neşir ola. “Qırımlılar milliy hareketiniñ emelge ve İsmail Gasprâlnıñ “Tilde, Fikirde, İşte Birlik” şiarına uyğun olaraq Dünya Türkleriniñ – bilhassa Qırımlılarınñ – medeniyet, tarih, til, edebiyat, sanat ve folklor sahalarında ilmiy ve populâr tetqiqatlar yapmaq ve ettirmek, olarnı teşviq etmek, tarqatmaq ve tanıştırmak” – mecmua tesisçileriniñ esas vazifesi olğandır [22].

Zemaneviy Türkiyedeki Qırımlılar diasporasınıñ şekillenüvi, onıñ ahlâqiy zengilikleri ile milliy aña, “Emel” mecmuası al etici tesir etti desek mubalâğa olmaz. Mecmua cayratqan mefkûreler esasında östürilgen bugünkü Qırımlılar cemaatınıñ liderleri ve faalleri arasında “Emel nesili” degen bir nesil mevcut. Bu nesilge professor Hakan Qırımlı, Mükremin ve Oya Deniz Şahinler, Zafer Karatay, Tuncer ve Tuncay Kalkaylar kireler.⁷

Şimdiki *Emel Kırım Vakfının* başı ve “Emel” mecmuasınıñ baş muharriri, Türkiyedeki Qırımtatar Milliy Meclisiniñ temsilcisi Zafer Karatay aytqanına köre, o mecmuanı 11-yasında eken oqumağa başlağan ve hususan mecmua işte, böyle bir insan olaraq ve milliy kimliğiniñ Qırımlı olaraq şekillenüvine tesir etken.⁸

Eger 1980 yıllarınıñ soñuna qadar Qırım için “Vatan” sözü deyerli kullanılmağan ve “Qırım Hanlığı ve Osmanlı Devleti arasında munasebetler” tarihiy mevzuları kibi ve ülkeşinaslıq malûmatları mecmuasınıñ esas mevzusu oldu ise, 1980 yıllar ortasından başlap basılğan eserlerniñ tabiatı ket-kete deñişe: “Emel” Qırımda ve sabıq Sürgünlük yerlerinde bugünkü vaziyetnen alâqalı daha çoq malûmatlar basıp çıqara. Bir taraftan, neşir Qırımlılar için milliy topraqnıñ mühimligini ayrıca köstermek istey, diger taraftan ise, Türkiyedeki Qırımlı diasporanı Vatanda yaşamaq haqqı için olarnıñ

⁵ 1992 senesi tarihli KTKYD İstanbuldaki bölüğünün karar defteri, 05.07. tarihli karar № 7; 1996 senesi tarihli KTKYD İstanbuldaki bölüğünün karar defteri, 01.08. tarihli karar № 62; 1992 senesi tarihli KTKYD İstanbuldaki bölüğünün karar defteri, 05.07. tarihli karar № 7; 1998 senesi tarihli KTKYD İstanbuldaki bölüğünün karar defteri, 01.07. tarihli karar № 82; 1999 senesi tarihli KTKYD İstanbuldaki bölüğünün karar defteri, 02.02. tarihli kararı; 2002 senesi tarihli KTKYD İstanbuldaki bölüğünün karar defteri, 20.04.-01.07. tarihli kararları № 211–215.

⁶ C. Çiçen ile intervü, İstanbulda 15.01.2019 yazıp alındı

⁷ T. Kalkay ile intervü Ankara 29.12.2018 yazıp alındı; O. D. Şahin ile intervü Ankara 02.01.2019 yazıp alındı; Z. Karatay ile intervü İstanbulda 30.01.2019 yazıp alındı; N. Makas ile intervü Bursada 22.01.2019 yazıp alındı

⁸ Z. Karatay ile intervü İstanbulda 30.01.2019 yazıp alındı

küreşinde öz semetdeşlerine qoltutmağa çağıra. Türk tetqiqatçısı F. Toprak professor H. Qırımlıdan alıntını misal etip ketire: "Biz Qırımlılarınñ faciasını [Türkiyedeki diasporağa] açmaq isdedik". O da aytıp añlata: "Öz milliy bağımız ve Vatannen maneviy soydaşlığımız, [mecmua saifelerinde] yavaş-yavaş "Qırım Türkleri" aynılavını red eteler" [23, s. 111]. Mecmua diqqatnı Qırımnıñ içtimai-iqtisadiy, siyasiy ve medeniy hayatnıñ çeşit-türlü taraflarına çeke ve bu malümatları doğrudan-doğru Türkiyedeki Qırımlı diasporanıñ azalarğa bere. Bundan ğayrı, avdet etken semetdeşlerniñ menfaatına "Evlerimizni qaytarıp beriniz!" ya da "Qırımda balalar ölmesinler" kibi hayırseverlik kampanyaları "Emel" mecmuası başlattı ve çoq yıl devamında ötkerip kele [24, s. 41–49]. Yekün çekerek, şunu qayd etmek mümkün ki, "Emel" mecmuası ile etrafında birleşken cemaat erbabları Qırımdan kelgenlerni tamamilе Türkiyedeki Qırımlı diasporağa çevirildiler.

Türkiyeli Qırımlı devriy neşirlerniñ tarihi 1992 senesi abluqat Ünsal Aktaş rehberligi altında Ankara ve Polatlıdan diaspora erbablarınñ zümresi "*Kırım*" mecmuasını tesis etkeninde başlana. Çoqqa barmay bir kaç cemiyet Türkiyenin çeşit köşelerinde öz mecmualarını da bastırıp çıqarmağa başlay: 1993 senesi KTKYD yaş faalleri Ankarada "*Kırım Bülten*" neşirini quralar [7, s. 308], 1994 senesi Qara Qış ayında KTKYD İstanbul bölügi "*Bahçesaray*" mecmuasınıñ ilk sanını çıqara, şu yılı Orta Küz ayında KTKYD Bursa bölügi "Qırım qalğa-sultan"ı hatırasına bağışlanğan başta "*Kalgay*" bülletenini, soñradan mecmua şeklinde bastırıp başlay, Eskişehir medeniyet ve qarşılıqlı yardım cemiyeti 1998 yılda Kiraz ayında "*Kırım Postası*" mecmuasını tesis ete.

Türkiyeli Qırımlı cemiyetler devriy neşirleriniñ tili Türkçe ola ve şimdi de aynı şekilde qala. Ana tilinde ayrı materiallar, esasen, bugünkü Qırımlı müellifleri olğan yazıcı, şair, tilşınaslarınñ materiallarını ya da halq masallarını bastırıp çıqara ediler. Bir taraftan, hususan harbiy-siyasiy rejimler hüküm sürgen devirde Türkiye devletiniñ tesiri sebep olğandır dep izah etile, yani resmî til tışında qullanılğan til Türk milletiniñ birligine qast etüv dep tanıla edi. Diger taraftan, diaspora içinde zemaneyiy Qırımlı edebiy tilni bilmey ediler ve eski çöl şivesi kullanıla edi. Z. Karatay başqa bir delil ketire: "Emel" mecmuasınıñ vazifesi – Qırımlılarınñ tilini oqutmaq ya da ana tilini teşviq etmek degil edi. Vazifemiz Türkiyede Qırım ve haqımıznıñ meseleri haqqında malümat tarqatmaqnen bağlı edi".⁹ Umumen, şimdi Qırımlı köylü cemiyetlerinde olarnıñ ecdatlarınñ arhaik çöl (Noğay) şivesi saqlanıp qaldı ve tek ayrı adamlar,

Professor H. Qırımlı ya da "*Kırım bülten*" muhariri O. D. Çoğar kibi zemaneyiy edebiy tilni bileler.

Qırım asıllı Türk tetqiqatçısı Dr. Filiz Tutku Aydın qayd etkenine köre, "Kalgay" mecmuasınıñ tesiscisi, çoq yıllıq KTKYD Bursa bölüginin yolbaşçısı, hayırsever Adnan Süyenge (1955-2014) köre, olarnıñ mecmuasında Türkiyede ve dünyada üç bin abuneci bar edi ve o yerli cemaatnı seferber etmek için pek mühim rol oynanğan. ... Malümatnı tarqatmaq ve seferberlik için kütleliy haber vastaları pek mühim rol oynaylar. ... Bu sebepten, işten kelgen soñ, evde, men mecmuanı [hazırlamaq] için vaqıt sarf etem", dey [7, s. 307].

Ukrain tetqiqatçısı Gayana Yüksel Türkiyedeki Qırımlı devriy neşirler haqqında, "zemaneyiy şaraitte etnik cemiyetlernin faaliyetini koordine etken çalışuv olmadan semereli neticelerge irişüv, cumleden, kütleliy haber vastalar sahasında, imkânsız ola ve cemaatqa öz hareketlerin boyunca muntazaman haber etip turmaq için öz matbuatlarını açmaq bir temel teşkil ete. Türkiyenin KHV meydanında şu devriy neşirler çeşitiniñ peyda oluvına tesir etken esas sebepler arasından milliy öz-özünü ve mahiyetini añlav ve tarihiy keçmişke merağının artuvı, tarihiy Vatan ile olğan munasebet genişlemeli, ... sınırlar açıq olmalıdır" [25, s. 68–71].

O vaqıtta çıqqan Qırımlı cemiyetlerge ait devriy neşirlernin mündericesi tahlil etilse, eda etilgen bir kaç mühim vazifelerini belgilemek mümkündür: 1) haberlernen teminlev vazifesi yani neşirler cemiyetlernin hareketleri ve mahalliy haberler, Qırımdaki vaziyet ve cemaatqa anda yerleşmekte olğan halq haqqında haber ete; 2) içtimaiy vazifesi, yani neşirler cemaat azalarını birleştirüv ve içtimaiy seferberlik vastası kibi kullanıla; 3) maarif vazifesi, yani neşirler Qırım ve Qırımlılardan bağlı tarihiy ve qavmiyet malümatlarını bere; 4) teşkiliy vazifesi yani neşirlernen faydalanıp, cemiyetler tedbirlerini teşkil ete, hayırseverlik kampanyalar ve yarışlar haqqında ilân bere; 5) reklama vazifesi, yani neşirler cemiyet azalarınıñ kirişim adımlarına yardım ete.

Kitapların neşir etüv sahasında, diaspora teşkilâtlar ya da öz küçünen kitaplarını bastıra, ya da Qırım tarihi ve medeniyeti için, şu cumleden, Qırımlılar diasporası için de, bilgilerni populârlaştırmak ve tarqatmaq maqsadınan kitaplarını neşir etüvine destek köstereler. Türkiyeli Qırımlı yaş nesil, tetqiqatçılar ve alimler, memleketnin umumiy cemaatı arasında, tarihiy hafızanı ve öz medeniy mirasını da saqlanmaq için, "Qırım meselesi" haqqında haqiqiy malümatları tarqatmaq için Qırımdan bağlı tarihiy, medeniy, qavmiyet, folklor, tilşınaslıq, siyasetşınaslıq kitaplarınıñ bir toplamnı yaratmaq, Türkiyedeki

⁹ Z. Karatay ile intervyü İstanbulda 30.01.2019 yazıp alındı

diaspora qoʻygan esas vazifelerden biri ola. Bu sebepten dolayı, cemiyetler özleri basqan ya da olarnıń yardım ile çıqqan kitaplar sırasında, Dr. Zühal Yükselniń “*Polatlı Kırım Türkçesi Ağzı*” [26, s. 48], ya da Yalkın Bektöreniń “*Tepreş*” [27, s. 48], ya da Qırım orta asırlarnıń müellifler haqqında “*Kırım Müellifleri*” [28, s. 48], ya da M. Ülküsaliń hatıraları “*Kırım yolunda bir ömür*” kitapları bar.

Netice ve tevsiyeler. Böyleliknen, Türkiyedeki Qırımlı cemiyetleriniń medeniy ve neşir faaliyetleri 1980 yıllarnıń sońunda – 2000 yıllarnıń başında olarnıń faaliyetlerinde büyük faaleştirtiruv ve prioritetleriniń deńişüvinen farqlana. Bunıń sebepleri, ilk-evelâ, sabıq Sürgünlük yerlerinden tarihiy Vatanı – Qırıma kütleviy Qırımlı halqınıń avdeti, Qırım ve Türkiyedeki Qırımlı diaspora ile dođru munasebetlerni

quruv, “demir perdeniń” tüşüvi ve Türkiye devletinde de siyasiy rejimniń liberalleşüvidir. Cemiyetler diqqatnı Qırımlı cemaatqa ve umumen, Türkiyeli cemiyetke “Qırımlılar meselesi” haqqında haber etmege, ağır siyasiy ve iqtisadiy şaraitte Vatanqa qaytqan ve yerleşmekte olğan Qırımlı milletine maneviy ve maliyeviy yardım etmege, Türk cemiyeti içinde birdemlik ve destek mühitini yaratmağa, öz milletiniń meseleleri etrafında Türkiyedeki Qırımlılar cemaatını birleştirmeye celp ettiler. Cemiyetlerniń devriy neşirleri şimdi Qırımdaki içtimaiy-siyasiy ve iqtisadiy vaziyet, avdet etkenlerniń meselelerine qulaq asa ediler. O devirde, Türkiyedeki Qırımlı cemiyetlerniń faaliyeti diasporanıń milliy öz-özüne ve mahiyetini añlavnı inkişaf ettirmek ve medeniy ve tarihiy mirasını saqlamağa baqtırıl edi.

Ağzaki menbalar:

1. Tuncer Kalkay ile intervyü Ankarada 29.11.2018 yazıp alındı.
2. Hakan Qırımlı ile intervyü, Ankarada 14.12.2018 yazıp alındı.
3. Oya Deniz Şahin ile intervyü Ankarada 02.01.2019 yazıp alındı.
4. Celâl İçten ile intervyü, İstanbulda 15.01.2019 yazıp alındı.
5. Nafis Makas ile intervyü Bursada 22.01.2019 yazıp alındı.
6. Zafer Karatay ile intervyü İstanbulda 30.01.2019 yazıp alındı.
7. İsmet Yüksel ile intervyü, Kıyivte 01.03.2019 yazıp alındı.

Arhiv malümatı:

1. 1992 senesi tarihli KTKYD İstanbuldaki bölüginin karar defteri.
2. 1996 senesi tarihli KTKYD İstanbuldaki bölüginin karar defteri.
3. 1998 senesi tarihli KTKYD İstanbuldaki bölüginin karar defteri.
4. 1999 senesi tarihli KTKYD İstanbuldaki bölüginin karar defteri.
5. 2002 senesi tarihli KTKYD İstanbuldaki bölüginin karar defteri.

Qullanılğan edebiyat:

1. Karpat K. H., Ottoman Population 1830–1914. Demographic and Social Characteristics, Madison-Wisconsin, 1985, p. 244.
2. <http://istanbulkirim.org/hakkimizda/tarihce/> 04.04.19 irişim alındı
3. <http://istanbulkirim.org/hakkimizda/tuzuk/> 04.04.19 irişim alındı
4. https://uk.wikipedia.org/wiki/Ахмед_Ихсан_Киримли,_02.02.19_irişim_alındı
5. Кульчицкий С. Борьба крымских татар за возвращение на Батьківщину (1956–1989), Український історичний журнал, № 2, 2018, ст. 75–109.
6. https://tr.wikipedia.org/wiki/Yakup_Satar 06.04.2019 irişim alındı
7. F. T. Aydın, Comparative Cases in Long-Distance Nationalism: Explaining Émirgré, Exile, Diaspora and Transnational Movements of the Crimean Tatars, thesis for a Doctor of Philosophy in Political Science, University of Toronto, 2012.
8. <https://crh.wikipedia.org/wiki/Tepre%C3%A7>, 07.04.19 irişim alındı
9. Derneğimizin geleneksel 9. Tepreç şenlikleri 15 Haziran 1997’de kutlandı // Kalgay. – 1997. – 04–06. – 13–14 s.
10. Polatlı’da Kırım Gecesi // Emel. – 1989. – № 172. – 61 s.
11. Geleneksel çibörek gecesi // Kırım Postası. – 1998. – № 2. – 15 s.
12. Konya’da Kırım gecesi // Emel. – 1991. – № 184. – 60 s.
13. İstanbul’da Kırım gecesi // Emel. – 1995. № 208 – 43 s.
14. Konya’da Kırım gecesi. // Emel. – 1989. – № 174. – 47 s.
15. MÜSAN’ın “Türk cumhuriyetleri ve Kırım Türkleri” konulu paneli // Emel. – 1992. – № 189. – 36 s.
16. Kırım Türk halk oyunları ekibi televizyonda Limana oyununu sergilendiler // Emel. – 1987. – № 159. – 46 s.
17. Kırım Tatar Milli Tiyyarusu. Türkiye Turnesi // Kırım Bülten. – 1999. – № 27-35. – 3 s.

18. https://tr.wikipedia.org/wiki/Kemal_%C3%87apraz 11.04.19 erişim anıldı
19. “Kırım Tatar Türkleridne basın” konulu tez hazırlandı // Emel. – 1990. -№ 181. – 46 s.
20. <http://www.biyografi.net/kisiyrinti.asp?kisiid=3098>, 11.04.19 erişim alındı
21. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/102066> 11.04.19 erişim alındı
22. <http://emelvakfi.org/emel-kirim-vakfi-hakkinda/> 16.04.19 erişim alındı
23. F. Toprak, Perception of Homeland Among Crimean Tatar Diaspor Living in Turkey as Reflected on the Diaspora Journal Emel, thesis for a Master of Science, Middle East Technical University, 2013, 152 s.
24. “Evimizi geri verin” // Emel. – 1992. № 189. – 41–49 s.
25. Юксель Г. З. Современная пресса крымскотатарской диаспоры: функциональный аспект. Культура народов Причерноморья. – 2014. – № 274. – С. 68–71.
26. Bir eser: “Polatlı Kırım Türkçesi Ağzı” // Emel. – 1989. – № 174. – 48 s.
27. “Tepreş” adlı bir kitap yayınlandı // Emel. – №178. – 48 s.
28. “Kırım Müellifleri” kitabı latin harfeleriyle tekrar basıldı // Emel. – 1990. – № 181. – 48 s.

Ablâtifov R. M. PUBLISHING AND CULTURAL ACTIVITIES OF THE QIRIMLI ASSOCIATIONS IN TURKEY DURING THE MASS REPATRIATION OF THE QIRIMLI NATION TO THEIR HISTORICAL HOMELAND (THE END OF 80s – THE BEGINNING OF 2000s)

The issue of development of publishing and cultural activities of the Qırımlı associations in Turkey since the 1980s, from the beginning of the repatriation process the Qırımlı nation from the former places of the exile to their historical Homeland – Crimea until the beginning of the 2000s, when the mass repatriation of the Qırımlı to the Ukraine’s territory practically stopped, as well as an impact of this process on the Crimean diaspora’s activities, are researched and analyzed. Unfortunately, the activities of the Türkiye’s Crimean diaspora organizations, particularly in the information and publishing fields, remain unexplored virtually and need further study by the Ukrainian researchers.

Various aspects of the activities of the Qırımlı NGOs in Turkey, in particular the activities of the mass media, as well as cultural and enlightener activities, have been studied by foreign scholars F.T. Aydın, H.M. Arabacı, İ. Ersoy, K. Karpat, H.Qırımlı. Among Ukrainian academicians can be distinguished H.M. Kangieva and G.Z. Yüksel, who studied the periodicals of both the world diaspora of the Qırımlı of different historical periods, and the Crimean diaspora in Turkey in detail.

An attention is focused to the diasporic periodicals in Turkey, the reasons and circumstances of its appearance and development in the investigated period are also analyzed. The role of the media and book publishing in Turkey to provide the informational support for the Qırımlı people’s repatriation process to Crimea is emphasized. An attention was also paid to the cultural and educative activities of the Turkish communities of Qırımlı as a factor to preserve their identity and ethnic self-identification.

Conclusions. *The mass media of the Crimean diaspora in Turkey, which were founded under the influence of the repatriation process of the Qırımlı nation to their historic Homeland from the late 1980s to the early 2000s, as well as publishing and enlightener activities, made a significant contribution to the social mobilization of the Crimean communities in Turkey, providing moral and financial support to the return process of Qırımlı people from places of the former exile to Crimea.*

Key words: *Qırımlı diaspora, culture, periodicals, book publishing, Crimea, Turkey.*

Ахмедова Э. М.

Бакинский славянский университет

СЕМАНТИКА ИМЕНИ ХЫЗЫР В АЗЕРБАЙДЖАНСКИХ НАРОДНЫХ СКАЗКАХ

Азербайджанські казки – одна з національних художніх цінностей, що уособлює існування і духовний світ нашого народу. Ці зразки фольклору завжди були в центрі уваги літературознавців і лінгвістів і донині зберігають актуальність досліджень. Причина в тому, що хоча вони були компактними за розміром, змогли зберегти факти, що відносяться до найдавніших верств мови. Представлена стаття присвячена аналізу антропоніма Хизир як концепту, що є назвою одного з позитивних міфологічних образів всіх казок тюркського світу. Хизир – один з головних героїв легенд, казок і епосів всього тюркського світу, тобто епічного жанру. Цей образ, що має релігійне коріння, знайшов своє повне відображення в згаданих вище зразках фольклору з його внутрішньою концепцією. Він вмирає і воскресає, тому що він пив воду безсмертя. Не випадково його одяг зеленого кольору. Таким чином, зелений колір символізує природу відродження. Як відомо, прихід весни в тюркській міфології був пов'язаний з ім'ям Хизира. Його також називають Хизир Ата. Він може ходити по повітрю, ходити по воді, розмовляти з істотами природи. Коли він з'являється серед людей, поки він не уявляє себе, ніхто не може дізнатися його справжню особистість. Він випробовує людей, іноді в образі дєрвіша, іноді в образі бідняка. У бою він з'являється в образі вовка або ватажка. Слід зазначити, що при вивченні сутності образу Хизира, його положення в різних прикладах, функції в азербайджанському фольклорі можна резюмувати наступним чином: 1. Функції, що виконуються у зв'язку з приходом весни; 2. Спасіння, показати дорогу заблукалим; 3. Дати буту (в Азербайджанських епосах і казках «бута» закоханого починається, образно кажучи, з «розпивання любовного сиропу» старим Хизиром. Двоє юнаків, ніколи не бачили один одного, закохуються в миттєвий образ дівчини і юнака з подарованого їм містичного символу, уві сні, в уявній ситуації); 4. Закохатися; 5. Дарувати дітей, у кого їх немає; 6. Покровитель юності, інакше кажучи, Бог юності, сім'ї, любові; 7. Дати ім'я; 8. Воскресіння мертвих. Майже всі згадані тут функції є функціями тієї культурної концепції, до якої належить головний герой. У більшості фольклорних досліджень тюркського світу цей образ аналізувався і висловлювалися різні думки. Посилаючись на наше дослідження, в статті розкривається внутрішнє смислове значення даної лексичної одиниці і простежується звуження або розширення цього значення з плином часу.

Ключові слова: Хизир, лексика, азербайджанські казки, поняття, семантика.

Постановка проблеми. Азербайджанський язык – один из языков, прошедший долгий исторический путь развития, обладающий богатым словарным запасом. Этот язык входит в огузскую группу тюркских языков и огузскую сельджукскую подгруппу. С этой точки зрения азербайджанский язык всегда должен изучаться в тесной связи с родственными языками. Вместе с тюркскими языками был преодолен великий этап в историческом развитии азербайджанского языка. Общеупотребительная лексика периода до разделения тюркских языков сохраняет свое существование и в современном языке. Лексические единицы, образовавшиеся после разделения языков по разным политическим, географическим причинам, уже начали различаться. Старые тюркские слова огузского

происхождения в азербайджанском языке в новый период и в новых условиях подверглись ряду влияний, некоторые слова были заменены новыми, а некоторые заимствованы.

Лексическая семантика изучает, как организован лексикон языка, как значения лексических единиц взаимодействуют друг с другом. Основной целью лексической семантики является построение моделей структуры лексики языка путем категоризации типов связей между словами. В основе лексической семантики лежит лингвистическое значение.

Цель исследования – раскрыть внутреннюю семантику имени *Хызыр*, который является положительным мифическим героем азербайджанских сказок.

Изложение основного материала.

В лингвистической литературе термин семантика впервые употребил французский лингвист М. Бреаль в 1897 году [19, с. 7]. «Семантика» происходит от древнегреческого слова «семантикос» (σημαντικός), что означает «связанный со смыслом, имеющий смысл». Семантика – это термин, который связан со смыслом. Следовательно, «смысл – это часть языка, семантика – это раздел лингвистики, который изучает значение слова» [11].

Говоря о семантике, Ю. Сеидов утверждает, что смысловое значение – это значение, приобретенное в условиях речи или текста, и подчиненное лексическому значению. Семантическое значение – это тонкости значения, образованные различными способами и средствами от лексического значения слова. Хотя семантическое значение связано с понятием, оно не является его самостоятельным выражением. Вот почему мы используем термин «лексическая семантика». Семантическое значение находится внутри лексического значения. Оно не отделено от лексического значения, не может существовать вне его [16, с. 210]. Соглашаясь с этими представлениями, мы также хотели бы отметить, что лексическая семантика анализирует отношения между значениями слов. Даже при формальном анализе в лексической семантике должно быть отражено раскрытие значений составных частей слова, придание слову однозначности и многозначности, его раскрытие.

Но ученый-исследователь отметил в своем исследовании, что семантическое значение находится в лексическом значении. Опровергая это мнение, мы хотели бы подчеркнуть, что выражение «семантическое значение» является ошибочным. Слово «семантика» означает «связанный со смыслом, имеющий смысл». Здесь было бы правильнее сказать «семантика слова находится в лексическом значении». Новые значения, возникающие из исходного значения любого слова, называются его оттенками значения. Слова, выражающие разные оттенки значения этого понятия, называются многозначными словами [14, с. 118]. «Полисемия» – слово греческого происхождения, сочетание слов «много» (polos) и «знак» (sema), означающее «многозначность» [12]. А. Гурбанов дал такое определение многозначным словам: «многозначностью слов называют то, что слово, помимо своего основного значения, выражает ряд значений в связи с употреблением его в различных предложениях» [6, с. 317].

Азербайджанский язык, как и другие тюркские языки, имеет богатый смысловой пласт. Очень большая часть этих языковых единиц имеет древние корни из-за своей истории происхождения, и поэтому они имеют общие черты с другими тюркскими языками. До принятия ислама религиозная терминология в азербайджанском языке формировалась на основе древнетюркских представлений о Боге. Следы этого мы видим в сказках и в языке других древних письменных источников, образцах народного творчества. Одним из основных религиозно-мифологических образов азербайджанских народных сказок является *Хызыр*. Семантика и этимологическое объяснение этого названия уже много лет находятся в центре внимания различных тюркских ученых. Причина в том, что в народе укоренились различные легенды и мифы об этом имени. Перейдем к смысловому объяснению имени.

«Хызыр – это человек, достигший тайны бессмертия согласно тюркскому народному поверью. Есть три основных источника верований о Хызыре, упомянутых в некоторых стихах Корана в исламских повествованиях: 1. Эпос о Бильгаме; Легенда об Александре; 2. Еврейская легенда об Ильясе и рабби Йешна Бин Леви... В суфизме Хызыр считается святым. По мнению суфиев, в каждом периоде есть Хызыр. Каждая накيبул-эвлия есть Хызыр. Воздух, море и все тени земли находятся в его власти. Он божий халиф на море и его наиб на суше. После разговора с Исрафилом Хызыр достиг бессмертия, чтобы раскрыть и защитить истинную религию Бога на земле. Он сидит в Иерусалиме, каждую пятницу в Мекке и Медине, совершает намаз в Джабаль-и Зейтун». Люди принимают Хызыра как пророка, называя его Хызыром Алейхиссалам, Хызыром Наби и Пророком или Благословенным. От него же произошли различные поверья и предания о Хызыреллезе (Хидир-иляз), который считается в календаре началом лета. Сегодня встречаются два брата Хызыр и Ильяс. В народе ходят шутки и рассказы о бессмертии Хызыра и общении с людьми.

Хызыр – самый могущественный и доброжелательный посланник Бога на земле. Он помогает героям в сказке в трудных ситуациях, спасает их от беды и сразу ведет туда, куда они хотят. Хызыр внезапно появляется и исчезает, когда заканчивает свою работу. Хызыр, как и дервиш, иногда появляется во снах сказочных героев и помогает им.

Также утверждается, что Хызыр был человеком шумерского происхождения. Считается, что это тот же человек, что и «Хасысатра»

у шумеров. Согласно «Тазкиреи», Хызыр показал дорогу монгольской армии. Согласно источникам, именно Хызыр шел впереди войска Теймура и звал его на битву, а для своего предводителя казался волком. Так, в мифологических исследованиях изменение облика называют метаморфозой. Тюрки, с другой стороны, используют фразу «наряжаться». В образе Хызыра формировались также распространенные в народе верования *Xıdırəlləz*, *Xıdır Nəbi*. Это напрямую связано с приходом весны у тюркских народов. Проф. К. Алиев пишет об обряде «Хыдыр Наби», который является наиболее характерным обрядом *Kiçik çillə* (2 месяц зимы): «Этот обряд подразумевает середину зимы, самый суровый сезон времени. Вообще не случайно обряд «Хыдыр Наби» относится к этому обряду, в более широком смысле, к разгару зимы. Дело в том, что у Хыдыра Наби есть особенность «покровительствовать», и он хочет спасти людей от этого периода зимы – самой суровой поры. Народ хочет, чтобы Хыдыр Наби почувствовал, что он не беспомощен, приведя его на церемонию и символически оживив в своем воображении» [5, с. 5].

В фольклорных примерах Хызыр часто появляется в образе серого наездника. По поверью, он исцелял больных, залечивал раны. В эпосе «Китаби-Деде Коркут», героической хронике тюрков-огузов, Бугадж хан, когда получил ранение, серый всадник быстро появляется в то время рядом с ним, как неестественное существо, и, погладил рану Бугаджа, сказал: «Ты не бойся этой раны, мальчик, смерти не будет; горный цветок и молоко твоей матери залечат твою рану». В другом примере – в эпосе «Тахир и Зохра», когда Тахир был заключен в темницу, Хызыр освободил его от бед. Эти примеры еще раз подтверждают, что Хызыр имеет спасательную функцию. В азербайджанских сказках Хызыр иногда дается под именем Дервиш. Этот мотив мы встречаем в сказках “Cantiq”, “Barxudarin baxti”, “Ölü Məhəmməd”, “Şəms-Qəmət” и других. Например, из содержания сказки “Şəms-Qəmət” видно, что падшах, не имея детей, «открыл свою казну, раздал бедным людям деньги, одежду, еду сорок дней, сорок ночей». На сороковой день к падшаху пришел дервиш. Падшах приказал, чтобы и дервишу дали подарок. Они хотели дать дервишу подарок, дервиш сказал: Ваше высочество, я не тот дервиш, кто получает подарок, я тот, кто дает. Возьми это яблоко и раздели на две части. Половину ешь сам, а другую половину отдай жене. У тебя будет сын, которого ты назовешь Гамар. Падшах взял яблоко,

хотел яблоко положить на стол, повернулся, и не увидел дервиша. Он исчез [1, с. 5–6]. В другой сцене сказки пророк Хызыр предстает перед Улькер, ожидающей пути своего брата, и говорит: – «Улькер, почему ты плачешь? Улькер сказала: – Отец, мой брат пришел в этот город, чтобы купить хлеб, но больше не вернулся. Я плачу из-за него. Мужчина сказал: – Улькер, я пророк Хызыр, я помогаю тем, кто в беде, я указываю путь тем, кто заблудился. Этот город – город людоедов. Есть город в семидесяти пяти агаджах (семь километров) моря, ты прямо иди туда. Не бойся, все будет хорошо. Улькер сказала: – Я не могу ходить с голоду. Мои руки и ноги стали слабее. Хызыр сказал: – Я дал силу твоим рукам и ногам. Ты сыта. Посмотри на эту сторону! Улькер посмотрела. И когда она повернулась к Хызыру, то увидела, что его там нет. Она встала и удивилась. Как будто этот час она наелась шашлыка» [1, с. 34].

Как видно, в первом примере из сказки Хызыр появляется в облике дервиша, который не представился, а во второй, раскрывает, кто он такой, и делает героям добро, а потом неожиданно исчезает. Хызырская концепция «бута» встречается в рассказе известного представителя азербайджанской прозы XX века Иси Меликзаде «Легенда о Серебряном озере» (1984). Одна из главных героинь произведения, Бановша, видит во сне, что Хызыр «дает» ей буту. Она рассказывает свой сон следующим образом: «Благообразный старик пришел ко мне во сне... Пророк Хызыр... Я была убеждена, что этот старик был Пророком Хызыром... Он сказал мне, что всадник на белом коне придет к тебе в дом, он – твоя судьба... Ты приехал на машине вместо лошади. Ну и что, машина же транспорт... Я ждала тебя каждый день. Бановша понизила голос и почти прошептала: «Ты моя судьба» [7, с. 144].

Понятие *Хызыр* встречается и в романе народного писателя Эльчина «Махмуд и Марьям». Например, «Истина пошлет тебе Хызыра Ильеса» [4, с. 250]. Писатель осветил внутренние познавательные функции этого мифологического образа. «В течение сорока шести лет без такого света Хызыр никогда больше не помогал бы Софи, и Софи приходилось помогать себе самой. Писатель Эльчин, хорошо знакомый с народной литературой и этнической мыслью и эффективно использующий их для совершенствования своих художественных образов, также искусно написал в романе о характере пророка Хызыра, помогающего нуждающимся. В романе автора «Белый верблюд» часто встречается мифологическое

значение «Удачи!». В рассказе Балакерима были использованы хвалебные выражения – «Сынок, удачи!..», «Удачи!» [4, с. 131].

Таким образом, Угур является проводником древнетюркской мифологической мысли. Согласно этой идее, горы, озера и вода имеют свое значение. Хозяином дороги считается мифический дух-хранитель по имени Угур. Фольклорист М. Сеидов отмечает, что М. Кашгари пишет об этом понятии мифологических верований, что огузы, желая друг другу безопасности дороги, говорили: «Пусть дорога будет удачной!». Это было сказано только в пути, как будто звали на помощь. По этой причине отправляющимся в путь желали «удачного пути», чтобы «иметь благополучный путь» [15, с. 153]. Как видно из примеров типа «Да будет успех!», само понятие «успех» позднее получило развитие в том же смысле, что и слово «дорога», которое всегда сохраняло свою актуальность. То есть «пусть дорога будет открыта». Аплодисменты в антологиях азербайджанского фольклора, таких как «Пусть откроется удача!», «Пусть улыбнется удача!» до сих пор сохраняют свое старое значение. Позже на смену Угуру пришел мифический образ Хызыра, более распространенный у народов Востока. Проф. И.Велиев сравнивает мифический образ Хызыра с Осирисом – египетским мифическим героем, который чаще всего встречается в верованиях тюркских народов, и пишет: Имя Осириса есть его форма огречения. Одна из первых форм имени – Усир или Исир. Это имена Осир, Узир, Озир и другие, тождественные с Хызыром [18, с. 71]. Можно сделать вывод, что так же, Хызыр олицетворяет бессмертие и вечность у тюркских народов, он считается создателем и защитником зелени и благополучия, помогает безнадежным людям, Осирис тоже выполняет эти функции в египетских мифологических текстах [9, с. 1197–1200]. Сегодня имя *Хызыр* изменило свой смысловой вес в тюркских языках. Таким образом, сегодня мы видим, что выражения в азербайджанском языке «Он помог, как Хызыр», «Он вел себя, как Хызыр» – показывают, что пророчество Хызыра, его дарование «бута» во сне героев, появление в глазах нуждающихся и помощь им, являются последним из его назначений, а остальные стали архаичными. В турецком языке это значение расширяется и включает *дедушку* и *старика*.

Слово Хызыр происходит от арабского слова аль-Хадир, и многие источники утверждают, что это слово является прозвищем, а не антропонимом, и что это имя используется на персид-

ском языке как Хезр. Аль-Хадир или Аль-Ахдар по-арабски означает зеленое место или место с большим количеством зелени. Причиной прозвища Хызыр является поверье, что «зеленая трава растет в сухом месте, где он сидит» [8, с. 58–59].

Существуют разные мнения о личности Хызыра. Есть те, кто принимает некоторых за пророков и считает их хранителями или ангелами [3, с. 534]. Хызыр, по древним тюркским верованиям, считается помощником Бога. В исламской вере Хызыр описывается как пророк. В Коране рассказ о проводнике Мусы показывает, что разговор имел место с Пророком Хызыром. Хызыр путешествует по миру, зеленил сухую траву. Говорят, что он оставляет зеленый след на руке человека, которого касается. Согласно народным поверьям, он приносит изобилие и успех [2, с. 253]. В сказках и легендах описываются доброжелательные качества Хызыра и он отождествляется с пророком за помощь нуждающимся. Он спустился с «большого бука», помог детям и дал им имена. Говорят, что у него бело-голубая одежда и бело-серая лошадь, посох с головой животного называется «Чевген». Бесплодным парам дает яблоко, и у них рождаются дети [17, с. 173].

Турецкий исследователь Огель говорит, что доисламские тюрки, известные как *Göy saqqallı*, *Ağ saqqallı*, *Qoca* (Синебородые, Белобородые, Старообрядцы), появились под именем Хызыр, изменив свои имена. Следует отметить, что Хызыр входит в ислам в культуре города. Агбирчек Годжа, потомок бука в алтайской культуре, такой же, как и Хызыр. Согласно тюркским традициям, мужчины, изображенные в тюркских эпосах, ездили верхом. Хызыр появляется на бело-сером коне [10, с. 114–117]. «Бог дороги», который ездит на лошадях по дорогам, ассоциируется и защищается с серыми лошадьми в исламе с культом Хызыр/Хыдыр. Основа для признания серого всадника Хызыра пророком проистекает из значения, которое турки придавали защитнику дороги. Скорее всего, Хызыр стал символом бессмертия во многих литературных сферах после распространения исламской религии. В тюркской народной литературе именно Хызыр помогает тем, кто попал в беду, познает тайну бессмертия. Его превращение в очередной раз в феномен Спасителя подтверждает мысль о том, что на его основе формируются герои.

В одном из древнетюркских письменных памятников “Irg Bitig”, всего в двух текстах носит название *Yol Tenqri*, которое представляет

себя так: “Я *Yol Tenqri* (Бог дороги) пятнистых всадников. Я ежжу на лошади утром и вечером”. Во время прогулки перед ребенком предстает Бог дороги. Ребенок боится, но Бог говорит: “Не бойся, я дам тебе коробку (эликсир жизни). “(...) Тенгри дороги, который появляется в надписях *Хойту Тамыр*, желает людям, находящимся на опасном, трудном пути, чтобы их путь был благоприятным и чтобы они достигли того места, куда они должны идти. В частности, Третья книга посвящена «богу священного пути», и его призыв таков: «защити нас от ошибок». Но эта помощь дается за удачу, судьбу. Они являются защитными силами тех, кто хочет сопровождать и направлять в горы, то есть “двадцать два владыки жизни и судьбы” [13, с. 146].

Выводы. Как мы видим из анализа, с течением времени происходит изменение семантического значения любой лексической единицы, значение либо сужается, либо, наоборот, расширяется. В статье мы рассмотрели имя мифологического героя азербайджанских сказок – «Хызыр» как концепт. Давая лексико-семантический и этимологический анализ имени, мы попытались проследить изменения его значения к настоящему времени. Исследования показали, что лексический состав сказок очень богат, и здесь можно встретить факты, охватывающие все пласты языка. Учитывая обилие исследований сказок и лексико-семантического пласта лексики языка, возникает необходимость в лингвистическом анализе этих фольклорных материалов.

Список литературы:

1. Azərbaycan nağılları. Beş cildə. IV cild / Bakı : Şərq – Qərb, 2005, 336 s.
2. Boratav P. N. “100 Soruda Türk Folkloru” / P. N. Boratav. – Ankara : BilgeSu Yay, 2016, 353 s.
3. Çelepi M. S. “Hatay’ da Hızır İnanışları” / M. S. Çelepi. – Turkish Studies, Volume 4/3, Spring, 2009, 534 s.
4. Elçin. Seçilmiş əsərləri / Elçin. – Bakı : Avrasiya Press, 2005, 424 s.
5. Əliyev K. Novruz mərasimləri // Elmi axtarışlar, II / 2009, Bakı : Nurlan, 2009, s. 3–8.
6. Qurbanov A. M. Müasir Azərbaycan ədəbi dili: [2 cildə] / A. M. Qurbanov. – Bakı : Nurlan, 2003, s. 317–318.
7. Məlikzadə İ. Seçilmiş əsərləri / İ. Məlikzadə. Bakı : “Şərq-Qərb”, 2005, 336 s.
8. Ocak A. Y. Alevî ve Bektaşî İnançlarının İslâm Öncesi Temelleri / A. Y. Ocak. – İstanbul : İletişim Yayınları, 2012, s. 58–59.
9. Osmanova G. Xizir obrazı folklorda və bədii nəsrə // III international scientific conference of young researchers. Baku Engineering University 29–30 April 2019 / Bakı : Azerbaijan, 2019, s. 1197–1200.
10. Ögel B. Türk Mitolojisi 2 Cilt. / B. Ögel. – Ankara : Gazi Yayıncılık: 2014, s. 114–117.
11. Palmer F. R. Semantics [II edition] / F. R. Palmer. – Cambridge : Cambridge University Press, 1983.
12. Polysemy // <https://en.wikipedia.org/wiki/polysemy>
13. Roux J. P. “Eski Türk Mitolojisi” (Çev. Musa Yaşar Sağlam) / J. P. Roux. – Ankara: Bilge Su Yay. 2011, 324 s.
14. Sadıqova A. Mürəkkəb və çoxmənalı sözlər, fərqi, müqayisəli təhlili və əhəmiyyəti // – Bakı: Filologiya məsələləri, 2013. № 4, 118 s.
15. Seyidov M. “Uğur” sözü haqqında bəzi qeydlər // Azərbaycan SSR EA Xəbərləri (ictimai elmlər seriyası) / – Bakı: 1962, № 4, 153 c.
16. Seyidov Y. M. Seçilmiş əsərləri: [15 cildə] / Y. M. Seyidov. – Bakı : BDU, 2010, 210 s.
17. Uslu B. “Türk Mitolojisi”/ B. Uslu. – İstanbul : Kamer Yay, 2014, 200 s.
18. Vəliyev İ. Mif: keçmişdən gələcəyə / İ. Vəliyev. – Bakı : Nurlan nəşriyyatı, 2013, 308 s.
19. Мамедова З. Б. Расширение значения слов в современном азербайджанском литературном языке / З. Б. Мамедова. – Баку : КД, 1984, 148 с.

Akhmedova E. M. THE SEMANTICS OF THE NAME KHIZIR IN AZERBAIJANI FOLK TALES

Azerbaijani fairy tales are one of the national artistic values, embodying the existence and spiritual world of our people. These folklore samples have always been in the focus of attention of literary critics and linguists and to this day remain relevant research. The reason is that, although they were compact in size, they were able to preserve facts relating to the most ancient layers of the language. The presented article is devoted to the analysis of the anthroponym Khizir as a concept, which is the name of one of the positive mythological images of all fairy tales of the Turkic world. Khizir is one of the main heroes of legends, fairy tales and epics of the entire Turkic world, that is, the epic genre. This image, which has religious roots, has found its full reflection in the folklore samples mentioned above with its internal concept. He dies and is resurrected because he drank the water of immortality. It is no coincidence that his clothes are green. Thus, the green color symbolizes the nature of rebirth. As you know, the arrival of spring in Turkic mythology was associated

with the name of Khizir. It is also called Khizir Ata. He can walk on air, walk on water, talk to the creatures of nature. When he appears in front of people, as long as he does not introduce himself, no one can find out his real identity. He tests people, sometimes in the image of a dervish, sometimes in the image of a poor man. In battle, he appears in the guise of a wolf or a leader. It should be noted that when studying the essence of the image of Khizir, its position in various examples, functions in Azerbaijani folklore can be summarized as follows: 1. Functions performed in connection with the arrival of spring; 2. Salvation, show the way to the lost; 3. To give butu (In Azerbaijani epics and fairy tales, the “buta” of a lover begins, figuratively speaking, with the “drinking of love syrup” by the old man Khizir. Two young men who have never seen each other fall in love with an instant image of a girl and a young man from a mystical symbol presented to them, in a dream, in an imaginary situation); 4. Fall in love; 5. Give children to those who do not have them; 6. The Patron of youth, in other words, the God of youth, family, love; 7. Give a name; 8. Resurrection of the dead. Almost all the functions mentioned here are functions of the cultural concept to which the main character belongs. In most folklore studies of the Turkic world, this image was analyzed and various opinions were expressed. Referring to our research, the article reveals the internal semantic meaning of this lexical unit and traces the narrowing or expansion of this meaning over time.

Key words: Khizir; vocabulary, Azerbaijani fairy tales, concept, semantics.

Відомості про авторів

Аблятіф Р. М. – здобувач ступеня доктора філософії Львівського національного університету імені Івана Франка

Асгарова Б. А. – докторант Азербайджанського університету (Азербайджан)

Ахмедова Е. М. – докторант Бакинського слов'янського університету (Азербайджан)

Беззубова О. О. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри теорії, практики та перекладу німецької мови Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Бірюкова Д. В. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри іноземної філології, перекладу та професійної мовної філології Університету митної справи та фінансів

Борковська І. П. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської мови гуманітарного спрямування № 3 Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Боровська О. О. – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри німецької філології Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

Бортун К. О. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри інформаційної, бібліотечної, архівної справи та соціально-політичних і гуманітарних дисциплін Приватного вищого навчального закладу «Європейський університет»

Гладкоскок Л. Г. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов для гуманітарних факультетів Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Городецька В. А. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови Криворізького державного педагогічного університету

Демченко Н. Д. – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри української лінгвістики, літератури та методики навчання Комунального закладу «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» Харківської обласної ради

Добролюба Г. М. – кандидат філологічних наук, доцент, викладач кафедри суспільно-гуманітарних дисциплін Житомирського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти

Євдокимова І. О. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри теоретичної та прикладної фонетики англійської мови Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Жвава О. А. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української філології та міжкультурної комунікації Чорноморського національного університету імені Петра Могили

Жижма О. О. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови та слов'янської філології ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

Жук В. А. – старший викладач кафедри граматики англійської мови факультету романо-германської філології Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Зинякова А. А. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української філології та міжкультурної комунікації Чорноморського національного університету імені Петра Могили

Зубач О. А. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри німецької філології Волинського національного університету імені Лесі Українки

Калужинська Ю. В. – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри документознавства та методики навчання Університету Григорія Сковороди в Переяславі

Карачун Ю. Г. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри теорії, практики та перекладу англійської мови Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Кобиліна Ю. М. – старший викладач кафедри слов'янської філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Ковальова Т. П. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов Поліського національного університету

Козачишина О. Л. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри англійської філології Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

Козяревич-Зозуля Л. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології і перекладу імені І. В. Корунця Київського національного лінгвістичного університету

Коломинська Т. Б. – викладач-методист відокремленого структурного підрозділу «Тальнівський будівельно-економічний коледж» Уманського національного університету садівництва

Конопелькіна О. О. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської філології Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Косович О. В. – доктор філологічних наук, професор, професор, завідувач кафедри романо-германської філології Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

Костусяк Н. М. – доктор філологічних наук, професор, завідувач-професор кафедри української мови Волинського національного університету імені Лесі Українки

Котовська Т. І. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій Західноукраїнського національного університету

Кочукова Н. І. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української мови та літератури ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

Кузьменко Д. В. – студентка Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Кулик О. Д. – доктор педагогічних наук, доцент, професор кафедри української лінгвістики і методики навчання Університету Григорія Сковороди в Переяславі

Кулик С. А. – кандидат наук із соціальних комунікацій, викладач, викладач кафедри романо-германської філології Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

Левченко Т. М. – доктор філологічних наук, професор кафедри української лінгвістики та методики навчання Університету Григорія Сковороди в Переяславі

Луценко О. В. – студентка 4 курсу групи ФА-42/1 факультету іноземних мов Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя

Малашук-Вишнеvsька Н. В. – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри міжкультурної комунікації, світової літератури та перекладу Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

Межов О. Г. – доктор філологічних наук, професор, професор кафедри української мови Волинського національного університету імені Лесі Українки

Міщенко Т. В. – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри германської філології та методики викладання іноземних мов Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя

Мосійчук А. В. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри англійської філології Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

Мурадханян І. С. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри іноземних мов для гуманітарних факультетів Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Нежива О. М. – доктор філологічних наук, доцент, доцент кафедри іноземної мови професійного спрямування Національного університету харчових технологій

Овсієнко Л. М. – доктор педагогічних наук, доцент, професор кафедри української мови Інституту філології Київського університету імені Бориса Грінченка

П'єсцух О. І. – доктор філологічних наук, доцент кафедри теорії та практики перекладу Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

Поліщук Г. В. – доктор педагогічних наук, доцент кафедри германських мов та методик їхнього навчання Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка

Попова Н. М. – доктор філологічних наук, професор кафедри романської філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Приблуда Л. М. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри гуманітарних дисциплін Національного університету харчових технологій

Прокоф'єв Г. Л. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри англійської мови та методики її навчання Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Рябініна І. М. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української мови та літератури ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

Савілова Л. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри теоретичної та прикладної фонетики англійської мови Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Семен Г. Я. – кандидат філологічних наук, доцент

Сольська Т. М. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри німецької філології Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

Талавіра Н. М. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри германської філології та методики викладання іноземних мов Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя

Твердохліб В. А. – здобувачка вищої освіти освітньої програми «Українська мова та література» Комунального закладу «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» Харківської обласної ради

Хант Г. О. – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри іноземних мов Поліського національного університету

Хапіна О. В. – кандидат філологічних наук, доцент кафедри теоретичної та прикладної фонетики англійської мови Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Чала А. Г. – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри української лінгвістики, літератури та методики навчання Комунального закладу «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» Харківської обласної ради

Чистяк Д. О. – доктор філологічних наук, доцент, професор кафедри романської філології Навчально-наукового інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Щербицька В. В. – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри іноземної філології, перекладу та професійної мовної філології Університету митної справи та фінансів

Юлдашева Л. П. – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри слов'янської філології та журналістики Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Науковий журнал

**ВЧЕНІ ЗАПИСКИ
ТАВРІЙСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО**

Серія: Філологія. Журналістика

Том 33 (72) № 1 2022

Частина 1

Коректура • *Н. Пирог*

Комп'ютерна верстка • *О. Данильченко*

Адреса редакції:

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

м. Київ, вул. Івана Кудрі, 33

Електронна пошта: editor@philol.vernadskyjournals.in.ua

Сторінка журналу: www.philol.vernadskyjournals.in.ua

Формат 60×84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсетний. Цифровий друк. Обл.-вид. арк. 25,97. Ум. друк. арк. 28,60. Зам. № 0322/106

Підписано до друку 21.03.2022. Наклад 150 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»

65101, м. Одеса, вул. Інглезі, 6/1

Телефон +38 (048) 709 38 69,

+38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08

E-mail: mailbox@helvetica.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 6424 від 04.10.2018 р.